

Харківський національний
економічний університет

**Управління
розвитком**

Збірник наукових робіт

№ **14** (90) 2010

видається 2 рази на рік

Харків · ХНЕУ · 2010

Засновник і видавець ХНЕУ.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації КВ № 5948 від 19.03.2002 р.

Затверджено на засіданні
вченої ради університету,
протокол № 8 від 11.06.2010 р.

Редакційна колегія

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

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

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

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

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

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

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

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

Кизим М. О. — докт. екон. наук, проф.

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

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

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

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

Орлов П. А. — докт. екон. наук, проф.

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

Сєдова Л. М. — відповідальний секретар

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

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

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

Ястремська О. М. — докт. екон. наук, проф.
(заступник головного редактора)

Поштова адреса

засновника і видавця:

61001, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

61001, Україна, м. Харків,
пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд

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

Редакція (057)758-77-04

Редактори: **Дуднік О. М.**

Авраменко О. В.

Грицай І. М.

Замазій О. Є.

Лященко Т. О.

Комп'ютерна верстка **Сосненко Л. С.**

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 02.07.2010 р.

Формат 84×108 1/16. Панір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 25,5. Обл.-вид. арк. 32,13. Тираж 500 прим. Зам. № 498.

Ціна договірна.

Видавець і виготівник — видавництво ХНЕУ, 61001, м. Харків, пр. Леніна, 9а.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи

© Харківський національний економічний університет, 2010

© Видавництво ХНЕУ,
дизайн, оформлення обкладинки, 2010

Студент 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА В УКРАИНЕ

Аннотация. Определен процесс формирования фондового рынка в Украине, который прошел три этапа, а также проблемы его развития.

Анотація. Визначено процес формування фондового ринку України, який пройшов три етапи, а також проблеми його розвитку.

Annotation. The process of formation of stages of the stock market of Ukraine that has three stages is suggested and also the problems of its development are offered.

Ключевые слова: фондовая биржа, ценные бумаги, этапы формирования фондового рынка, особенности развития.

Фондовая биржа представляет собой, определенным образом организованный рынок, на котором владельцы ценных бумаг совершают с помощью членов биржи, выступающих в качестве посредников, сделки купли-продажи. Фондовая биржа – это прежде всего место, где находят друг друга продавец и покупатель ценных бумаг, где цены на эти бумаги определяются спросом и предложением на них, а сам процесс купли-продажи регламентируется правилами и нормами, то есть это организованный рынок ценных бумаг.

В Украине принят и действует ряд нормативных актов, заложивших основу для функционирования ценных бумаг. Одним из главных нормативных актов, регулирующих взаимоотношения между всеми участниками, является Закон Украины "О ценных бумагах и фондовой бирже" [1]. В соответствии с этим Законом, фондовая биржа создается лишь как акционерное общество. Фондовая биржа Украины основывается на бесприбыльных началах и должна действовать на принципах ликвидности, то есть свободного превращения ценных бумаг в деньги без финансовых потерь для владельца, стабильности рынка, широкой гласности и доверия. Это позволяет ей привлекать денежные суммы для инвестиций в производственную и социальную сферы, перераспределять капиталы между различными отраслями и предприятиями. Фондовая биржа способствует централизации капиталов, стабилизации сбережений представителей различных слоев населения, созданию условий для развития в стране предпринимательской деятельности. Организацию украинского рынка ценных бумаг и создание необходимых условий для его функционирования приняла на себя Украинская фондовая биржа (УФБ). Среди ее акционеров (всего их около 30) такие крупные республиканские банки, как Укринбанк, Агробанк, Укрсоцбанк, Агропромбанк "Украина", Сберегательный банк Украины, региональные банки в Одессе, Днепропетровске, Харькове, Донецке, Ужгороде, Крыму.

Процесс формирования фондовых бирж в Украине прошел три этапа [2, с. 191]. Первый этап (1991 г. – май 1995 г.). Достижения данного этапа:

на биржевом рынке ценных бумаг действуют четыре фондовые биржи – Украинская фондовая биржа (УФБ), Киевская международная фондовая биржа (КМФБ), Украинская межбанковская валютная биржа (УМВБ), Донецкая фондовая биржа (ДФБ);

зарегистрировано 300 акционерных товариществ и выпущено в оборот ценных бумаг на сумму 4 618,9 млн грн.

Проблемы:

отсутствие государственной поддержки и стратегического направления развития фондовых бирж; отсутствие единого органа по координации государственной политики на фондовом рынке; саморегулируемые организации определяют приоритетные направления развития биржевой торговли без участия государственных органов власти;

развитие спекулятивных и непрозрачных операций, способствующих разгосударствлению предприятий страны при участии фондовых бирж;

макроэкономическая нестабильность, высокий уровень.

Второй этап (июнь 1995 г. – май 2005 г.). Достижения второго этапа:

создан специальный орган государственного регулирования – государственная комиссия ценных бумаг и фондового рынка (ГКЦБФР);

принято значительное число законодательных и нормативных актов про регулирование развития биржевой торговли в Украине;

наблюдается повышение динамики деятельности организованного рынка ценных бумаг, его капитализация возросла в 4,5 раза.



Проблемы:

принятые законодательные акты не решают проблем об организации биржевой торговли. Особенно это касается периодичности раскрытия информации, формирования отчетности и учета прав собственности;

отсутствия единой стратегии развития фондового рынка;

значительную часть рынка (88,2 %) занимает внебиржевая ТИС ПФТС;

большое количество фондовых бирж, капитализация которых есть очень низкой;

отсутствие единого методологического подхода по оценке результатов деятельности фондовой биржи.

Третий этап (июнь 2005 г. – по настоящий день). Достижения третьего этапа:

ДКЦПФР выдала ДП "Фондовая биржа ПФТС" лицензию на осуществление профессиональной деятельности по организации торговли на рынке ценных бумаг;

часть биржевой торговли в Украине по сравнению с небиржевой составляет 99,9 %.

Проблемы:

отсутствие законодательно определенной единой стратегии развития фондовых бирж в Украине;

несовершенство законодательной базы в вопросах регулирования фондового рынка;

низкий уровень информационной открытости о деятельности основных организаторов торговли.

Развитие фондовых бирж в Украине сегодня имеет свои особенности и проблемы. Уровень развития биржевой торговли является индикатором деловой активности страны, который аккумулирует информацию о ценных бумагах и условиях их оборота, а также отображает эффективность функционирования рыночной экономики в целом. По сравнению со странами с развитой рыночной экономикой, уровень мощности развития фондовых бирж Украины, показателем которого есть капитализация, чрезвычайно низкий и составляет лишь 0,4 % от совокупного мирового ВВП, в то время, как США – 21,1 %, Японии – 7 %, Германии – 4,5 %, Африки – 3,2 %, России – 2,6 %. Такой низкий уровень эффективности биржевой торговли Украины обусловлен отсутствием национальной программы ее развития и законодательного регламентирования, незавершенностью процесса реформирования экономики Украины, а также тем, что большинство отечественных предприятий не является участниками операций на фондовой бирже. Кроме того, в Украине сформировался дезинтегрированный рынок, на котором не определены правила составления контрактов и стандартов об объемах и периодичности раскрытия информации, формирования отчетности. В то же время, отечественные советники и иностранные управляющие, которые привлекались к сотрудничеству для создания эффективной биржевой торговли в Украине, отстаивали концептуальные принципы, которые действовали в их странах, не учитывая при этом национальных особенностей экономического развития страны.

Поэтому, на современном этапе формирования организованного фондового рынка Украины, ему присущи черты раздробленности и неустойчивости. Незрелость биржевой торговли удерживает экономическое развитие страны, тормозит приток иностранных инвестиций и перераспределение средств в экономике. В настоящее время существуют проблемы формирования и развития украинского фондового рынка, среди которых наиболее весомы следующие: отсутствие эффективно действующей инфраструктуры, которая обеспечивает аккумуляцию капитала для инвестиций и не способствует рациональному размещению финансовых ресурсов; отсутствие опыта использования систем договоров и учета прав собственности; отсутствие единой платежной и фондовой системы, которое приводит к снижению поступлений зарубежных портфельных инвестиций; стагнация рынка ценных бумаг вследствие невысокой рентабельности капиталовложений в ценные бумаги украинских корпораций и высокие налоги; отсутствие в Украине практики формирования депозитарного учета; наличие большого количества законодательных и нормативных документов [1, с.189].

Таким образом, можно сделать вывод, что властям Украины необходимо внедрять мероприятия для стабилизации ситуации на фондовом рынке и стимулировать его развитие в условиях международного финансового кризиса.

Для повышения эффективности функционирования фондового рынка в Украине необходимо: провести широкомасштабные реформы для создания прозрачного, справедливого и надежного рынка; разработать механизмы надежной защиты прав инвесторов и потребителей; расширить спектр возможностей инвесторов и потребителей фондового рынка; повысить качество работы финансовых учреждений и стимулировать конкуренцию между ними; адаптировать принципы деятельности национального фондового рынка к международным стандартам; обеспечить условия для адекватного функционирования и взаимодействия информационной, учетной систем и систем выполнения договоров, путем стандартизации и унификации общих принципов их деятельности; знакомить руководителей с мировым опытом организации фондового рынка, путем международного обмена [3, с. 33].

Научн. рук. Бережная Н. И.

Литература: 1. Закон України "Про цінні папери та фондовий ринок" від 23.02.2006 р. № 3480-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 2. Калинець К. С. Особливості розвитку та динаміка функціонування фондових бірж в Україні / К. С. Калинець // Регіональна економіка. – 2008. – № 3. – С. 189–197. 3. Єлісєєва О. К. Статистичне дослідження ринку цінних паперів України / О. К. Єлісєєва // Статистика України. – 2009. – № 2. – С. 28–33. 4. Ротманова М. Фондова біржа в Україні / М. Ротманова // Бизнес-консультант. – 2006. – № 10. – С. 21–28.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

НЕДОЛІКИ ВИКОРИСТАННЯ ПОКАЗНИКА ВАЛОВОГО ВНУТРІШНЬОГО ПРОДУКТУ ПРИ ОЦІНЮВАННІ СУСПІЛЬНОГО ДОБРОБУТУ

Анотація. Розглянуто головні недоліки ВВП при оцінюванні суспільного добробуту в країнах світу і Україні зокрема.

Аннотация. Рассмотрены главные недочеты ВВП при оценивании общественного благосостояния в странах мира и в Украине в частности.

Annotation. The main defects of GNP during estimating the social well-being in the world's countries and Ukraine in particular are considered.

Ключові слова: валовий внутрішній продукт (ВВП), суспільний добробут, чисельність населення, тіньова економіка, рівень життя.

Дослідження суспільного добробуту, насамперед, полягає в тому, що завдяки цьому сукупному показнику оцінюють ефективність функціонування будь-якої економічної системи для населення в цілому. Щоб кількісно виразити суспільний добробут загальноприйнятим вважається використовувати валовий внутрішній продукт (далі ВВП), тому визначення місця України у світі за цим показником, дослідження впливу його змін на суспільний добробут та аналіз його недоліків на основі даних статистики, системного і графічного аналізу стають **метою** даної статті. Для дослідження використовуються дані The World Bank, The CIA, Forbes та Міністерства економіки України.

Основне **завдання** статті – на основі останніх офіційних даних статистичних досліджень виявити недоліки у використанні ВВП для оцінки забезпеченості суспільства духовними, політичними, екологічними, матеріальними та культурними благами, які й визначають поняття суспільного добробуту.

За динамікою ВВП можна проаналізувати становище економіки і місце країни у світі. Для того щоб більш повно відобразити положення країни у світі, використовують замість ВВП у єдиній валюті (доларах) – ВВП за паритетом купівельної спроможності (далі ППС), який виступає в ролі так званого вирівнювача курсів валют. Його визначають при міжнародному співставленні основних наборів благ і послуг загального споживання за середнім рівнем цін відповідних країн. За рейтингом The World Bank, який наведений у табл. 1 (дані вибіркової), Україна за розмірами економіки знаходиться на 44 місці (180,4 млрд дол.) серед 186 країн – між Сінгапуром та Алжиром.

Аналізуючи ці дані, потрібно враховувати, що на масштаби економіки впливає не тільки її розвиненість (США, Японія), але й чисельність населення, саме тому Китай та Індія, де населення становить 1,314 та 1,169 млрд осіб відповідно, випереджають за обсягом показника ВВП багато країн світу, в тому числі й Україну [1]. Звісно, це не вказує на відповідний рівень життя населення, адже за межею бідності знаходиться його більша частина. Крім того, при порівнянні української економіки з більш подібною російською, як в історичному, так й економічному аспекті, з'ясовується, що українська економіка менш ефективна та недостатньо використовує свій потенціал, бо за масштабами економіки Росія випереджає Україну у 8 – 9 разів, в той час як кількість її населення більше лише в 3 рази.

Прикладом невідповідності тези, що зростання ВВП обов'язково супроводжується збільшенням суспільного добробуту, можна привести Мадагаскар у 1985 – 1995 рр. Тоді ВВП зростав на 1 %, але при цьому приріст населення становив 3 %, у результаті чого в цілому добробут населення скоротився [2, с. 153]. Для того щоб відобразити реальну економічну ситуацію в країнах з урахуванням демографічного показника, розраховують ВВП на одну особу (per capita) за ППС, що дозволяє виключити один із недоліків ВВП.

За цим показником Україна займає 128 місце у світі (6400 дол.) серед 228 країн, що значно відрізняється від досягнень за загальним обсягом ВВП. Вона й досі залишається однією з країн із найнижчим рівнем життя у Європі. Повністю змінилися й країни-лідери (табл. 2). Перші місця поділяють країни невеликі за розмірами, але з економічно ефективною політикою.

Таблиця 1

Рейтинг країн світу за розмірами ВВП (ППС) за 2009 р. [3]

Місце	Країна	ВВП за ППС, млрд дол.
1	США	14 204,3
2	Японія	4 909,3
3	Китай	4 326,2
9	Росія	1 607, 8
12	Індія	1 217, 5
43	Сінгапур	181,9
44	Україна	180, 4

Таблиця 2

Рейтинг країн світу за розмірами ВВП (ППС) на одну особу за 2009 р. [1]

Місце	Країна	ВВП за ППС на особу, дол.
1	Ліхтенштейн	122 100
2	Катар	121 400
3	Люксембург	77 600
73	Росія	15 200
127	Китай	6 500
128	Україна	6 400
129	Намібія	6 400

Підтвердженням того, що ВВП на душу населення повніше визначає суспільний добробут та реальну ефективність економіки, є те, що згідно з ним Росія випереджає Україну майже в 3 рази, тобто він компенсує зазначені вище відмінності у масштабах ВВП та чисельності населення. Загалом збільшення ВВП на одну особу (рис. 1) в Україні відбувається за рахунок поступового зменшення кількості населення (рис. 2). Результатом такої залежності стає той самий або навіть нижчий рівень життя населення.

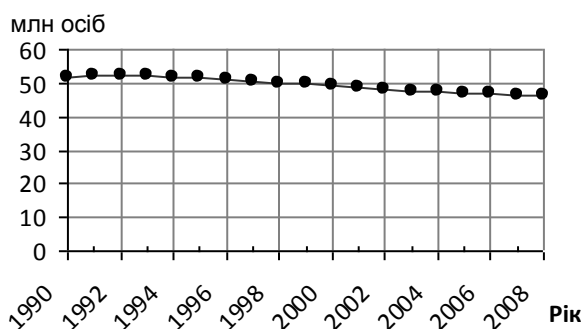


Рис. 1. Чисельність населення України у 1990 – 2008 рр. [3]

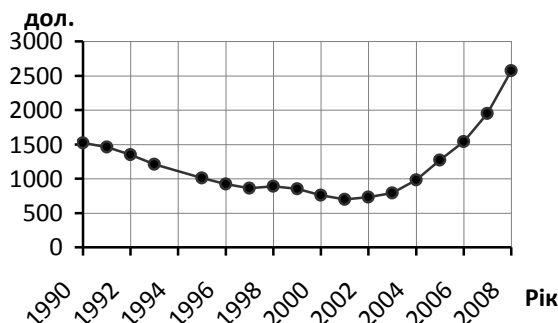


Рис. 2. Динаміка ВВП (у дол.) на одну особу в Україні за 1990 – 2008 рр. [3]

За винятком розглянутих недоліків показника ВВП при оцінці суспільного добробуту, виділяють ряд інших факторів, які не враховуються при обчисленні ВВП: неринкові операції, вільний час, якість і склад виробленої продукції, розподіл доходів, екологічний фактор, тіньова економіка [2, с. 151, 153].

До однієї з причин заниження ВВП відносять неринкові операції: виробнича діяльність та багаторічні операції сектору домогосподарств, праця домогосподарок, догляд за хворими, ремонт власного будинку тощо. Про такий вид доходів не звітують, тому їх не ураховують в офіційному ВВП. Однозначно стверджувати, що наявність таких операцій вказує на позитивний чи негативний вплив на суспільний добробут неможливо. З одного боку, виникнення більшої кількості неринкових операцій може бути спричинено зростанням рівня безробіття, тому виникає вимушена зайнятість у домогосподарствах; з іншого – достатньою кількістю доходів, які здатні забезпечити навіть непрацюючого члена сім'ї, що свідчить про збільшення добробуту в цілому.

Завдяки збільшенню промислового випуску збільшується й ВВП. Це може бути досягнуто двома методами: екстенсивним та інтенсивним. Перший в основному відбувається за рахунок відповідного зростання витрат часу та ресурсів, а другий – їх зменшенням завдяки технологічному прогресу. У результаті маємо однакове збільшення ВВП, але велику різницю в суспільному добробуті, особливо у "психологічному доході" (ступінь задоволення своєю роботою).

ВВП – це кількісний, а не якісний показник, тому він не здатний охарактеризувати зміну якості виробленої продукції. Це спостерігається, коли обсяг виробленої продукції та її вартість не змінилися, але якісно вони відрізняються. Наприклад, комп'ютер, який коштував 3 тис. грн три роки тому, вироблений зараз за такою самою ціною, але з кращими характеристиками. Це означає, що при незмінному обсягу ВВП суспільство стало забезпечено якісно кращими матеріальними ресурсами. Крім того, при розгляді ВВП як основного показника добробуту країни, не враховується ще один із найважливіших аспектів – склад виготовленої продукції. Порівнюючи тільки кінцеву вартість усіх товарів і послуг, поза увагою залишається їх безпосереднє значення для суспільства. Тобто доходи двох країн можуть бути однаковими, але в економіці першої переважає воєнно-промисловий комплекс, а у другій – сфера послуг, що свідчить про воєнну нестабільність у першій країні (стан власне війни чи підготовки до неї) і, як наслідок, сумнівний добробут її громадян.

Іншою важливою складовою, яку не здатний визначити навіть показник ВВП на душу населення, є розподіл доходів. Він характеризує, наскільки рівномірно розподілені кошти в країні між громадянами, а також опосередковано відображає соціальну структуру. Соціально справедливим вважається розподіл, за яким немає людей з великою різницею у доходах: доходи декількох людей не перебільшують суму доходів тисяч людей.

Для України найбільш актуальними проблемами при аналізі суспільного добробуту за допомогою ВВП постає екологічний фактор і тіньова економіка. У сучасних засобах масової інформації все частіше застосовують термін "валовий внутрішній побічний продукт". Його розраховують, щоб визначити негативні наслідки виробничого процесу та іншої діяльності людей, що проявляється у забрудненні та іншому впливі на навколишнє середовище. Це й формує своєрідний замкнений процес "Виробництво → Відходи", а значить, й збільшення ВВП → збільшення побічних ефектів, вартість яких необґрунтовано не віднімається від макропоказників, хоча вони й ураховують кошти на ліквідацію цих наслідків, тим самим завищуючи реальний добробут суспільства. Така ситуація характерна для України, екологічний стан якої незадовільний не тільки внаслідок великої кількості викидів на даний момент, а через "набуті" минулого – переважно Чорнобильської катастрофи.

Невідповідність обсягу ВВП і суспільного добробуту частково пояснюється існуванням тіньового сектору в економіці: легального (навмисне зменшення задекларованого прибутку) та нелегального (азартні ігри, торгівля зброєю і наркотиками, афери із нерухомістю). Згідно з СНС-93 його включають до розрахунку ВВП, але це зробити дуже важко. Так, в Україні за офіційними даними він складає 31,1 % від ВВП (рис. 3).

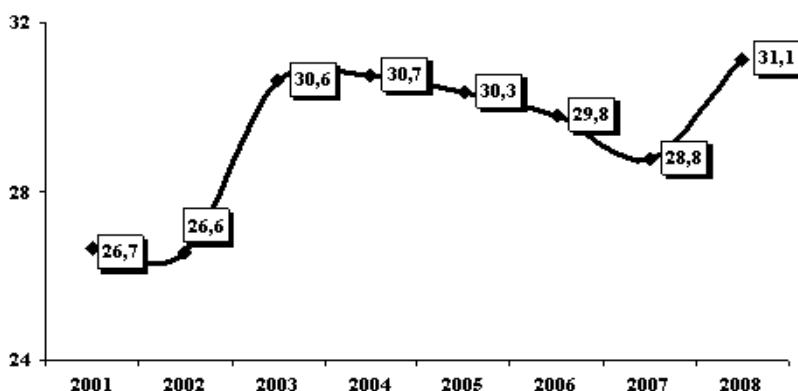


Рис. 3. Інтегральний коефіцієнт тіньової економіки в Україні, % від офіційного ВВП [4]

Виникнення цього сектору пояснюється бажанням кожного отримати більший прибуток, уникаючи при цьому податків чи кримінальної відповідальності. В Україні через складний менталітет та недосконалу структуру підрахунку і відстеження тіньового потоку капіталу, цей сектор перевищує критичну позначку у 30 %, тому економіка країни недоотримує значну кількість коштів.

Щодо світової практики, то дослідження також доводять недоцільність основних макроекономічних показників при оцінці задоволеності життям населення. У 2009 р. Forbes склало рейтинг



найщасливіших країн світу. До уваги брали три показники: рівень задоволеності життям на даний момент, ВВП на душу населення, рівень безробіття. В опитуванні брали участь громадяни із 140 країн світу старші від 15 років. Згідно з результатами рівень ВВП і безробіття не мали вирішального впливу на остаточне положення країн у рейтингу. У Данії, що зайняла перше місце, вони склали 68 362 дол. і 2 % відповідно; 2 місце – Фінляндія із показниками у 55 344 дол. і 6,4 %; 3 місце – Нідерланди із 55 453 дол. і 4,5 %, в той час як Норвегія, маючи ВВП 96 622 дол., посіла лише 9 місце. Її також випередили Швеція (54 908 дол., 6,4 %), Ірландія (63 768 дол., 6,2 %), Канада (46 799 дол., 6,1 %), Швейцарія та Нова Зеландія [5]. Цікаве й те, що до першої десятки ввійшла тільки одна країна Великої сімки, що ставить під сумнів зв'язок між могутністю економіки та суспільним добробутом і пояснюється дослідженими у статті недоліками ВВП.

Таким чином, щоб дати реальну оцінку добробуту в країні необхідно коригувати недоліки ВВП за допомогою ряду інших показників, наприклад індексу Джині (розподіл доходів), індексу людського розвитку (тривалість життя, грамотність населення, ВВП на особу), рівень організації вільного часу тощо.

Наук. керівн. Крюкова О. М.

Література: 1. Ресурс ЦРУ: www.cia.gov. 2. Макконелл К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконелл, С. Л. Брю ; пер. с 14-го англ. изд. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 972 с. 3. Ресурс Світового банку: www.worldbank.org.ua. 4. Ресурс Мінекономіки України: www.me.gov.ua. 5. www.forbes.com.

Винниченко А. В.

УДК 336.143.232

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ДЕФИЦИТ БЮДЖЕТА И СПОСОБЫ ЕГО ПОКРЫТИЯ

Аннотация. Проанализированы основные способы покрытия бюджетного дефицита на примере ряда стран мира в современных условиях мирового экономического кризиса. Предложены меры по ликвидации бюджетного дефицита для Украины.

Анотация. Проаналізовано основні засоби покриття бюджетного дефіциту на прикладі ряду країн світу в сучасних умовах світової економічної кризи. Запропоновано заходи щодо ліквідації бюджетного дефіциту для України.

Annotation. Basic methods of budget deficit reduction in different countries in the conditions of the world economic crisis are analyzed. Some measures of budget deficit reduction are offered for Ukraine.

Ключевые слова: дефицит бюджета, секвестр расходов, эмиссия, налогообложение, выпуск госзаймов, приватизация государственного имущества.

Сегодня темы макроэкономического развития государств приобрели особо актуальный характер. В условиях кризиса, который диктует правительствам стран свои "правила игры", одним из наиболее употребляемых макроэкономических терминов стал "дефицит". Одно из наиболее простых его определений выглядит следующим образом. Бюджетный дефицит или дефицит бюджета (Budget deficit) – сумма превышения расходов правительства над его доходами в каждый бюджетный год. Однако, несмотря на тот интерес, который проявляется при исследовании проблем дефицита государственного бюджета стран всего мира, остается масса вопросов, требующих серьезного рассмотрения как с точки зрения теории, так и с точки зрения практики.

Большой вклад в изучение и разработку проблемы дефицита государственного бюджета стран внесли следующие ученые и практики: Аникин С. Н., Волобуев В. П., Голанский М. М., Дмитриев О. Н., Лопатов В. В., Рогожин А. А., Романовский М. В., Роберт Айснер, Оскар Ариас, У. Истерли, Ж. Кабас, Кейнс Дж. М., М. Кигуэль, Н. Ливиатан, К. Лозэр, Ф. Марио, Г. Мирдаль, В. Танци, С. Фишер, С. Эвенетт, Б. Эзамбер, Ш. Юсуф и др.

Главной целью исследования является изучение основных методов, инструментов покрытия и регулирования бюджетного дефицита в различных странах мира в условиях современного кризисного положения мировой экономики.

© Винниченко А. В., 2010



Основными способами покрытия бюджетных дефицитов выступают следующие: выпуск государственных займов, ужесточение налогообложения и эмиссия кредитных денег [1, с. 131]. Существует и еще один метод – в целях сбалансированности бюджета, правительства могут устанавливать предельные размеры его дефицита. Если в процессе формирования бюджета происходит превышение предельного уровня дефицита или значительное снижение поступлений доходов, то вводится механизм секвестра расходов. Секвестр заключается в пропорциональном снижении государственных расходов (на 5, 10, 15 % и т. д.) ежемесячно по всем статьям бюджета в течение оставшегося времени текущего финансового года. Однако, секвестру не подлежат защищенные статьи. Примером может служить Латвия, которая провела секвестр бюджета и уменьшила вдвое его дефицит. Сейм Латвии в марте 2009 года внес изменения в государственный бюджет, сократив расходы на 10 % путем снижения: зарплат чиновников на 20 %, пенсий по возрасту и выслуге лет – на 10 %, пенсий работающим пенсионерам – на 70 %, пособий детям работающих родителей – на 50 %. При этом, увеличены акцизы на пиво и крепкие спиртные напитки. Все вышеуказанные меры были направлены на то, чтобы Международный валютный фонд (МВФ) продолжил кредитовать страну, которой грозил дефолт [2].

Среди конкретных мероприятий по сокращению бюджетного дефицита следует назвать такие меры, которые, с одной стороны, стимулировали бы приток денежных средств в бюджетный фонд страны, а с другой — способствовали сокращению государственных расходов, а именно: изменение направлений инвестирования бюджетных средств в отрасли народного хозяйства, с целью повышения эффективности производства; более широкое использование финансовых льгот и санкций, позволяющих полнее учитывать специфические условия хозяйствования и стимулирующих экономический рост; резкое сокращение сферы государственной экономики и государственного финансирования; снижение военных расходов; сохранение финансирования лишь важнейших социальных программ, мораторий на принятие новых социальных программ, требующих значительного бюджетного финансирования; запрещение центральному банку страны предоставлять кредиты правительственным структурам любого уровня, без надлежащего оформления задолженности государственными ценными бумагами [3].

Россия для ликвидации проблемы дефицита использует, в основном, способ ужесточения налогообложения. Так, планируется, что дефицит федерального бюджета России в 2010 году превысит 6 % ВВП, однако не составит более 8 % ВВП [4]. Основную часть дохода в казну в январе-феврале 2010 года принесли Федеральная налоговая служба (573,75 млрд рублей) и Федеральная таможенная служба (539,87 млрд рублей) [5]. Однако, несмотря на растущий дефицит, эксперты говорят о том, что динамика расходов пока отвечает ожиданиям правительства по годовому дефициту в размере 7 % ВВП [6].

Рассматривая мировую тенденцию роста дефицита бюджета, нельзя упустить показатели стран Европейского Союза. Двадцать из 27 стран Евросоюза имеют дефицит госбюджета выше 3 % ВВП [7]. Согласно прогнозным оценкам, дефицит госбюджета в среднем по ЕС достигнет в 2010 году 7,5 % ВВП [7]. В этой связи, возникает логичный вопрос: в какие сроки члены ЕС смогут оздоровить свое финансовое положение, а главное – как? 13 странам ЕС, имеющим сильно избыточный дефицит бюджета, Еврокомиссия дала на решение этой проблемы срок от двух до пяти лет [7]. По предварительным данным, меры по ликвидации дефицита бюджета будут фокусироваться на увеличении налога на добавленную стоимость и введении новых акцизных сборов и пошлин на предметы роскоши, включая автомобили.

Огромный дефицит бюджета Греции непосильно "лег на плечи" Евросоюза. Греция завершила 2009 год с бюджетным дефицитом в 12,7 % ВВП и долгом в 300 миллиардов евро [7]. Греческое правительство обещало заморозить заработную плату в госсекторе, провести налоговую и страховую реформы, бороться с уклонением от уплаты налогов. Все эти меры должны привести к снижению дефицита с нынешних 12,7 % ВВП до 8,7 % ВВП к концу 2010 года. Правительство выпустило в текущем году пятилетние облигации в иенах и долларах, продемонстрировав способность привлекать капитал для сокращения дефицита бюджета [8]. Данные ценные бумаги были успешно проданы греческим и иностранным банкам [9].

Привлекает внимание опыт и другого члена Евросоюза – Великобритании. По предварительным данным, в 2010 финансовом году британский бюджетный дефицит составит 12,6 % ВВП, что лишь немногим меньше, чем дефицит бюджета Греции. При этом казначейство планирует сократить дефицит бюджета почти на 33 % к апрелю 2014 г. Снизить дефицит бюджета, сократить объемы заимствований и госдолга правительство рассчитывает за счет трех источников: увеличение налоговых поступлений, сокращение и оптимизация государственных расходов и получение дополнительных доходов в результате роста экономики после кризиса. Еще власти надеются выручить часть средств за счет приватизации ряда государственных активов. При этом правительство отказалось от повышения налогов для мало- и среднеобеспеченных слоев населения и решило повысить ставки для наиболее богатых британцев, то есть бремя пополнения бюджета перекладывается на высокооплачиваемые слои населения. С началом нового 2010 – 2011 финансовых годов в апреле будет введена, объявленная ранее 50%-я ставка подоходного налога для тех, кто зарабатывает свыше 150 тыс. фунтов в год. Также бюджет предполагается пополнить за счет постепенного увеличения топливного налога, повышаются акцизы на алкоголь, включая 10%-й рост акциза на крепкий сидр [10].

Что же касается Украины, то проблема ликвидации бюджетного дефицита как никогда актуальна в наше время. Экономисты заявляют, что денежную эмиссию нельзя использовать в качестве средства преодоления кризиса в Украине, поскольку она приведет к гиперинфляции и углублению



кризиса. Дело в том, что привлечение денежных средств в бюджет осложнено следующими факторами: несовершенством налоговой системы, большими масштабами теневого бизнеса и отсутствием эффективно действующего аппарата власти.

Согласно проекту госбюджета Украины на 2010 год, который был обнародован 26 апреля 2010 года, доходы бюджета в 2010 году предполагается увеличить на 18,7 % по сравнению с фактическими поступлениями в 2009 году, расходы – на 33,5 %. Дефицит госбюджета в документе составляет 57,7 млрд грн, или 5,3 % ВВП. Однако некоторые эксперты оценивают реальный дефицит в 16 % ВВП [11].

По мнению автора, планируя бюджет Украины, правительству следует внимательнее присмотреться к опыту Латвии, которая провела секвестр бюджета и уменьшила вдвое его дефицит. Следует принять и опыт Великобритании, которая отказалась от повышения налогов для мало- и среднеобеспеченных слоев населения и переложила бремя пополнения государственной казны на высокооплачиваемые слои населения. Среднему и малому бизнесу, напротив, должны предоставляться льготы, что поспособствует сокращению теневой сферы. Эффективным способом сокращения объемов дефицита госбюджета Украины может стать выпуск облигаций государственного займа – принятый бюджет предусматривает выпуск пятилетних облигаций внутреннего государственного займа (ОВГЗ) в счет погашения долга по возмещению налога на добавленную стоимость (НДС). Также, эффективным способом наполнения казны может быть частичная приватизация некоторых промышленных объектов государственной собственности, например, энергогенерирующих и энергораспределяющих компаний. Проект госбюджета-2010 предполагает получение 10 млрд грн от приватизации. Также наполнить бюджет Украины предполагается и за счет госзаймов: прямые государственные заимствования Украины в 2010 году ожидаются в размере 100,3 млрд грн, в том числе внешние – 34,1 млрд грн [11].

Научн. рук. Крюкова О. Н.

Литература: 1. Сотников В. И. Макроэкономика в структурно-логических схемах : учебное пособие / В. И. Сотников, О. А. Сотникова. – Харьков : ИД "ИНЖЭК", 2005. – 240 с. 2. Панченко Ю. В. Урок экономности [Электронный ресурс] / Ю. В. Панченко. – Режим доступа : http://www.ukrrudprom.ua/digest/Urok_ekonomnosti.html. 3. Жук И. Н. Международные финансы : учебное пособие / И. Н. Жук, Е. Ф. Киреева, В. В. Кравченко ; под общ. ред. И. Н. Жука. – Мн. : БГЭУ, 2001. – 149 с. 4. Интерфакс [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lenta.ru/news/2009/06/30/budget>. 5. Интерфакс со ссылкой на предварительные данные Минфина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.minfin.ru/ru/press/interview/index.php?pg4=15&id4=2200>. 6. Бизнес-журнал online [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.business-magazine.ru/news/-2010/03/11/330259>. 7. Журнал "Финансы online" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.finance.ua/ru/~1/0/all/2010/02/16/187469>. 8. Новости бизнеса и экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.reuters.com/news/business>. 9. Росбалт-бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rosbalt.ru/2009/12/17/697990.html>. 10. Экономические известия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.finance.ua/ru/~1/0/all/2010/03/29/191961>. 11. УБР – Український бізнес-ресурс [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ubr.ua/finances/macroeconomics-ukraine/ianukovich-podpisal-gosbudget-2010-44830>.

Шевченко Д. Ю.

УДК 339.727.2(477)

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ НАДХОДЖЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ

Анотація. Присвячено аналізу динаміки надходження прямих іноземних інвестицій в Україну у 2009 році порівняно з Польщею.

Аннотация. Посвящено анализу динамики поступления иностранных инвестиций в Украину в 2009 году в сравнении с Польшей.

© Шевченко Д. Ю., 2010

Annotation. The article is devoted to the analysis of dynamics of receipt of foreign investments into Ukraine in 2009 comparing with Poland.

Ключові слова: прями іноземні інвестиції (ПІІ), криза, податки, власні кошти.

За час кризи 2009 року кількість збанкрутілих підприємств в Україні різко підвищилася. По-між інших другорядних причин банкрутств вимальовується головна – нестача коштів. Саме брак власних коштів підприємств загальмовує процес виготовлення продукції та послуг і подальшу їх реалізацію на ринку. Таким чином, підприємство не отримує прибутків, держава – податків. Тому для реабілітації української економіки першочергове значення має залучення саме іноземних інвестицій, адже Україна зараз не здатна інвестувати в підприємства через нестачу капіталу, а головне – бажання підтримувати ризикові чи малоприбуткові проекти.

Взагалі тема інвестування досить розповсюджена серед сучасних учених, таких, як І. Іртищева, С. Еберле, А. Кредісов, В. Федоренко та ін. Але інвестування – це динамічна сфера діяльності, тому для того щоб зробити певні висновки, розглядати її слід саме на сучасному етапі. Отже, метою цієї статті є аналіз динаміки надходження інвестицій в Україну.

Найбільш об'єктивний аналіз можна зробити, порівнявши ситуацію з іншими країнами, наприклад Польщею. Польща за 2009 рік показала гарне зростання рівня ВВП та низький рівень держборгу, що наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняння рівня держборгу та динаміки ВВП України та Польщі в 2009 р. [1]

Країни	Рівень держборгу, % до ВВП	Динаміка ВВП, %
Україна	44,5	-14,1
Польща	12,4	1,1

Цьому, окрім багатьох інших причин, сприяли й іноземні інвестиції. На перший погляд Україна залучувала менше іноземних коштів (рис. 1) щорічно з 2002 року порівняно з Польщею.

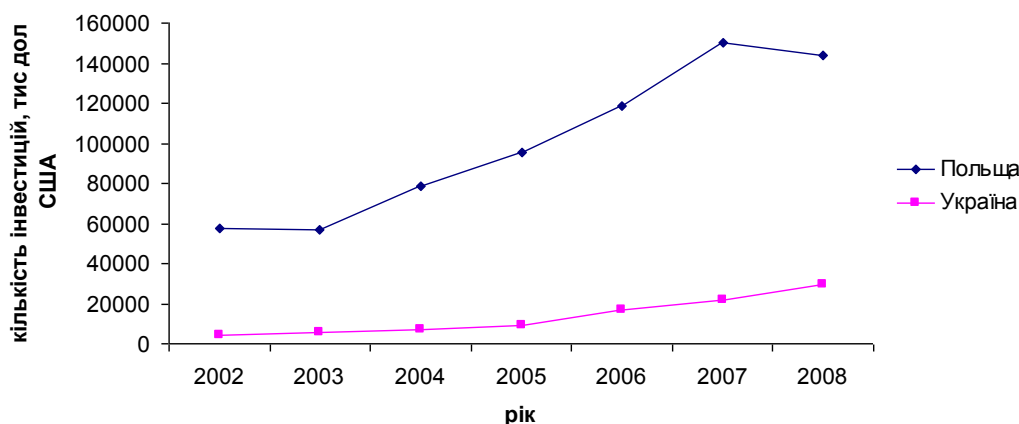


Рис. 1. Порівняльний аналіз динаміки прямих іноземних інвестицій в Україну та Польщу за 2002 – 2008 рр. [2; 3]

До кризи Польща вкрай вибагливо ставилася до вибору інвесторів та ставила бар'єри певним країнам у співпраці. Але у 2009 році з початком кризи дефіцит грошових надходжень призвів до того, що походження капіталу у всьому світі втратило своє значення. Польща відкрила кордони для всіх інвесторів, незалежно від національності. Тод Керстен, управляючий директор інвестиційної компанії Close Brothers, зауважив, що бажання інвестувати у польську економіку тепер зустрічається у 2 рази частіше, ніж до кризи [4]. Україна, у свою чергу, вже давно не зауважувала на "національність" інвестицій.

Але якщо порівняти питому вагу іноземних інвестицій у ВВП в Україні та Польщі за 2009 рік, то побачимо, що в Україні іноземні інвестиції займають лише 8 % у ВВП, у той час як у Польщі – 21 % [5].

Таким чином, Україна, хоча і залучила значно менше інвестованого капіталу, не залежить безпосередньо від "схильності" іноземних підприємців. Тобто таке співвідношення "ВВП – інвестиції" залишає для України певний простір для діяльності без чіткого наслідування примхам інвесторів.

Однак, у першу чергу, вирішальним пунктом для країни-інвестора у виборі об'єкта інвестування є привабливість економіки країни, тобто її потенціал. У 2002 році було проведено дослідження серед 20 найкорумпованіших країн, до яких входить Україна. Результати цього дослідження наведені у табл. 2.

Інвестиційна привабливість [6]

	Високе виробництво ПІІ	Низьке виробництво ПІІ
Високий потенціал для ПІІ	Канада, Чілі, Данія, Фінляндія, Німеччина, Гонконг, Ізраїль, Ірландія, Люксембург, Нідерланди, Нова Зеландія, Норвегія, Сінгапур, Швеція, Швейцарія, Сполучене Королівство	Австралія, Австрія, Ісландія, Росія, Сполучені Штати
Низький потенціал для ПІІ	Ангола, Вірменія, Азербайджан, Болівія, Еквадор, Гондурас, Мозамбік, Молдова, Уганда, Венесуела, В'єтнам	Індонезія, Камерун, Кенія, Нігерія, Пакистан, Парагвай, Україна, Узбекистан

Як видно, у 2002 році Україна посідала абсолютно невідгідну позицію, та, на жаль, зараз ситуація майже не змінилася. Польща, у свою чергу, у рейтингу FDI Confidende Index в 2006 р. займає шосте місце, а Україна, в свою чергу, – одне з останніх [6].

Серед причин низької інвестиційної привабливості України можна назвати, в першу чергу, відсутність необхідних ринкових інституцій, що покликані забезпечити стабільне функціонування правової системи, яка гарантує права власності; дотримання контрактних зобов'язань; дієвість антимонопольного законодавства та ін. Відсутність чітких законодавчих актів, що визначають правила і норми поводження економічних суб'єктів, морально-етичних принципів також перешкоджає прийняттю інвестиційних рішень. Стимує підвищення інвестиційної привабливості української економіки і нерозвиненість ринкової інфраструктури (банківська, фінансова системи, сучасні телекомунікаційні засоби, транспортні комунікації й ін.).

В умовах кризи важко скорегувати діяльність підприємств, особливо великих, але замість держави головну роль у залученні інвестицій зараз беруть на себе малі підприємства. Вони мобільніші, тому ефективніше реагують на зміни на ринку міжнародного рівня. До того ж такі підприємства швидше знайдуть компроміс і дійдуть консенсусу з іноземними інвесторами.

Саме це сприяло тому, що за 2009 рік кількість залученого капіталу в Україні збільшилася. Тому, якщо припустити, що тенденція надходження в Україну інвестицій не зміниться, можна зробити припущення, зазначене на рис. 2.

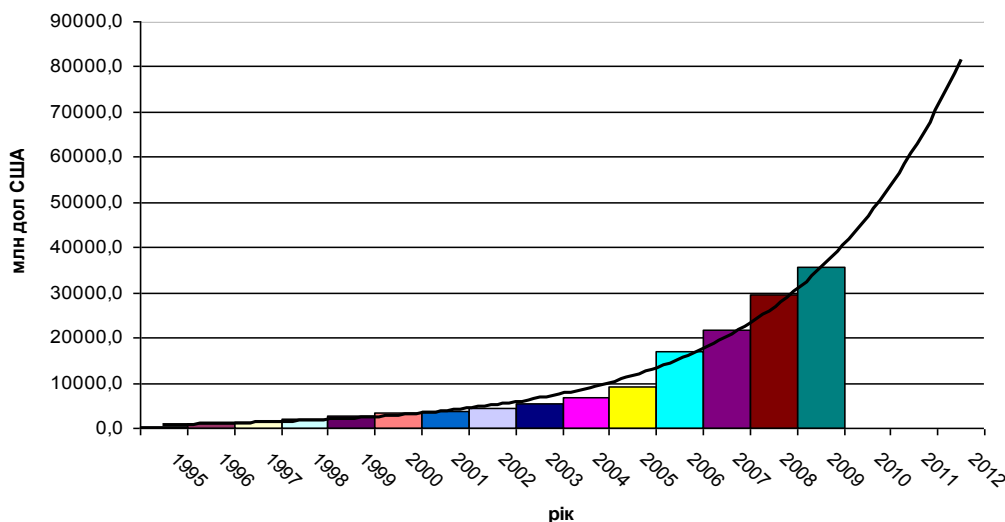


Рис. 2. Прогнозування зростання ПІІ в Україну з прогнозом до 2012 року [3]

Тобто за наявності конструктивних політичних та економічних реформ у 2012 році прямі іноземні інвестиції можуть сягнути 80 млрд доларів.

Українська економіка має великий потенціал для міжнародних інвестиційних операцій, але у його використання потрібно впровадити такі реформи:

- доповнення законодавчої бази;
- надання іноземним інвесторам певних гарантій щодо змоги виконання умов договорів;
- створення на базі існуючих підприємств відділів за напрямком "інвестиції та міжнародні відносини";
- розповсюдження інформаційно-пізнавальних листівок серед персоналу підприємств;
- розробка рекламних і піар-проектів на міжнародному рівні;
- розміщення загальної інформації про підприємство як об'єкт інвестування на іноземних сайтах;

проведення конкурсних заходів серед студентів та аспірантів для створення нових проектів, введення інновацій на основі "свіжого погляду" на ситуацію; кооперована співпраця з іноземними представниками компаній.

Наук. керівн. Крюкова О. М.

Література: 1. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>. 2. <http://www.nbl.pl/>. 3. <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 4. Теренова Н. Мастер класс от Дональда / Н. Теренова // Инвест-газета. – 2010. – № 10. – С. 16–21. 5. <http://www.imf.org/>. 6. <http://www.unctad.org/>.

УДК 339.13.012.434(477)

Ульянова А. С.

Студент 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМЫ МОНОПОЛИИ В СОВРЕМЕННОЙ УКРАИНЕ

Аннотация. Определено, что в современных условиях монополия реально тормозит экономическое развитие стран, государства регулируют деятельность монополий, проводят антимонопольную политику. Исследованы особенности этих процессов в Украине.

Анотація. Визначено, що у сучасних умовах монополія реально гальмує економічний розвиток країн, держави регулюють діяльність монополій, проводять антимонопольну політику. Досліджено особливості цих процесів в Україні.

Annotation. It is considered, that in modern conditions the monopoly actually hinders economic development, states regulate the activities of monopolies, conduct antimonopoly policies. Main peculiarities of these processes in Ukraine are studied.

Ключевые слова: монополия, конкуренция, антимонопольное законодательство, экономика Украины, АМК.

Монополия, которая пришла на смену конкуренции, в конце XX века стала реально тормозить экономическое развитие государств.

Целью работы является исследование экономической роли монополизма (монополии) в экономике Украины. Для этого необходимо показать особенности монополии как одной из рыночных структур, социальную цену её власти, каким именно образом государство регулирует деятельность монополий, как действует в Украине антимонопольное законодательство и перспективы его усовершенствования.

Проблема монополий в экономике является одной из основных для любого государства. Существуют два подхода к понятию "монополия". Во-первых, монополию можно рассматривать как тип фирмы. Монополии – крупные хозяйственные объединения (картели, синдикаты, тресты, концерны и так далее), находящиеся в индивидуальной, групповой или акционерной собственности и осуществляющие контроль над отраслями, рынками и экономикой на основе высокой степени концентрации производства и капитала, с целью установления монопольных цен и извлечения монопольных прибылей. Господство в экономике служит основой того влияния, которое монополия оказывает на все сферы жизни страны. Обычно монополия ассоциируется с крупными и известными всему миру компаниями. Но может существовать и другая трактовка понятия "монополия" – это экономическое поведение фирмы. На рынке возможна ситуация, когда покупателям противостоит предприниматель-монополист, производящий основную массу продукции определенного вида. В этом случае, монополистом может оказаться сравнительно небольшое по размерам предприятие (украинский пример – АО "ТРОЛЗА" (бывший ЗиУ), производящий 98 % троллейбусов в Украине при предельном объеме производства 2500 машин в год). И напротив, крупная фирма может и не быть монополистом, если её доля на данном рынке невелика.

Обращаясь к монополии, как виду экономической структуры рынка, ее следует рассматривать как определенный тип экономических отношений, который дает возможность одному из участников этих отношений диктовать свои условия на рынке определенного товара. Монополия предполагает, что в отрасли имеется только один производитель, который полностью контролирует

© Ульянова А. С., 2010



объем предложения товара. Степень использования монопольной власти в установлении цены будет зависеть от наличия близких заменителей товара. Если товар уникален, то покупатель вынужден платить назначенную цену или отказаться от покупки. Число продуктов, не имеющих заменителей, ограничено. К чистой монополии можно отнести предоставление коммунальных услуг, газо-, водо- и электроснабжение.

Монополия есть исключительное право деятельности в какой-либо сфере. По владельцу этого права различают монополии государственные и капиталистические. Государственными монополиями называются монополии, принадлежащие государству. Возникают в результате строительства государственных предприятий (военной промышленности, новых или капиталоемких отраслей) или национализации отдельных предприятий, отраслей промышленности и транспорта, и естественные – когда государство предоставляет отдельной фирме монопольное право быть единственным её представителем. Монополии капиталистические – это хозяйственные объединения, осуществляющие контроль над рынками посредством концентрации материальных и финансовых ресурсов, научно-технического потенциала, с целью извлечения монопольной прибыли. Капиталистические монополии устанавливают монопольные цены, воздействуя на формирование пропорций производства.

С начала 90-х годов проблемы монополии остро встали перед Украиной: стало понятно, что без принятия твердых и последовательных мер против монополизма нельзя надеяться на успех экономических реформ и переход к рыночной экономике. Успех экономических преобразований в немалой степени зависит от взвешенной, выверенной системы регулирования государством монопольных процессов и конкурентных отношений. В Украине процесс создания государственного контроля по недопущению недобросовестной конкуренции фактически начался с нуля, с момента получения Украиной независимости и формирования рыночных отношений.

Монополии в Украине, как и в других странах бывшего СССР, появились не на основе конкуренции, а вследствие экономической политики бывшего государства-монополиста. Принятое в 1992 году антимонопольное законодательство защищает одновременно и производителей, и потребителей, устанавливая определенные правила поведения на рынке и формируя конкретную среду. Решающую роль в создании на рынке благоприятной конкурентной среды играют антимонопольное законодательство и деятельность антимонопольных органов, правильное поведение которых способствует стабилизации всей экономики в целом.

Проводником антимонопольной политики в нашей стране является Антимонопольный комитет Украины (АМК), который дает разрешение на слияние, присоединение, приобретение акций, а также на проведение других видов концентрации и централизации капитала. Для борьбы с проявлениями монополизма в сфере энергетики создано НКРЕ, в сфере связи – НКРЗ. Не исключено, что потом появятся комиссии по регуляции ЖКГ, транспорта и других отраслей народного хозяйства (естественных монополистов), хотя они сегодня в той или другой степени регулируются Министерством экономики Украины и другими центральными органами управления.

На современном этапе развития экономики Украины одним из наиболее актуальных вопросов является реформация отечественных естественных монополий, которые являются стратегически важными объектами для страны и производят товары (услуги) жизненно необходимые для нормального функционирования не только всех отраслей народного хозяйства, но и отдельно каждого человека. В целом, в первой половине XX века понятие "естественной монополии" использовалось для характеристики большого количества отраслевых рынков. В частности: энергетики (включая производство энергии, добычи и транспортировки газа), связи (в том числе телефонные услуги, почтовая служба, кабельное телевидение), транспорта (в том числе железнодорожный, воздушный, междугородные автобусы), водоснабжения и других услуг коммунального хозяйства. "Укрзалізниця" является одним из ярких примеров структур, которые функционируют как на естественно-монопольном (предоставление услуг пользования железнодорожной структурой), так и на конкурентных рынках (грузовые и пассажирские перевозки, строительная индустрия и т. п.). На последних могут развиваться даже два вида конкуренции: конкуренция между разными видами транспорта; и конкуренция между предприятиями в пределах одной отрасли.

Однако пока еще много предприятий "Укрзалізниці", которые должны функционировать на конкурентных принципах, остаются на рынке естественной монополии. Такая ситуация приводит к отсутствию на предприятиях стимулов к повышению качества товаров (услуг) и производительности труда, к торможению развития научно-технического прогресса, созданию условий для необоснованного повышения цен на товары, отсутствию инвестиций в отрасль и тому подобное. В Украине естественным монополистам предоставляется значительно больше свободы, чем в странах с высокоразвитой рыночной экономикой. Так, в большинстве отраслей не выделены из общей структуры "подозрительные" предприятия, которые действительно имеют свойства естественных монополий. Примером могут служить НАК "Нефтегаз Украины", "Укрзалізниця", АО "Укртелеком". Они структурно включают в себя как естественно монопольные сегменты, так и предприятия, которые по своей сути и экономическому содержанию не являются такими и могут эффективно функционировать на конкурентных принципах. Такая ситуация наряду с позитивным эффектом – снижением транзакционных издержек – имеет также негативные последствия: наличие вспомогательных производств в структуре компании дает возможность опосредованно

перетягивать на себя в виде капитальных инвестиций оборотные средства, что не только обосновывает повышение тарифов на услуги, но и уменьшает базу налогообложения и, соответственно, поступления в бюджет государства.

Научн. рук. Бережная Н. И.

Литература: 1. <http://www.woseowl.ru/showwork/757/>. 2. Архангельський Ю. Чи є шкода від монополії? / Ю. Архангельський // Економіка України. – 2006. – № 11. – С. 62–69. 3. Гречко А. Об'єктивна необхідність реформування природних монополій в Україні / А. Гречко // Економіст. – 2007. – № 6. – С. 55–57. 4. Филлюк Г. М. Світовий досвід антимонопольного регулювання та можливості застосування в Україні / Г. М. Филлюк // Научные труды Донецкого национального технического университета. – 2008. – № 313. – С. 133–138.

УДК 338.1 (477)

Орехов О. І.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МОДЕЛЬ ЕФЕКТИВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЛЯ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто проблеми формування моделі економічного розвитку України та запропоновано їх вирішення шляхом підсилення конкурентоспроможності економіки.

Аннотация. Рассмотрены проблемы формирования модели экономического развития Украины и предложено решение этих проблем путем конкурентоспособности экономики.

Annotation. The problems of formation of the model of the economic development of Ukraine are considered and the solution of these problems is offered.

Ключові слова: глобалізація, приватизація, ВВП, інститут приватної власності.

Готових моделей економічного розвитку для конкретної країни не існує взагалі. Тому кожна політична сила має сама створювати й формувати ту модель, яка найкраще підходить у конкретних умовах і в конкретній ситуації для країни та є можливість її реалізації. Цим і визначається актуальність даної теми.

Мета дослідження: проаналізувати економічні процеси, які на сьогодні характерні для України та запропонувати шляхи вирішення актуальних проблем, притаманних економічній моделі розвитку країни.

Досить довгий час панувала думка, що глобалізація – цілком вигідний процес для України. Але від глобалізації виграють тільки найрозвиненіші країни [1, с. 550]. Україна, як країна пострадянського простору, має великий ризик і втрати, бо один з головних результатів глобалізації для наших країн – вивезення і приховування капіталу за кордоном. Глобалізація суттєво розширила масштаби цього явища. Згідно з оцінками експертів, на рахунках в іноземних банках осіло близько 100 млрд доларів США, вивезених із країн СНД. Вирішенням проблеми може стати зосередження на регіоналізації розвитку економіки України. Посилення регіональної економічної політики дасть змогу пильніше контролювати економічні процеси в країні, що забезпечить її стійкість і цілісність на макро- та мікрорівні.

Галузева структура промисловості не відповідає національним інтересам та життєвим потребам населення. У нашій країні частка експорту у структурі ВВП перевищує 56 % [2]. Україна повністю залежна від зовнішньої кон'юнктури.

Ще одна проблема – зміна власності. Сьогодні формуються нові складники недержавної власності. Склалася така ситуація, що суб'єкт власності, володіючи 0,1 % фондів, отримує 20 % доходів від власності. Це стосується іноземних власників і фінансових посередників. Якщо й надалі змінюватимемо форми власності в такий спосіб, то виникне досить серйозна внутрішня суперечність: інститут приватної власності не буде зацікавлений у розвитку, а навпаки – буде спрямований лише на подальший розподіл і перерозподіл власності.

На сьогодні продовжуємо йти шляхом приватизації, стверджуючи, що приватизація за гроші принесе той самий успіх. Вона справді може надати доходи для бюджету, вона може навіть сприяти появі деяких інвестиційних зобов'язань. Але те, що суб'єкти, отримавши доходи від власності, потім

© Орехов О. І., 2010



їх не капіталізують, а вивозять, буде серйозно і деструктивно впливати на економіку в середньотривалій перспективі. Для нас це вкрай небажані тенденції [3].

Але у процесі приватизації є свій плюс: у товаровиробників з'являється стимул до збільшення виробництва певних товарів. Цей процес не повинен мати місце у добувній промисловості. У нашій державі велика кількість приватизованих підприємств добувної промисловості, де власниками є громадяни інших країн. Ми маємо унікальні за своїми характеристиками корисні копалини, що експортуються на світовий ринок. Хоча правильніше було б з цієї сировини виробляти певну продукцію та вже готові товари експортувати. Це знизить рівень безробіття (з'явиться більше робочих місць у переробній промисловості).

Економіка залишається деформованою за рахунок домінування енергоємних галузей, галузей первинного переділу, первинної переробки мінеральних ресурсів: електроенергетики, вугільної промисловості, металургії. Нині для України це неприйнятна структура промисловості. Хоча первинні зміни, пов'язані зі зміною структури ВВП на користь сфери послуг, дали певний результат, але вони вже вичерпали себе: питома вага цих галузей уже відповідає стандартам ринковорозвинених країн. Необхідно переорієнтуватися на прибуток саме виробничого походження, а не на отриманий за схемою рентних відносин, коли отримуємо ренту від використання природних і мінеральних ресурсів, які здебільшого вивозяться за кордон [3].

Отже, сучасна економічна ситуація, що склалася в Україні, є результатом помилок та неправильної економічної політики розвитку економіки країни. Створювалося багато економічних програм, але всі вони не фінансувалися або ж фінансове забезпечення було мізерним. Перш за все треба посилити регіональну економічну політику України. Забезпечення конкурентоспроможності української економіки потребує насамперед активізації інноваційної діяльності. Тільки на цьому шляху Україна зможе на гідних засадах інтегруватися у світове співтовариство, забезпечити необхідний рівень економічної безпеки та добробуту населення.

Зазначені вище проблеми економічного розвитку є одними з основних, але їх існує ще багато, що не ставить крапку у подальшому дослідженні цього питання.

Наук. керівн. Мащенко М. А.

Література: 1. Економічна теорія: Політекономія : підручник / за ред. В. Д. Базилевича. – 6-те вид., перероб. і доп. – К. : Знання-Прес, 2007. – 719 с. 2. <http://www.ukrstat.gov.ua>. 3. <http://www.dt.ua/2000/2020/30040>.

Бочарова А. С.

УДК 330.341.1(477)

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто інноваційну діяльність як основу економічного зростання, проблеми її розвитку в Україні та засоби їх подолання.

Аннотация. Рассмотрено инновационную деятельность как основу экономического роста, проблемы её развития в Украине и способы их преодоления.

Annotation. The innovative activity as basis of the economy growing, its development problems in Ukraine and facilities of their overcoming are studied.

Ключові слова: інновації, інноваційна політика, фінансування інноваційної діяльності, економічне зростання, інноваційні технології.

У сучасному світі показники інноваційної діяльності стають вирішальними у визначенні економічного рівня держави. Конкуренція на міжнародному і внутрішньому ринках загострюється, що й визначає необхідність підвищення уваги керівників корпорацій і фірм до інноваційної діяльності. Інноваційний підхід дозволяє вирішити проблему більш ефективного використання ресурсів. Науково-технологічний та технічний рівні нині значною мірою визначають міжнародне становище країни, її місце на світовому ринку, стабільність національної економіки в цілому [1].

© Бочарова А. С., 2010

Основною метою сучасних реформ України є створення надійних умов для економічного розвитку українського суспільства, насамперед, за рахунок підвищення конкурентоспроможності, розширення виробництва і продажів на внутрішньому та зовнішньому ринках вітчизняної продукції. Саме розробка стратегій інноваційного розвитку дає досить істотні результати, але проблематика інноваційної діяльності України зараз тільки обговорюється, що, звичайно, гальмує економічне зростання держави.

Стан інноваційної діяльності в Україні більшість експертів-науковців визначають як кризовий і такий, що не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів у промислово розвинених країнах, а стабільне скорочення реальних обсягів фінансування науково-технічної стратегії не дають реально-го підґрунтя для переходу до інноваційної моделі розвитку [2].

Проблеми інноваційної діяльності є актуальними і на сучасному етапі розвитку економіки. Їх вирішенням займається велика кількість вчених, у тому числі: Борейко В. І., Давідов М. В., Данилишина Б. М., Гончарова Н. П., Левковський Л. В. та ін.

Мета роботи – охарактеризувати сучасний стан інноваційної діяльності України, виявити проблеми і шляхи їх вирішення.

Низка економічних, технологічних, соціальних, екологічних і політичних проблем значно легше може бути вирішена за умови стійкого довгострокового економічного зростання. Саме тому уряди всіх країн світу визначають економічне зростання як одну з основних цілей макроекономічної політики. При цьому дуже важливо враховувати ту обставину, що одним з визначальних елементів формування економічної системи держави та її основою є розвиток науки (інновацій). Саме тут вкрай важливим є збереження можливості проведення самостійної інноваційно-структурної політики, орієнтованої на технологічний прорив, разом з передовими країнами Європи [3].

Інноваційний розвиток у широкому сенсі можна розглянути як ланцюжок реалізованих нововведень. В економічній літературі термін "інновація" інтерпретується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, який втілюється в нових продуктах і технологіях [4].

Закон України "Про інноваційну діяльність" визначає інновації як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери, а інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг [5].

На сучасному етапі розвитку національної економіки, унаслідок непослідовності у проведенні та низької ефективності державної науково-технічної та інноваційної політики, спостерігаються тенденція щодо подальшого відставання України в технологічному розвитку від розвинутих країн світу. Зменшується кількість інноваційно активних підприємств, гальмується розвиток високотехнологічних галузей промисловості. Це призводить до зниження рівня конкурентоспроможності національної економіки [6].

Вітчизняні науковці та політики не припиняють переконувати українське суспільство у користності і вигідності інноваційної поведінки. Проте практичних результатів від обговорювання цієї проблеми не стає більше. Для України проблема низької інноваційної активності суб'єктів її економіки полягає не в тому, що суспільство не розуміє чи заперечує доцільність інноваційної поведінки товаровиробників, а в тому, що умови господарювання останніх тут принципово інші [7].

Потрібно врахувати поточний стан української економіки, виснаженої багаторічною економічною кризою, технологічною деградацією. На початку 90-х років ХХ ст. інноваційний потенціал України був набагато вищим, ніж у 2009 році [4]. Одними з причин цього є: багаторазове скорочення витрат на науку; значне постаріння наукових кадрів; граничний знос основних засобів; зниження державної підтримки науки і базисних інновацій та ін.

Для науково-технологічного прориву необхідні кардинальні зміни в механізмі вироблення і реалізації пріоритетів державної інноваційної політики щодо регульованої ринкової економіки. Неприйнятними й небезпечними є спроби позбавлення активної державної підтримки інновацій та жорсткого регулювання і мізерного фінансування науки. Важливі чітке визначення і законодавче закріплення прав та відповідальності держави в інноваційній сфері, розмежування компетенції з функціонуючим у ринковому секторі економіки приватним і змішаним капіталом. Держава через законодавчі та виконавчі органи повинна здійснювати: правове регулювання відносин в інноваційній сфері шляхом прийняття законодавчих актів, які визначають норми взаємин у цих сферах. Завдання держави полягає в тому, щоб надавати фінансову підтримку фундаментальній науці; сприяти розвитку наукової й інноваційної інфраструктури, інформаційного і кадрового забезпечення науково-технічної та інноваційної діяльності [7].

Сучасні досягнення України в міжнародному вимірі конкурентоспроможності економіки, рівня розвитку і, особливо, ефективності функціонування національної інноваційної системи є недостатніми. Відсутність цілеспрямованої державної політики з підтримки наукових установ і підприємств, упроваджуючих інноваційні програми, та недостатнє фінансування науки спричинило значне зниження технологічного рівня та конкурентоспроможності вітчизняної продукції, що витіснило її з внутрішнього ринку світовими аналогами.

Перехід до інноваційного розвитку національної економіки має певні складнощі, але не тільки держава повинна докладати зусилля для стимулювання інноваційної діяльності. Не менш важливим є підвищення мотивації робітників підприємств щодо упровадження інновацій. Доцільно звернути увагу і на те, що готовність брати участь в інноваційному процесі багато в чому залежить від рівня знань і професійної підготовки працівників та їх типу мислення. Поєднання зусиль усіх



суб'єктів інноваційної діяльності дозволить підвищити конкурентоспроможність українських підприємств на міжнародному рівні та за рахунок економічного зростання національної економіки підняти рівень життя українських громадян до європейських стандартів.

Наук. керівн. Морозова Н. Л.

Література: 1. Борейко В. І. Інновації як основа економічного зростання / В. І. Борейко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 9 (87). – С. 42–49. 2. Уляницька О. В. Вплив інвестиційної активності на розвиток інноваційних проектів / О. В. Уляницька // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 2 (80). – С. 36–41. 3. Кузьменко В. П. Від соціально-економічної політики Михайла Туган-Барановського до сучасної антикризової політики в Швеції й Австрії [Електронний ресурс] / В. П. Кузьменко. – Режим доступу : <http://iee.org.ua>. 4. Гончарова Н. П. Інноваційна економіка: проблеми і пріоритети / Н. П. Гончарова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 06 (96). – С. 11–20. 5. Закон України "Про інноваційну діяльність" № 40-IV від 4 липня 2002 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.zakon1.rada.gov.ua. 6. Давідов М. В. Шляхи організаційно-фінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України / М. В. Давідов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4 (81). – С. 130–134. 7. Бондар К. Концептуальні засади забезпечення формування в Україні моделі економічного зростання інноваційного типу / К. Бондар // Економіст. – 2006. – № 10. – С. 44–50.

Сінякіна М. А

УДК 331.53:349.22 (477)

Студент 2 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто стан зайнятості населення України, проаналізовано ринок праці, зроблено висновок про необхідність регулювання малого і середнього бізнесу як інструменту поглинання вивільненої робочої сили під час економічної кризи.

Аннотация. Рассмотрено состояние занятости населения Украины, проанализирован рынок труда, сделан вывод о необходимости регулирования малого и среднего бизнеса как инструмента поглощения высвобожденной рабочей силы во время экономического кризиса.

Annotation. The state of the employment of the population of Ukraine is examined, the labor market is analyzed, a conclusion about the need for regulating of the small and mid-sized business as the tool of the absorption of the free work force during the economic crisis is made.

Ключові слова: зайнятість, трудова діяльність, безробіття, ринок праці, економічно активне населення, попит на ринку праці.

Останнім часом особливого значення набувають проблеми регулювання зайнятості населення, формування ринку праці та запобігання масовому безробіттю. Для їх вирішення необхідно створення економічного механізму державного регулювання зайнятості населення, який би дозволяв більш ефективно використовувати трудовий потенціал. Ефективність зайнятості передбачає підвищення продуктивності праці, збільшення обсягів виробництва і скорочення витрат праці та матеріальних ресурсів на одиницю продукції. Пасивні заходи державної політики зайнятості у першу чергу орієнтовані на надання допомоги по безробіттю, але вона призводить до неефективного використання трудового потенціалу держави та фінансових ресурсів із фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття [1].

Проблеми зайнятості та безробіття на сучасному етапі розвитку національної економіки є актуальними, тому їх вирішенню присвячені роботи багатьох вчених, в тому числі: Ю. Краснова, Л. Ткаченка, В. Базилевича, Г. Завіновської та ін.

Мета дослідження – охарактеризувати проблеми ринку праці в умовах кризи; здійснити оцінювання заходів державного регулювання зайнятості та існуючих шляхів вирішення проблеми безробіття.

Зайнятість – це діяльність громадян пов'язана із задоволенням особистих і суспільних потреб, що не суперечать законодавству і, як правило, приносить заробіток (трудоий дохід) [2]. Вона характеризується системою економічних відносин з приводу забезпечення громадян робочими місцями та визначення форм участі в суспільному господарстві з метою одержання засобів до існування. Таким чином, зайнятість населення становить діяльність частини населення щодо створення

© Сінякіна М. А., 2010

суспільного продукту (національного доходу). Саме в цьому полягає її економічна сутність. Зайнятість населення — найбільш узагальнена характеристика економіки. Вона відбиває досягнутий рівень економічного розвитку, внесок живої праці в досягнення виробництва. Зайнятість об'єднує виробництво і споживання, а її структура визначає характер їх взаємозв'язків [3].

Падіння промисловості в січні 2009 року було найглибшим, починаючи з повоєнних років, а будівництво різко знижує обсяги виробництва вже другий рік поспіль. Ураховуючи, що промисловість та будівництво формують 1/3 ВВП, економіка України на 1/3 вже перебуває в кризі, а інші 2/3 економіки знаходяться "на підході" до кризи. "Дно" кризи поки що не спостерігається, є перспектива різкого обвалу та тривалої депресії промисловості [4].

У даний час український ринок праці не збалансований, про що свідчать серйозний дисбаланс у першу чергу з боку попиту. Криза в економіці, закриття великих промислових підприємств ведуть до безробіття й одночасно до необхідності широкомасштабної перекваліфікації значної частини робочої сили.

Для забезпечення відповідності професійно-кваліфікаційного рівня потребам ринку праці та конкретним вимогам роботодавців, громадяни, які шукають роботу, мають змогу за направленням державної служби зайнятості проходити професійну підготовку, перепідготовку або підвищення кваліфікації. Організація громадських робіт дозволяє окремим категоріям громадян, особливо тим, хто знаходиться в стані безробіття тривалий час, відновити трудові навички, іноді отримати постійну роботу, а також дає можливість поліпшити своє матеріальне становище [5].

Характерною рисою українського ринку праці є тіньова (прихована) зайнятість, тобто економічно активне населення, маючи статус безробітного, все-таки має певні доходи від прихованої, або не зареєстрованої діяльності. Особливістю зайнятості є також те, що попри зростаючу кількість робочих місць, рівень безробіття не зменшується, а має схильність до збільшення. Це спричинено тим, що місця, які пропонуються роботодавцями, не задовільняють безробітне населення. Причин може бути декілька: це і робочі місця без зареєстрованої зайнятості, тобто без занесення записів до трудової книжки, що не дає можливості накопичення трудового стажу, який впливає на пенсійні виплати; занадто низький рівень мінімальної заробітної плати за виконувану роботу; погані умови праці тощо.

Сучасна модель використання трудових ресурсів націлена на дешеву робочу силу. Особливість ринку праці полягає в тому, що він охоплює не тільки сферу обігу товару "робоча сила", а й сферу виробництва, де працює найманий робітник. Відносини, що тут виникають, зачіпають важливі соціально-економічні проблеми, а тому потребують особливої уваги з боку держави. Ефективна зайнятість — це модель розвитку і використання кваліфікованої, дорогої та мобільної робочої сили, орієнтованої на переоцінку її зростаючих матеріально-побутових потреб. Велику роль у реалізації концепції ефективної зайнятості повинні грати державна служба працевлаштування та заснований державою фонд поліпшення зайнятості [6].

Зростання масштабів безробіття, розвиток вимушеної, неповної та неформальної зайнятості, нелегальної трудової міграції є свідченням того, що в Україні ще не створено ефективних механізмів перерозподілу робочої сили, унаслідок чого формування національного ринку праці відбувається вкрай повільно.

Пріоритетними напрямками реформування українського ринку праці є вдосконалення системи оплати праці, розширення можливостей отримання населенням офіційних основних і додаткових доходів, соціальна підтримка окремих груп; підвищення якості та конкурентоспроможності робочої сили; сприяння ефективним і доцільним переміщенням працездатного населення; запобігання зростанню безробіття через створення робочих місць за рахунок різних джерел фінансування, впровадження механізмів звільнення і перерозподілу зайнятих, реструктуризації економіки і піднесення вітчизняного виробництва. Державна політика зайнятості має спрямовуватись на створення нових продуктивних робочих місць. Країна має виробити стратегію, спрямовану на соціальний захист людей, яких звільнюють при скороченні видатків і зменшенні обсягів непродуктивної праці. Навіть в умовах фінансової кризи політику створення нових робочих місць можна було б реалізувати за допомогою податкових пільг, залучення іноземних інвестицій тощо. Ураховуючи, що суб'єкти малого і середнього підприємництва найгнучкіші, які швидко освоюються та адаптуються до нових умов ведення бізнесу, для України важливим є розвиток малого та середнього бізнесу.

Завданням сучасного етапу у сфері регулювання зайнятості в національній економіці є перехід до активної політики на ринку праці, в основі якої має бути така модель управління, центральними елементами якої будуть регулятори ринкової організації праці, що надасть змогу забезпечити ефективне регулювання на ринку праці з координуючою, стимулюючою та обмежуючою функціями держави у процесі управління.

Наук. керівн. Морозова Н. Л.

Література: 1. Краснов Ю. Методологічні основи відтворювального механізму зайнятості населення / Ю. Краснов // Україна: аспекти праці. — 2008. — № 4. — С. 37–41. 2. Базилевич В. Д. Економічна теорія: Політекономія : підручник / В. Д. Базилевич. — К. : Знання-Прес, 2004. — С. 615–621. 3. Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посібн. / Г. Т. Завіновська. — К. : КНЕУ, 2001. — С. 300–303. 4. Економічна криза в Україні: виміри, ризики, перспективи (інформаційний огляд) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua>. 5. Державний комітет статистики України. — Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua. 6. Ткаченко Л. Фінансово-економічна криза і ринок праці України / Л. Ткаченко // Праця і зарплата. — 2009. — № 4. — С. 4–6. 7. Міністерство праці та соціальної політики. — Режим доступу : <http://mlsp.kmu.gov.ua>.

Студент 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

УКРАЇНА ТА ЄВРОПЕЙСЬКЕ СПІВТОВАРИСТВО

Анотація. Проаналізовано перспективи та проблеми інтеграції України до Європейського Союзу, а також розглянуто наслідки реалізації цих інтеграційних цілей.

Аннотация. Проанализированы перспективы и проблемы интеграции Украины в Европейский Союз, а также рассмотрены последствия реализации этих интеграционных целей.

Annotation. The prospects and problems of integration of Ukraine into the European Union are analyzed, and also the implications of these integration goals are considered.

Ключові слова: ЄС, економічна інтеграція, СОТ, торгівля, експорт, інвестиції.

Україна, визначившись із напрямками приєднання до міждержавних об'єднань, обрала європейський і євроатлантичний шляхи інтеграції. Прагнення до членства в ЄС було схвалено ВРУ ще в липні 1993 року, коли були прийняті "основні напрямки зовнішньої політики України". З обранням президента Ющенка В. А. уряд України виразив своє прагнення інтегруватися в ЄС. У перспективі наша країна планує стати асоційованим (2010 рік) і згодом повноправним членом ЄС. Вхідження в коло європейських держав через європейську інтеграцію означає придбання досвіду, що мають західні країни, становлення цивільного суспільства, ринкової економіки, соціального захисту, реформи збройних сил і т. д. Тому вивчення та дослідження проблем вступу України до ЄС є актуальним у теперішній час.

Шлях у ЄС збігається зі шляхом вирішення внутрішніх проблем: реформування економіки й політичної системи, формування демократичного суспільства, демократичної держави європейського зразка.

Вступ України в ЄС нелегкий, про це свідчить те, що з моменту проголошення мети пройшло вже 16 років, а яких-небудь істотних зрушень не спостерігається. Для побудови принципів і критеріїв, необхідних для вступу в ЄС, мало побудувати стабільну ринкову економіку (хоча це є більш ніж серйозним завданням), необхідно привести у відповідність законодавчу систему й ряд соціальних інститутів.

Іноді виникає питання, для чого нам необхідні економічні перетворення, оскільки ЄС нам нічого не обіцяє. Само по собі членство в інтеграційному об'єднанні такого рівня вимагає відповідності певним критеріям. В економічному змісті це означає створення конкурентоспроможної економіки, здатної конкурувати у вільному європейському просторі, витримувати конкурентний тиск і відповідати зобов'язанням, які стоять перед усіма членами ЄС, а саме: брати активну участь у будівництві економічного й валютного союзу.

Зараз Україна у два рази відстає за рівнем ВВП на душу населення порівняно з тими країнами, які недавно завершили внутрішні перетворення й вступили до ЄС. Таке відставання значне, однак дозволяє сподіватися на приєднання в довгостроковій перспективі.

Більш важливими є якісні показники. Найменш розвинені держави мають більш високу динаміку розвитку. Якщо Ірландія, вступаючи в ЄС, була відсталою країною, регулярно одержувала різні дотації, то сьогодні ця країна має найвищий показник високотехнологічного експорту в структурі експорту готової продукції. Це свідчить про те, що в результаті модернізації в рамках ЄС відбулися серйозні структурні зміни в економіці й держава перевищила середній рівень розвитку в ЄС. Португалія, Іспанія, Греція також підняли свій економічний рівень у якісному відношенні.

Головними торговельними партнерами України є такі країни ЄС, як Німеччина, Польща, Італія. ЄС є головним інвестором для України, частка якого перевищує 40 % у структурі прямих іноземних інвестицій. Серед провідних інвесторів є 4 держави ЄС: Великобританія – 9,5 %, Нідерланди – 7,8 %, Німеччина – 5,8 %, Австрія – 3,9 % [1].

Інвестиції ЄС йдуть насамперед на створення нових робочих місць, відновлення виробничих потужностей.

Важливим є й те, що Україна уклала ряд великих проектів з ЄС. На сьогоднішній день існує кілька напрямків. Насамперед мова йде про використання транзитного потенціалу України.

Україна повинна стати інтегрованою ланкою у створенні західноєвропейської системи транспортних коридорів, перш за все це має значення при створенні коридорів для транзиту енергоносіїв. У даній сфері Україна має гарні позиції як у газотранспортному будівництві, так і у створенні нафтопроводів.



У контексті розширення ЄС Україна прагне не допустити появи нових розподільчих ліній у Європі та виступає за забезпечення недискримінаційного порядку в'їзду до країн – членів ЄС, своїх громадян. Робота на цьому напрямі, зокрема передбачає: перспективне запровадження довгострокових багаторазових віз для громадян України, які на постійній основі беруть участь в економічних, культурних, спортивних, наукових і навчальних обмінах з ЄС; полегшення порядку перетину кордону для громадян України, що мешкають у прикордонних з ЄС районах, а в довгостроковій перспективі – спрощення візового режиму ЄС для всіх категорій українських громадян.

Однак на сьогодні існують серйозні проблеми, що обмежують входження України в європейський економічний простір. Це стосується нашої торгівлі, вона свідчить про обмежений потенціал на ринку Європи. Саме за тими товарами, які є найбільш динамічним у світі, визначають потенціал розвитку торгівлі на перспективу.

Наприклад, розглянемо торгівлю України з Німеччиною. 30 % – одяг і текстиль, 25 % – поставка металів, 10 % – поставка машин і устаткування. Зрозуміло, що з такою структурою наші темпи просування в ЄС залишаться вкрай низькими.

Ратифікована урядом угода між Україною і ЄС про наукове й технологічне співробітництво створює механізми підключення нашої держави для реалізації науково-технічних проектів, які здійснюються в рамках ЄС. Це дослідження у сфері навколишнього середовища, біомедичних досліджень, охорони здоров'я, лісового господарства та ін. Україна матиме юридичні підстави, щоб переходити до вищих етапів взаємодії. Це стосується питань зон вільної торгівлі й статусу асоційованого членства в ЄС. Тому приєднання України до СОТ – це найважливіший крок, зроблений назустріч реалізації інтеграційних цілей.

Отже, Євросоюз є найбільш розвиненим інтеграційним об'єднанням, свого роду моделлю, на якій спрацьовують окремі елементи інтеграції. Тому прагнення України до Євросоюзу викликано очевидними причинами: підвищення рівня життя, спрощений доступ до європейського ринку товарівиробників, більш тісне співробітництво в науково-технічній сфері. Однак для перетворення в життя цих намірів нашої державі необхідно перебороти ряд серйозних проблем економічного, політичного та соціального характеру.

Наук. керівн. Крамарева О. С.

Література: 1. <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. Злоказова Н. А. Розширення ЄС: за й проти з позицій його членів / Н. А. Злоказова // Світова економіка й міжнародні відносини. – 2007. – № 1. – С. 62–69. 3. Кравцов М. С. Україна і ЄС / М. С. Кравцов // Світова економіка й міжнародні відносини. – 2007. – № 10. – С. 15–29. 4. <http://www.ru.tsn.ua>.

УДК 338.1

Коротчин В. М.

Нотевський Д. Г.

Студенти 1 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

НАПРЯМКИ ВИХОДУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ З КРИЗОВОГО СТАНУ

Анотація. Проаналізовано сучасний стан та перспективи виконання стратегічних планів виходу економіки України з кризового стану. Акцент зроблено на питаннях безробіття та міжнародних зв'язків.

Аннотация. Проанализованы современное состояние и перспективы выполнения стратегических планов выхода экономики Украины из кризисного состояния. Акцент сделан на вопросах безработицы и международных связей.

Annotation. The economic situation in the country and the ways how to solve this problems are analyzed. The problems of unemployment and international relations are accentuated.

Ключові слова: криза, безробіття, міжнародні зв'язки.

© Коротчин В. М., Нотевський Д. Г., 2010



На даному етапі нестабільна світова економіка змушує замислитись над її подальшим розвитком. Особливу увагу треба звернути на власну країну, яка страждає як від впливу внутрішньої роздробленості, так і переживає вплив зовнішніх зв'язків.

Характер і динаміка економічного розвитку країни є предметом найпильнішої уваги. Наслідком процесів економічного розвитку є структурні зміни в національній економіці й від їхнього впливу залежить майбутнє країни та її перспективи.

Питаннями виходу економіки України з кризової ситуації займалися видатні економісти, вчені. Вони у своїх працях висвітлили теоретичний аспект кризового явища, оцінили наслідки та займались розробкою напрямків реформування економіки України. Академік НАН України Геєць В. М., Скрипниченко М. І. [1], Шумська С. С. [1; 2] випустили цілу низку наукових праць, які висвітлили кризу економіки країни.

Мета даної роботи – узагальнене дослідження проблеми, аналіз фактичних даних, що відбувають динамічні показники економічного зростання, проблеми перспектив економічного зростання в Україні.

Головна мета ринкової проблематики економіки України полягає в тому, щоб підвищити продуктивність та ефективність функціонування національної економіки, а відтак, створити надійний фундамент зростання добробуту населення. Для цього необхідно зосередитись на забезпеченості високого рівня зайнятості в державі та співпраці розвитку раціональних зовнішньоекономічних зв'язків

У нашій країні й досі немає чітко сформульованої соціальної складової її економічної політики, оскільки із самого початку реформатори відмовилися від необхідності паралельного пошуку нових критеріїв і механізмів соціалізації загальноекономічного розвитку в марному прагненні забезпечити швидкість реформ.

Один із важливих чинників нинішньої глибокої кризи української економіки полягає у здійсненні переходу до ринку за допомогою лібералізації цін, а не завдяки забезпеченню демократичних свобод у суспільстві та послідовним інституційним змінам економічного середовища з використанням у процесі реформ лібералізації цін.

Шляхом вирішення безробіття є необхідність інституційних змін, таких, як: забезпечення правового порядку стосовно основної маси населення включно з проведенням антимонопольної політики, перетворення відносин власності, забезпечення конкурентності і такої важливої її передумови, як свобода економічної діяльності зі створенням рівних можливостей, розбудова інфраструктури ринку, реформування грошової, фінансової та банківської діяльності, проведення інвестиційної і структурної політики, створення сприятливих умов для розвитку підприємництва, справедливий розподіл доходів. Удосконалення інституційної політики передбачає використання й таких інструментів, як індикативне планування та соціальні програми.

Включення України в систему світогосподарських зв'язків вимагає серйозної адаптації її структури, всього господарського механізму до надзвичайно серйозних вимог, котрі диктують світове господарство та його економічні інститути. Програма "Україна – 2010" визначає стратегічний прогноз входження України в систему міжнародного поділу праці. Це відбувається з нарощенням експорту та одночасним скороченням промислового імпорту. Передбачається подальший розвиток режиму вільної торгівлі з країнами СНД. Створюватимуться умови для вступу до Світової організації торгівлі України, яка має великий експортний потенціал. Основними торгівельними партнерами України є Росія, Німеччина, Туркменістан, США. Україна експортує свої товари в 201 країну світу, при цьому лідирує Європа, частка якої в загальному обсязі експорту становить 35 %. Товарна структура експорту України носить чітко виражений сировинний характер. Взагалі, у структурі українського експорту переважають товари з низьким ступенем обробки (близько 66 %). Зростання українського експорту досягається за рахунок чорних металів. Основне стратегічне завдання для України – перехід до розвитку економіки, орієнтований на експорт, і отже, на виробництво товарів, здатних конкурувати на світовому ринку. Особливістю зовнішньої торгівлі України є розвиток зустрічної торгівлі і перш за все бартерних операцій. Це є наслідком нескоординованих механізмів зовнішньоторгівельної, податкової та валютної політики. Бартерна торгівля має матеріалізовану форму збереження валютної виручки. Сировинна спрямованість українського експорту свідчить про атрофію переробної промисловості. Вітчизняні виробники мають обмежені можливості в закупівлі необхідної сировини і виготовленні відповідної продукції внаслідок низької платоспроможності. Не маючи попиту на внутрішньому ринку, сировина спрямовується за кордон для виготовлення з неї продуктів, які повертаються на ринки України, витісняючи вітчизняних виробників.

Таким чином, виконання поставлених завдань можливе при умові широкого розвитку вільного підприємництва, котре потребує відповідну законодавчу базу, а також відносність захисту прав власності, боротьби з монополізмом. Держава регулює грошовий кругообіг, забезпечує стійкість національної валюти, регулює взаємовідносини між підприємцями та найманими робітниками, а головне – гарантує безпеку національній економіці. Однак на сучасному етапі, як і завжди, не все залежить лише від активних дій урядової команди, потрібна консолідація всіх гілок влади як на загальнодержавному рівні, так і на місцях. Лише консолідовані дії влади можуть подолати виклики, що стоять перед Україною.

Наук. керівн. Мащенко М. А.

Література: 1. <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/351889.html>. 2. <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/56784.html>. 3. Словник сучасної економіки Макміллана / пер. з англ. – К. : АртЕк, 2000.

Студент 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

РИНОК ПРАЦІ В УКРАЇНІ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ

Анотація. Розглянуто безробіття як складне соціально-економічне явище, що супроводжує існування ринкової економіки. В Україні рівень безробіття за останні роки змінився на краще. Для регулювання ринку праці необхідно вживати комплекс соціальних, адміністративних та економічних заходів.

Аннотация. Рассмотрено безработицу как сложное социально-экономическое явление, которое сопровождается существованием рыночной экономики. В Украине уровень безработицы за последние годы изменился в лучшую сторону. Для регулирования рынка труда необходимо использовать комплекс социальных, административных и экономических мер.

Annotation. Unemployment as a complex of socio-economic phenomenon, which accompanies the existence of a market economy is studied. In Ukraine, the unemployment rate in recent years has changed for the better. For labour market regulation it is necessary to use a set of social, administrative and economic measures.

Ключові слова: ринок праці, безробіття, попит та пропозиція праці, НТП, накопичення капіталу, рівень безробіття.

Ринок праці – це ринок виробничої сили праці як товару, рівноважна ціна і кількість якого визначається співвідношенням попиту та пропозиції. Іншими словами, це система економічних механізмів, норм й інститутів, які забезпечують відтворення робочої сили та використання праці.

Попит на працю залежить від двох факторів: граничної продуктивності праці та від пропозиції інших факторів виробництва. А пропозицію праці на індивідуальному рівні кожний вирішує для себе сам, виходячи зі споживчого вибору між дозволенням та споживанням товарів.

На жаль, в Україні кон'юнктура зареєстрованого ринку праці продовжує характеризуватися перевищенням пропозиції робочої сили над попитом на неї. Проте в кінці 2009 року цей показник почав зменшуватися. На даний момент за даними Бюлетеню Національного банку України (лютий 2010 року) було розраховано загальну картину заборгованості із виплати заробітної плати та офіційний рівень безробіття (рисунок).



Рис. Рівень безробіття та заборгованість із виплати заробітної плати за місяцями за 2008 – 2009 роки [1]

З рисунку видно, що заборгованість із виплати заробітної плати у 2009 році порівняно з попереднім роком зростає майже у 2 рази, а ситуація на ринку праці стабілізувалася. Хоча загальна картина безробіття суттєво змінюється з кожним роком. На обліку Державної служби зайнятості України наприкінці 2009 р. перебувало 531,6 тис. безробітних громадян, що складає 1,9 % від працездатного населення. Рівень безробіття, визначений за методологією МОП, за дев'ять місяців 2009 скоротився до 8,6 % проти 9,5 % у I кварталі 2009 року, який є нижчим, ніж аналогічний індикатор за країнами Європейського Союзу (8,8 %) [2].



Отже, ситуація в Україні на сьогодні на ринку праці покращилася і це свідчить про ефективність урядових заходів щодо її поліпшення.

Щоб пояснити причини безробіття, потрібно звернути увагу на накопичення капіталу, який негативно впливає на рівень зайнятості населення, адже він супроводжується НТП. А це означає, що в міру розвитку технічного прогресу відносна потреба в робочій силі зменшується.

Щодо сутності безробіття, то вона полягає в тому, що це не випадкове, а закономірне явище, породжене процесом накопичення капіталу в умовах ринкової економіки, яка неминуче і породжує його.

Виділяють два основних типи безробіття: природне і вимушене. Природне безробіття набуває форми добровільного, фрикційного, інституціонального:

а) добровільне безробіття виникає внаслідок того, що деякі працівники не хочуть працювати за пропоновану їм зарплату, але приступили б до роботи, якби плата була вищою;

б) фрикційне безробіття пов'язане з постійним рухом населення з одного регіону в інший, із зміною професій тощо;

в) інституціональне безробіття породжується самою будовою ринку робочої сили, факторами, які впливають на попит і пропозицію робочої сили.

Вимушене безробіття – це такий вид безробіття, коли людина в працездатному віці не працює з незалежних від неї причин.

Нині в Україні вже закладено основи здійснення політики зайнятості та соціального захисту безробітних. Вони базуються на Законі України "Про зайнятість" і Державній програмі зайнятості. Ці документи узагальнюють світовий досвід та забезпечують достатній рівень соціальних гарантій за розмірами допомоги з безробіття й термінами її надання.

В Україні розмір допомоги у зв'язку з безробіттям за 2000 – 2009 роки має тенденцію, що наведена у таблиці.

Таблиця

Розмір допомоги у зв'язку з безробіттям в Україні за 2000 – 2009 роки [3]

Рік	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Допомога у зв'язку з безробіттям (грн)	59,4	85,2	106,0	118,3	146,4	192,9	251,5	339,3	571,1	655,6

Відповідно до Закону України "Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття" встановлені розміри допомоги відповідно до стажу страхування: до 2 років 50 %; від 2 до 6 років – 55 %; від 6 до 10 років 60 %; понад 10 років – 70 % [4].

За законом Оукена перевищення фактичного рівня безробіття над природним рівнем на 1 % означає недовиробництво ВВП порівняно з потенціальним на 2,5 – 3 %.

$$\text{Недовиробництво ВВП} = \left(\text{Фактичний рівень безробіття} - \text{Природний рівень безробіття} \right) \times 2.5\%$$

↓
6% - загальноприйнятий в світі

Підрахуємо розмір недовиробленого ВВП у 2009 році: $(8,6\% - 6\%) \times 2,5\% = 6,5\%$. Валовий внутрішній продукт склав у фактичних цінах у 2009 році 914 млрд 720 млн гривень. Це означає, що потенційний ВВП міг бути 978 млрд 310 млн гривень. Тобто недовироблено близько 63 млрд 590 млн гривень.

Державна програма зайнятості, що виражає в першу чергу державну політику, спрямовує свої заходи на досягнення і збереження високого рівня зайнятості населення; удосконалення структури зайнятості та інфраструктури ринку праці; реалізацію інтелектуальних можливостей людини шляхом поліпшення якості робочої сили; перехід від утриманських настроїв громадян України до їх особистої відповідальності тощо.

Надзвичайно важливою ланкою системи соціального захисту є індексації грошових доходів населення відповідно до рівня цін. В умовах переходу України до ринкової економіки кількість безробітних буде зростати, що вимагає проведення активної соціальної політики на рівні держави.

Наук. керівн. Бережна Н. І.

Література: 1. Ринок праці та доходи населення // Бюлетень Національного банку України. – 2010. – № 2(203). – С. 14–15. 2. Зайнятість: випробування кризою // Урядовий кур'єр. – 2010. – № 4. – С. 14–16. 3. <http://www.ukrstat.gov.ua>. 4. Закон України "Про зайнятість" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/>. 5. Позитивні тенденції на ринку праці // Праця і зарплата. – 2010. – № 1 (677). – С. 3–15.

ДОХОДИ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ТА ЇХ СТРУКТУРА

Анотація. Присвячено теоретичним і практичним питанням доходів населення. Розглянуто зміст, функції та структуру доходів у ринковій економіці. Проаналізовані найважливіші показники рівня доходів населення за 2000 – 2009 рр.

Аннотация. Посвящено теоретическим и практическим вопросам доходов населения. Рассмотрено содержание, функции и структура доходов в рыночной экономике. Проанализированы важнейшие показатели уровня доходов населения за 2000 – 2009 гг.

Annotation. The article is devoted to theoretical and practical issues of people's incomes. The content, functions and structure of income in a market economy are considered. The important indicators of income levels for 2000 – 2009 years are analyzed.

Ключові слова: доходи населення, сімейний дохід, прожитковий мінімум, рівень життя населення, номінальна заробітна плата, реальна заробітна плата, індекс цін.

Зниження темпів розвитку України в умовах фінансово-економічної кризи не могло не позначитися негативно на доходах населення.

Доходи населення як політико-економічна категорія становлять певну суму грошових коштів та матеріальних благ і послуг, отриманих у процесі виконання економічних функцій домогосподарствами, з приводу отримання яких виникають відносини приватної власності у всіх сферах суспільного відтворення [1, с. 268].

Доходи населення в ринковій економіці виконують такі функції:

- 1) добробуту – забезпечують певний рівень життя населення;
- 2) мотиваційну – сприяють ефективному включенню до виробничого процесу шляхом створення системи нових стимулів;
- 3) соціальну – формують відповідну якість життя.

Складовою доходів населення є сімейний дохід. Існують різні джерела формування сімейних доходів: заробітна плата; доходи від власності; доходи від особистого підсобного господарства; доходи від кооперативної діяльності; доходи від індивідуальної трудової діяльності; державні трансфертні платежі (пенсії, допомога з безробіття, стипендії, безплатні послуги в галузі охорони здоров'я, освіти та ін.).

Рівень сімейних доходів не повинен бути нижчим за прожитковий мінімум, тобто за величину, яка у вартісному вираженні відображає законодавчо визначений рівень споживання товарів і послуг, необхідних для забезпечення життєдіяльності людини та збереження її здоров'я [2].

Прожитковий мінімум є важливим соціально-економічним нормативом для визначення: розмірів мінімальної заробітної плати; мінімальної пенсії за віком; допомоги багатодітним сім'ям; виплат безробітним; стипендій та інших соціальних виплат. Прожитковий мінімум станом на грудень 2009 року для дітей у віці до 6 років складав 632 грн, для дітей у віці від 6 до 18 років – 776 грн, для працездатних осіб – 744 грн, для осіб, які втратили працездатність, – 573 грн [3]. Тобто мінімальна заробітна плата і є прожитковим мінімумом для людей працездатного віку.

У сучасній ринковій економіці доходи окремих фізичних осіб, сімей розрізняються не лише за рівнем, а й за структурою. Структура сімейних доходів за напрямками використання їх: харчування; придбання одягу та взуття; придбання товарів тривалого користування; соціально-культурні та побутові послуги; комунальні послуги; транспорт; заощадження тощо.

Згідно із законом Енгеля, у міру зростання доходів сім'ї загальне споживання благ збільшується, але у різних пропорціях і структурних співвідношеннях. Зі зростанням доходів сім'ї знижується питома вага витрат на харчування, а от питома вага витрат на задоволення культурних та інших нематеріальних потреб суттєво зростає. У 2009 році витрати на харчування середньостатистичної української родини склали близько 77 % від загальних доходів [3].

Основною формою доходів залишається заробітна плата, яка в доходах населення України становить 40,3 % [3]. Заробітну плату поділяють на номінальну та реальну. Номінальна заробітна плата – це сукупні кошти, отримані за визначений період за результатами праці, а реальна – це кількість товарів і послуг, які можна придбати за номінальні доходи (таблиця).

Основні показники рівня доходів населення [3]

Показник	2000 р.	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.
Середньо-місячна зарплата (грн)	230	311	376	462	590	806	1041	1351	1806	1877
Індекс номінальної зарплати (%)	129,6	135,2	121	122,8	127,5	136,7	129,2	129,7	133,7	104,9
Індекс цін (%)	125,8	106,1	99,4	108,2	112,3	110,3	111,6	116,6	122,3	112,3
Індекс реальної зарплати (%)	99,1	119,3	118,2	115,2	123,8	120,3	118,3	112,5	109,3	90,0
Пенсія (грн)	71,3	83,7	122,5	136,6	182,2	316,2	406,9	478,4	751,4	906,9
Мінімальна зарплата (грн)	90	118	165	205	237	332	400	460	605	744
Допомога у зв'язку з безробіттям (грн)	59,4	85,2	106,0	118,3	146,4	192,9	251,5	339,3	571,1	655,6

Аналізуючи динаміку індексу реальної зарплати, видно його підвищення протягом 2001 – 2008 рр., а у 2009 – зниження на 10,0 %.

До основних причин зниження рівня реальної зарплати можна віднести:

фінансово-економічну кризу, яка спричинила зниження рівня життя населення;
 зниження темпів економічного зростання (у 2009 році ВВП знизився на 14,8 %; падіння обсягу промислової продукції на 20,9 %, порівняно з 2008 роком) [4, с. 7];
 відсутність діючої системи стимулювання робітників;
 недоліки податкової системи і системи допомоги малозабезпеченим сім'ям;
 зростання цін темпами вищими, ніж зростання номінальної зарплати (у 2009 році номінальна заробітна плата зросла на 4,9 %, а ціни – на 12,3 %).

Підвищення реальних доходів населення, на погляд автора, можна досягти за рахунок таких заходів:

- удосконалення системи заробітної плати у бюджетних галузях;
- побудова мотиваційної моделі тарифної сітки;
- реформування системи оподаткування доходів населення. З одного боку, треба ввести прогресивну систему оподаткування, яка б сприяла ефективному перерозподілу доходів населення і підтримка найбільш незахищених верств населення. Більш того, доцільно впровадити селективний податок на розкіш, що його сплачуватимуть лише власники особняків, квартир в елітних будинках, престижних іномарок, а також великих депозитів [5, с. 83]. З іншого боку, система оподаткування повинна сприяти зменшенню тіньового сектору економіки;
- зменшенню частини тіньового сектору повинні сприяти також як законодавство, так і реформування системи пенсійного забезпечення, яке б заохочувало робітників отримувати зарплату не у "конвертах", а відкрито. Обсяг прихованої оплати праці в 2000 роки склав майже одну третину загального фонду заробітної плати. Таким чином, з кожної гривні виплаченої в країні заробітної плати приблизно 30 коп. приховується від податкових і статистичних органів державного обліку [6, с. 83];
- підняття продуктивності праці і підвищення зарплати меншими темпами, ніж продуктивність праці. Для підвищення продуктивності праці необхідно упроваджувати інноваційно-інвестиційну модель розвитку економіки;
- на погляд автора, заробітна плата повинна стимулювати молодь закінчувати вищі навчальні заклади. Випускник вузу повинен отримувати зарплату вищу, ніж інші робітники. Для цього кількість вузів у країні необхідно скоротити, а якість навчання підвищити, щоб підприємці були зацікавлені саме у працівниках з вищою освітою;
- збільшення допомоги у зв'язку з безробіттям.

Отже, рівень доходів населення є одним з найголовніших показників економічного розвитку країни. Доходи напряму пов'язані з рівнем життя населення. Розглянувши структуру доходів сім'ї, видно, що заробітна плата займає в ній найбільшу питому вагу. Необхідно також враховувати відмінність між номінальними та реальними доходами, тобто враховувати ціновий фактор. Чим вищі реальні доходи щодо номінальних, тим вищий добробут населення. На жаль, в Україні протягом останнього часу спостерігається негативна динаміка цього показника. Тому саме проблеми підвищення реальних доходів населення дуже актуальні сьогодні в Україні. Необхідно визначити оптимальне співвідношення всіх факторів, які сприятимуть їх підвищенню.

Наук. керівн. Бережна Н. І.

Література: 1. Бревнов А. А. Основы экономической теории : учебн. пособ. / А. А. Бревнов. – Харьков : ООО "Одиссей", 2004. 2. Закон України "Про прожитковий мінімум" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/>. 3. <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 4. Економіка України за 2009 рік // Урядовий кур'єр. – 2010. – № 16. 5. Волинський Г. Про соціальну диференціацію населення / Г. Волинський // Економіка України. – 2008. – № 2. – С. 79–84. 6. Замараев Б. Особенности образования первичных доходов / Б. Замараев // Вопросы экономики. – 2009. – № 4. – С. 80–90.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОМПЬЮТЕРИЗИРОВАННЫХ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ

Аннотация. Исследованы перспективы и тенденции развития компьютеризированных банковских систем. Рассмотрены критерии оценки их эффективности.

Анотація. Досліджено перспективи і тенденції розвитку комп'ютеризованих банківських систем. Розглянуто критерії оцінки їх ефективності.

Annotation. The prospects and trends of development of computerized banking systems are examined. The measures of estimation of their effectiveness are considered.

Ключевые слова: компьютеризированные банковские системы, перспективы, тенденции развития, критерии эффективности.

Развитие банковской системы на современном этапе характеризуется усилением роли крупных банковских структур, обеспечивающих наиболее эффективное применение банковских технологий. Вместе с тем, усложняется система управления банком. Постоянные изменения, происходящие в сфере деятельности банков и затрагивающие юридическую сферу, экономическую среду и банковские технологии, требуют от системы управления банком высокой степени адаптивности. В этих условиях, одним из наиболее актуальных способов повышения эффективности работы банков является применение компьютеризированных банковских систем (КБС).

Целью статьи является исследование перспектив и тенденций развития КБС, выбор критериев оценки их эффективности.

Трудно представить себе более благодатную почву для внедрения новых компьютерных технологий, чем банковская деятельность. Почти все задачи, которые возникают в ходе работы банка, достаточно легко поддаются автоматизации. Быстрая и бесперебойная обработка значительных потоков информации является одной из главных задач любого крупного банка. В соответствии с этим, очевидна необходимость внедрения современной КБС, позволяющей обрабатывать всё возрастающие информационные потоки [1, с. 85]. Необходимо отметить, что именно банки обладают достаточными финансовыми возможностями для использования самой современной техники.

Использование КБС позволяет расширить применение экономико-математических методов в управлении, то есть не просто ускорить обработку информации методом прямого счёта, а оптимизировать некоторые процессы (например, распределение и размещение мобилизованных средств). При этом время на обработку снижается настолько, что это сказывается на повышении оперативности проведения расчётов и, следовательно, на повышении оперативности принимаемых решений. Появляется возможность расширения спектра оказываемых услуг, повышения их качества и расширения географии за счёт более полного использования средств телекоммуникаций.

КБС должны иметь гибкую структуру и быть открытыми системами, то есть допускающими внесение необходимых изменений в случае каких-либо перестроек в банковской сфере. Поэтому система должна быть ориентирована на автоматизацию управления банковской деятельностью, а не на конкретную задачу чистой автоматизации обработки банковской информации. Другими словами, система должна соблюдать принцип целевого характера управления и удовлетворять требованию открытости для внесения изменений и наращивания функциональных возможностей по мере необходимости. Это требование реализуется на принципах строгой параметризованности автоматизируемых объектов и модульности.

КБС, на сегодняшний день, являются одной из самых быстро развивающихся областей прикладного сетевого программного обеспечения и представляют из себя "лакомый кусочек" для любого производителя компьютеров и ПО. Поэтому почти все крупные разработчики компьютерной техники предлагают системы на базе своих платформ.

КБС обычно реализуются по модульному принципу. Широко используются специализированные мощные или универсальные компьютеры, объединяющие несколько локальных вычислительных сетей. В КБС применяется межсетевой обмен и удалённый доступ к ресурсам центрального офиса банка для выполнения операций "электронных платежей". Банковские системы должны иметь средства адаптации к конкретным условиям эксплуатации. Для поддержки оперативной работы банка КБС должна функционировать в режиме реального времени OLTP (On-line Transaction Processing).

Перечислим основные функции КБС (обычно они реализуются в виде независимых модулей единой системы) [2, с. 192]:



- 1) автоматизация всех ежедневных внутрибанковских операций, ведение бухгалтерии и составление сводных отчетов;
- 2) системы коммуникаций с филиалами и иногородними отделениями;
- 3) системы автоматизированного взаимодействия с клиентами (так называемые системы "банк – клиент");
- 4) аналитические системы: анализ всей деятельности банка и выбор оптимальных, в данной ситуации, решений;
- 5) автоматизация розничных операций – применение банкоматов и кредитных карточек;
- 6) системы межбанковских расчетов;
- 7) системы автоматизации работы банка на рынке ценных бумаг;
- 8) информационные системы: возможность мгновенного получения необходимой информации, влияющей на финансовую ситуацию.

Итак, самой главной задачей компьютерного департамента банка зачастую является выбор наилучшего решения из предлагаемых на рынке вариантов КБС или выбор стратегии разработки или модернизации существующей КБС.

Рассмотрим критерии такого выбора [3, с. 138; 139].

Стоимость КБС. Здесь следует обратить внимание на выбор вычислительной платформы, сетевого оборудования и ПО. Немаловажна и стоимость обслуживания и сопровождения системы. Очевидно, что конкуренция поставщиков увеличивает шансы найти более дешёвое решение.

Возможность масштабирования. В случае роста банка стоимость модернизации КБС при неудачном выборе резко возрастает. Необходимо, чтобы выбранная вычислительная платформа допускала постепенное наращивание ресурсов в тех частях системы, где это требуется. Использование существующих ресурсов. От эффективности использования уже имеющихся компьютеров, сетей и каналов связи существенно зависят и затраты на построение КБС.

Наличие системы защиты информации. Безопасность данных является одним из главных требований к КБС. Должна быть предусмотрена как устойчивость работы при неправильных действиях персонала, так и специализированные системы защиты от преднамеренного взлома КБС с корыстными или иными целями.

Надёжность системы. Отказы отдельных элементов КБС не должны приводить к её полному выходу из строя. Кроме того, необходимо обеспечить высокую устойчивость работы КБС в условиях дестабилизирующих факторов (например, помех в линиях связи или ошибочных действий персонала банка).

Наличие средств восстановления при сбоях. В КБС должны быть предусмотрены средства для прогноза, фиксации и локализации различных нестандартных ситуаций и отказов оборудования (повреждений и перегрузок каналов связи; перегрузок устройств внешней памяти; нарушения целостности БД; попыток несанкционированного доступа в систему и т. д.).

Возможность адаптации к изменениям финансового законодательства или структуры банка и другим событиям.

Возможность работы в режиме реального времени. В настоящее время системы типа OLTP становятся всё более распространёнными при создании КБС. Для создания систем этого типа могут быть использованы мощные универсальные компьютеры и мини-ЭВМ, например, фирм IBM, DEC, NCR и других, когда возможности OLTP реализуются с помощью дополнительного к стандартному ПО.

Наличие дополнительных функциональных возможностей. Например, в наиболее современных КБС реализован автоматизированный ввод финансовой документации на основе методов оптического распознавания образов.

Итак, следует сделать следующие выводы.

- Внедрение КБС в банковскую сферу позволяет:
- эффективно осуществить целевой подход в управлении;
- снизить время на проведение расчетов;
- повысить оперативность принимаемых решений;
- оптимизировать процессы распределения и размещения средств;
- расширить спектр оказываемых услуг и повысить их качество;
- расширить круг клиентов банка.

Таким образом, в результате внедрения КБС повышается эффективность деятельности банка.

Судя по всему, в ближайшее время темпы развития КБС (особенно в нашей стране) будут стремительно расти. Наиболее оптимальные сетевые технологии будут братья банками на вооружение. Неизбежны процессы интеграции банков в рамках национальных и мировых банковских сообществ. Это обеспечит постоянный рост качества банковских услуг, от которого выиграют в конечном счёте все – и банки, и их клиенты.

Научн. рук. Давыдов Д. Д.

Литература: 1. Аніловська Г. Я. Інформаційні системи і технології в банківській сфері : навч. посібн. для студ. спец. 6.050105 "Банк. справа" / Г. Я. Аніловська. – Львів : Вид-во Львів. комерц. академії, 2008. – 332 с. 2. Страхарчук А. Я. Інформаційні системи і технології в банках : навч. посібн. / А. Я. Страхарчук, В. П. Страхарчук ; Нац. банк України, Ун-т банк. справи. – К. : УБС НБУ, 2007. – 515 с. 3. Костіна Н. І. Банки: сучасні інформаційні технології / Н. І. Костіна, В. М. Антонов, Н. І. Ганах. – Ірпінь : Нац. акад. ДПС України, 2004. – 360 с.

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЩОДО ДОСЯГНЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація. Присвячено дослідженням проблеми мотивації персоналу, за допомогою якої організація досягатиме своїх найголовніших цілей.

Аннотация. Посвящено исследованиям проблемы мотивации персонала, с помощью которой организация будет достигать своих главных целей.

Annotation. The article is devoted to the researches of problem of motivation of personnel, by which organization will arrive at the primary objectives.

Ключові слова: мотивація, персонал, організація, мета.

Питання мотивації є дуже актуальним, тому що кількість організацій у нашій країні стрімко зростає, а для того щоб вони працювали стабільно, треба аби кожен працівник добре виконував свою роботу. Тільки знаючи, що рухає людиною, що спонукає її до діяльності, які мотиви лежать в основі її дій, можна спробувати зрозуміти і розглянути ефективну систему форм і методів управління працею, що забезпечить досягнення всіх поставлених цілей на підприємстві.

Дослідженню проблеми мотивації персоналу приділили увагу такі вчені: Кошелупов І. Ф. [1], Лазановський П. П. [2], Мочерний С. В. [3], Мошок Г. Є. [4], Я. Пивоварник [5].

Метою даної статті є виявлення: цілей, які впливають на мотивацію персоналу, та способів їх досягнення, розгляд системи індикаторів в управлінні персоналом, розгляд правил установаження цілей.

Класична школа менеджменту вчить, що необхідними умовами забезпечення успішної роботи компанії є: вдале формулювання системи цілей компанії, чітке доведення її до кожного працівника, мотивація персоналу на основі оцінки внеску кожного працівника в досягнення поставлених цілей.

Важливо відзначити той факт, що цілі відіграють роль фільтра, залучаючи в організацію потрібних людей. Мета — це завжди вибір. Зробивши вибір, людина бере на себе певні зобов'язання. Наявність цілей сама по собі задає визначеність, ясність поведінки і взаємовідносин в організації. Цілі дають відчуття причетності і навіть гордості за організацію. Спроможність працівника сприймати цілі організації як свої власні і можливість використовувати їх у своїх інтересах — це той самий мотив, із якого треба здобувати максимальну користь. Тому починати слід з формулювання "правильних" цілей організації. Ще один аргумент (найчастіше — вирішальний) полягає в тому, що сам процес і результат встановлення в організації цілей — наймогутніший мотиватор для персоналу будь-якої організації [1, с. 175].

Для кожного співробітника організація чітко формулює (у формалізованому вигляді) місію й основні цілі, що підвищує відповідальність і мотивацію співробітника. Документально зафіксована (а ще краще — винесена як епіграф на внутрішньофірмові документи, заставки на комп'ютерах, титульні аркуші ділових організаторів і т. д.) мета сприяє тому, що працівник постійно концентрується на її досягненні. Мета служить організації, а не організація — меті. Розуміння цієї тези допомагає людям переборювати небажання її установажувати і виконувати. Мету необхідно періодично актуалізувати, причому вона обов'язково має бути вимірюваною, що дає можливість визначити темпи досягнення мети, а наявність кількох вимірюваних проміжних критичних точок на шляху прямування підвищить зацікавленість у кінцевому результаті.

Важливим фактом є те, що мета має бути реальною, відповідати внутрішнім ресурсам і зовнішнім можливостям, але важко досяжною, тому що легко досяжні цілі характеризуються слабкою мотивацією; мати термін реалізації. Цілі необхідно зв'язувати із системою винагороди. Працівники повинні мати чітке уявлення про те, за які дії вони будуть винагороджені. Яким чином система винагородження може передбачити внесок конкретного працівника компанії в досягнення цілей компанії? Це питання може бути вирішене із використанням збалансованої системи індикаторів бізнесу.

Розглянемо використання цього інструмента на прикладі проекту створення інтегрованої системи управління людськими ресурсами на українському підприємстві. Цей проект був реалізований командою консультантів Українського центру післяприватизаційної підтримки підприємств спільно зі спеціалістами в галузі управління персоналом компанії [6, с. 158].



Першим кроком була розробка і впровадження "бази" майбутньої системи винагородження, орієнтованої на досягнення цілей компанії. "Базою" стала нова структура підрозділу з управління персоналом, що включає чотири відділи (рисунок).



Рис. Запропонована структура підрозділу з управління персоналом [1, с.180]

Як видно з рисунку, структура підрозділу з управління персоналом побудована таким чином, що на підставі результатів оцінки досягнень персоналу (здійснюється відділом управління ефективністю праці), реалізуються всі завдання підрозділу. Так, відділ мотивації, оцінивши ефективність роботи працівника щодо досягнення визначених (на початку контрольного періоду) цілей, визначає форму матеріального (встановлення розміру преміальних) і нематеріального (наприклад, публічне визнання досягнень) стимулювання робітника на майбутній період.

Таким чином, розроблена структура підрозділу з управління персоналом дозволяє реалізувати не тільки систему винагороди. В остаточному підсумку, зусилля співробітників цього підрозділу спрямовані на безумовне досягнення цілей компанії [2, с. 300].

Отже, крім уже перерахованих вимог до визначення цілей в оцінній системі, що включає кількісні (на основі Balanced Scorecard) і якісні (компетентність) показники, мають бути дотримані такі правила [4, с.160].

По-перше, кількість цілей для одного працівника не повинна перевищувати 6 – 7, тому що більша кількість буде означати вже не щорічні (щоквартальні) цілі, а щотижневі (щоденні). З іншого боку, має бути не менше трьох цілей.

По-друге, цілі повинні перевищувати вимоги стандартів діяльності працівника на конкретній посаді. Водночас цілі мають бути досяжними, щоб не стати для робітника фактором, що демотивує через неможливість їх досягнення.

По-третє, помилковим є встановлення легкодосяжних цілей. Доки ви не зможете переконати "потенційно несхильного до праці" робітника, що задані цілі відповідають роботі, яку він виконує, високої продуктивності компанії не буде досягнуто.

По-четверте, будь-яка мета повинна мати вимірні характеристики. При цьому вона буде зрозумілішою працівнику і значно зменшиться можливість виникнення конфлікту при оцінці її досягнення. Наприклад, "протягом наступного оцінюваного періоду залучити трьох нових клієнтів, кожний з яких замовив би продукції не менше, ніж на \$7500".

По-п'яте, цілі повинні бути розташовані за пріоритетами з використанням вагових коефіцієнтів. Це дозволить робітнику щодня приймати незалежні рішення щодо методів виконання роботи і розподілу ресурсів.

По-шосте, цілі мають бути сформульовані якнайвиразніше. Чітко сформульовані цілі складаються з таких елементів: (дієслово) + (результат) + яким чином (коли, як) + стандарт досягнення цілі (умови).

По-сьоме, цілі діяльності окремого працівника повинні відображати як цілі відділу, так і цілі всієї організації. При визначенні цілей для працівника має бути врахована стратегія організації і те, яким чином конкретний менеджер бере участь у її реалізації.

По-восьме, необхідно пересвідчитися, що встановлені цілі працівник не тільки зрозумів, але і схвалив. Досягнута угода має бути засвідчена підписами керівника й працівника. Крім того, письмова угода буде сприяти юридичній захищеності організації.

Таким чином, були розглянуті деякі правила для встановлення цілей на підприємстві та методи мотивації, за допомогою яких виконання цілей було б можливим. Тож даючи розпорядження, керівники організації повинні враховувати фактори, які неодмінно допоможуть працівникам у досягненні поставлених цілей. Стосовно організації в цілому, то є декілька умов успішної роботи, найва-

жливішою є формування системи цілей компанії, потім необхідно довести її до робітника, а на основі внеску кожного працівника досягнення цілей стане можливим.

Наук. керівн. Яковенко К. В.

Література: 1. Кошелупов І. Ф. Мотивація менеджерів середньої ланки: стратегічний аспект / І. Ф. Кошелупов // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса : ОДЕУ, 2004. – Вип. 18. – С. 175–180. 2. Лазановський П. П. Менеджмент : підручник для студентів / П. П. Лазановський. – Львів : Магнолія плюс, 2005. – 325 с. 3. Мочерний С. В. Економічний словник-довідник / С. В. Мочерний. – К. : Феміна, 1995. – 368 с. 4. Мошок Г. Є. Організація праці менеджера / Г. Є. Мошок. – К. : КДТЕУ, 1995. – 188 с. 5. Пивоварник Я. Співпраця як складова системи мотивування на підприємстві / Я. Пивоварник // Україна: аспекти праці. – 2002. – № 2. – С. 13–16. 6. Кошелупов І. Ф. Оцінка ефективності мотивації праці управлінського персоналу / І. Ф. Кошелупов // Вісник Хмельницького національного університету: економічні науки. Т. 2. – Хмельницький, 2005. – С. 158–162.

УДК 331.101.3 (477)

Булгакова О. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ЕФЕКТИВНИХ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ

Анотація. Присвячено вирішенню проблем мотивації персоналу для вітчизняних компаній в умовах економічної кризи за допомогою використання ефективних методів мотивації персоналу, що є необхідною умовою ефективної роботи компаній. Розглянуто комплекс заходів удосконалення методів мотивації праці для вирішення проблем компаній, що дозволить вивести систему мотивації персоналу на новий рівень.

Аннотация. Посвящено решению проблем мотивации персонала для отечественных компаний в условиях экономического кризиса, с помощью использования эффективных методов мотивации персонала, что является необходимым условием эффективной работы компаний. Рассматривается комплекс мероприятий усовершенствования методов мотивации труда для решения проблем компаний, что позволит вывести систему мотивации персонала на новый уровень.

Annotation. The article is devoted to the decision of problem of motivation of personnel for the Ukrainian companies in the conditions of economic crisis, by the use of effective methods of motivation of personnel, that is the necessary condition of effective work of companies. Also the complex of measures of improvement of labour motivation methods for the decision of companies problems, that will allow to put the system of motivation of personnel on a new level, are studied.

Ключові слова: мотивація персоналу, методи мотивації, нематеріальне стимулювання.

Мотивація персоналу тільки через надання робочих місць неефективна в умовах сучасності, оскільки з кожним роком конкуренція за персонал посилюється. Так, робота дає впевненість у завтрашньому дні, кошти для існування і можливості для професійного самовираження. Але, окрім робочих місць, у компаніях так само мають бути створені додаткові умови для стимулювання і підтримки активності співробітників, їх інтересу до роботи, бажання працювати не тільки на себе, але й на компанію.

На сьогоднішній день уже накопичений негативний досвід серйозних втрат при звільненні ключових співробітників, тому побудова ефективної системи мотивації персоналу в компанії – це найважливіше і, мабуть, найскладніше питання, яке торкнулося всіх компаній у сучасних умовах розвитку України.

Звідси виникає необхідність створення науково обґрунтованих методів мотивації праці персоналу компаній, які дозволили б за допомогою дієвих важелів і стимулів підвищити зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати, сприяти піднесенню їх конкурентоспроможності.

© Булгакова О. А., 2010



Метою даної статті є визначення особливостей ефективних методів мотивації трудової діяльності в сучасних умовах розвитку компаній України на прикладі авіакомпанії МАУ та компанії "Сандора" і розробити заходи щодо їх удосконалення.

Проблеми мотивації у своїх працях вирішували вчені: Дмитренко Г. А. [1], Наумік К. Г. [2], Самоукина Н. В. [3] та ін.

Досліджено діючі методи мотивації праці на авіакомпанії "Міжнародні Авіалінії України" та компанії "Сандора", які є провідними компаніями у своїй галузі. Авіакомпанія "Міжнародні Авіалінії України" – лідер ринку міжнародних авіаперевезень України, а компанія "Сандора" – лідер українського ринку соку і соковмістих напоїв [4].

Керівництво авіакомпанії МАУ та компанії "Сандора" підтримує ініціативу й активну участь співробітників у прийнятті рішень. Розроблена корпоративна програма "Заощадь і запрацюй". Кожен співробітник має можливість внести свої пропозиції щодо оптимізації роботи будь-якого підрозділу й отримати крупні премії за їх успішну реалізацію.

У співробітників присутнє відчуття особистого зростання – не тільки в кар'єрі, але й у знаннях, вміннях, рівні відповідальності, розумінні бізнесу. Як вже відомо, ці компанії докладають колосальні зусилля на навчання персоналу. На думку керівництва, такі витрати цілком виправдані, що підтверджують, насамперед, виробничі показники. Так, кожен цикл навчання тут же призводить до зниження браку. Крім того, зменшується плинність персоналу.

На думку автора, навчання – це перший засіб мотивації персоналу і виховання лояльності до компанії. Якщо співробітник бачить, що сьогодні він прийшов на підприємство вантажником, завтра його навчили працювати на електрокарі, підвищивши при цьому зарплату, а післязавтра перевели в оператори, то це сприймається як турбота компанії, що дуже прив'язує до місця роботи.

У компаніях переважають горизонтальні зв'язки. Співробітники навіть найнижчої ланки працюють практично без нагляду, мають високий ступінь самостійності.

До речі, співробітники чудово обізнані про свої можливості. Також у розглянутих компаніях існують престижні програми визнання заслуг: кожного разу, коли представники компанії виконують свою річну норму, вони стають членом "Клубу 100 %". Членство в клубі висвітлюється у внутрішніх виданнях компанії, і колеги сприймають його як працівника, що досяг високого успіху. Для компанії характерне публічне визнання "найкращих" з врученням символічних призів (значків, грамот) і пам'ятних подарунків. Такий внутрішній PR – сильнодіючий інструмент нематеріальної мотивації [5, с. 9–11].

Практикується вельми обширна система заохочень. Так, співробітники отримують 13 зарплату, матеріальну допомогу, можуть розраховувати на пільгове кредитування і безкоштовні путівки на курорт [2, с. 137]. У компенсаційний пакет входить службовий транспорт, безкоштовні обіди, мобільний зв'язок та ін. Автор вважає, що наявність пакета складно переоцінити. На відміну від грошей, його наповнення сприймається співробітником як турбота про нього з боку компанії.

Отже, характеризуючи мотивацію "Сандори" та авіакомпанії "Міжнародні Авіалінії України", можливо виділити основні мотиви, яким приділяють увагу компанії – розвиток і визнання, грошова винагорода, задоволеність від роботи, самостійність, робоче середовище, стабільність.

Таким чином, діючі методи мотивації в розглянутих компаніях є високоефективними.

На основі аналізу розроблено комплекс заходів щодо удосконалення методів мотивації праці для вирішення проблем компанії.

Перша пропозиція спрямована на удосконалення системи нематеріального стимулювання для покращення комунікацій у компаніях, розробка програми корпоративного тренінгу: командоутворення – ефективна взаємодія в команді. Так, професійна команда – це група однодумців, що володіють єдиною метою, чіткою ієрархією, стандартами взаємодії і функціонально-рольовою спеціалізацією.

Мета тренінгу: розвиток навичок формування ефективної команди і побудови успішної взаємодії в ній. Форма проведення тренінгу – інтенсивна групова робота. У програму будуть включені інформаційні блоки, групові дискусії, ділові і рольові ігри та практичні завдання [5, с. 10].

Результати тренінгу для учасників:

1. Усвідомлення своєї ролі в ефективній роботі команди.
2. Навички вміння погоджувати свої дії з іншими членами команди.
3. Уміння бачити загальну мету і визначати кроки щодо її досягнення.
4. Навички якісного спілкування в команді й вирішення конфліктів.
5. Розуміння ролі лідера в досягненні результату.
6. Підвищення мотивації до командної роботи.

Переваги для компаній у цілому:

1. Збільшення результативності роботи за рахунок узгодженості дій членів команди та скорочення тимчасових витрат.
2. Якісне вирішення співробітниками загальних завдань і проблем.
3. Зниження конфліктів у команді.
4. Зростання прихильності співробітників своїй компанії.
5. Посилення згуртованості колективу.

Друга пропозиція – перед прийняттям рішення про навчання кожного співробітника, потрібно, щоб він задумався над такими питаннями: Які конкретно знання і вміння він хоче отримати на тренінгу? Де саме у його роботі він використовуватиме ці вміння і знання? Як вони вплинуть на ефективність його діяльності? Яка бізнес-необхідність у цьому навчанні зараз?



Тобто слід упровадити нову форму заявки на навчання з указівкою бізнес-необхідності в навчанні саме зараз, практичної цінності навчання, що буде використане в роботі співробітником при виконанні безпосередніх обов'язків. Такий попередній аналіз допоможе співробітникові не витрачати марно свій час і енергію на навчання, яке не відповідає його роду діяльності або просто зараз не актуально.

Оскільки відстежування ефективності навчання є невід'ємною частиною організації навчання, то після закінчення тренінгу або семінару співробітникові потрібно запропонувати заповнити бланк оцінку навчання, а через 3 місяці – співробітник зробить повторний аналіз: що з отриманих знань і вмій він регулярно використовує в роботі, що тільки час від часу, наскільки корисно було навчання для підвищення ефективності його роботи [6, с. 20].

Таким чином, буде вирішена проблема нецільового планування тренінгів, яка позбавить втрат часу і грошей.

Також при визначенні доцільності використання певних методів мотивації автором передбачається урахувати індивідуальність співробітника. Так, при пошуку мотиваторів для конкретного співробітника необхідно брати до уваги темперамент людини, який визначається спадковістю і стійко виявляється протягом усього життя людини, особливо у стресовій ситуації [3, с. 155].

На погляд автора, проведення вказаних заходів у розглянутих компаніях дозволить вивести систему мотивації персоналу на новий рівень.

Отже, використання ефективних методів мотивації персоналу є необхідною умовою ефективної роботи компаній. Використання наведених пропозицій дозволить суттєво знизити плінність кадрів, стимулювати робітників до безперервного навчання, покращення комунікацій в компаніях, дозволить вирішити проблему нецільового планування тренінгів, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності як самих робітників, так і компаній у цілому.

Наук. керівн. Яковенко К. В.

Література: 1. Дмитренко Г. А. Мотивация и оценка персонала : учебн. пособ. / Г. А. Дмитренко, Е. А. Шарапатова. – К. : МАУП, 2002. – 248 с. 2. Наумік К. Г. Развитие принципів мотивації сучасного менеджменту / К. Г. Наумік // Регіональні перспективи. – 2002. – № 1 (20). – С. 136–138. 3. Самоукина Н. В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах / Н. В. Самоукина. – М. : Вершина, 2008. – 224 с. 4. www.c-culture.ru. 5. Гейдюнас Ю. В. Эффективность персонала: опыт украинских компаний / Ю. В. Гейдюнас // Инвестгазета. – 2010. – № 10. – С. 8–12. 6. Жуковська Т. О. Діагностика персоналу / Т. О. Жуковська // Управління персоналом : Україна. – 2009. – № 10. – С. 18–21.

УДК 005.591.6

Лихолетов В. М.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Розглянуто питання доцільності упровадження стратегії інноваційної діяльності підприємства в організацію. Визначено фактори, які впливають на вибір інноваційної стратегії, а також основні елементи, які входять у розробку й упровадження нової продукції (послуг) на підприємстві: генерація ідей, відбір ідей, розробка задуму і його перевірка, економічний аналіз, розробка товару, пробний маркетинг, комерційна реалізація.

Аннотация. Рассмотрен вопрос целесообразности внедрения стратегии инновационной деятельности предприятия в организацию. Определены факторы, влияющие на выбор инновационной стратегии, а также основные элементы, которые входят в разработку и внедрение новой продукции (услуг) на предприятии: генерация идей, отбор идей, разработка замысла и его проверка, экономический анализ, разработка товара, пробный маркетинг коммерческая реализация.

Annotation. The viability of implementing a strategy of innovation in the enterprise organization is considered. The factors influencing the choice of innovation strategy, as well as the basic elements that are included in the development and introduction of new products (services) in the enterprise: idea generation, idea selection, development plan and its verification, economic analysis, product development, test marketing, commercial implementation – are suggested.

Ключові слова: інноваційна діяльність, стратегія, організація.

© Лихолетов В. М., 2010



Питання про впровадження в підприємство нових розробок є дуже актуальним.

Розглядом даної тематики займалися багато вчених, такі, як Н. Мончев, И. Перлаки, Хартман В. Д., Е. Менсфілд, Р. Фостер, Б. Твіст, І. Шумпетер, Е. Роджерс та ін.

У динамічному зовнішньому економічному й соціально-політичному середовищі діяльності організації, досягнення довгострокових позитивних результатів неможливе без постійного відновлення застосовуваних технологічних, управлінських і заготівельно-збутових процесів, асортиментів продукції (товарів, послуг) та пошуку нових ринкових можливостей (освоєння нових сегментів ринку). Досягненню реалізації цих введень супроводжує інноваційна стратегія діяльності підприємства.

Інноваційна діяльність є складним і потенційно потужним знаряддям, за допомогою якого практично будь-яка сучасна фірма може протистояти мінливим умовам. Але це непросте знаряддя, і його упровадження й використання обходяться недешево. Однак, як показала практика, це упровадження окупається повністю [1].

Розробка інноваційної стратегії — складний і багатоступінчастий процес. Він складається з таких основних етапів:

- 1) генерація ідей;
- 2) відбір ідей;
- 3) розробка задуму і його перевірка;
- 4) економічний аналіз;
- 5) розробка товару;
- 6) пробний маркетинг;
- 7) комерційна реалізація.

Інноваційні стратегії є визнаними радикальними засобами досягнення цілей організації в умовах високого рівня невизначеності очікуваних результатів й інвестиційних ризиків.

Особливе місце займає збір й аналіз необхідної для побудови стратегії інформації. Тут необхідно врахувати всі аспекти зовнішніх факторів, що впливають, і внутрішньофірмові проблеми. Цей етап найбільш трудомісткий й тривалий, тому що доводиться виконувати великий обсяг роботи зі збору точної, заснованої на першоджерелах, своєчасної, конкретної інформації. Основні фактори, що викликають необхідність здійснення інноваційних процесів, — науково-технічний прогрес, створення нових, більш ефективних технологій, розвиток інфраструктури, у тому числі інформаційної, і зміна переваг споживачів, що ведуть до зрушень структури попиту й виникнення нових ринків збуту, нових методів керування й організації виробництва й праці. Таким чином, інновації – зміни функціонування організації як системи, викликані необхідністю досягнення її стратегічних й оперативних цілей в умовах мінливого зовнішнього середовища [2].

Для того щоб втілити в життя іноваційну діяльність на підприємстві, керівник має дотримуватися чітко спланованої стратегії. Існує велика кількість базових інноваційних стратегій. Вони розділені за видами на основі досвіду багатьох організацій. Кожна організація, що займається інноваційною діяльністю, може вибрати будь-який вид стратегії, виходячи із власного напрямку розвитку. Але при виборі інноваційної стратегії слід урахувати загальну стратегію фірми та її організаційну структуру керування. Загальні й інноваційні цілі повинні гармоніювати один з одним. Стратегічні плани повинні бути розроблені так, щоб не тільки залишатися цілісними протягом тривалих періодів часу, але й бути досить гнучкими, щоб при необхідності можна було здійснити їхню модифікацію й переорієнтацію.

Реалізація будь-якої інноваційної діяльності пов'язана з необхідністю перебудови організації або її реструктуризацією поряд з поточними виробничими процесами. Інноваційні зміни необхідно сполучати з життєвими циклами виробів (послуг), що надаються, технологій, організації [3].

Інновації можуть упроваджуватися в кожному з підсистем організації, однак ступінь їх "засвоєння" у кожній з підсистем буде неоднаковим, що обумовлено різною здатністю до сприйняття інновацій. Очевидно, що легше всього упроваджуються інновації, які безпосередньо не впливають на структуру формальних і неформальних взаємин працівників в організації. Найбільше важкоупровадженими інноваціями будуть ті, що торкаються системи інтересів учасників організації.

Інноваційний процес – складний комплексний організаційний захід з інформаційно насиченими етапами прийняття найбільш різномірних рішень, тому рішення, що стосуються іноваційної діяльності на підприємстві, мають бути добре взважені і чітко сплановані, оскільки будь-яка помилка в даній діяльності може призвести до непередбачуваних негативних наслідків для підприємства. Тому, упроваджуючи іновації в організації, слід не забувати і про ризик, який несе підприємство в разі здійснення іноваційної діяльності.

Таким чином, розробка інноваційної стратегії фірми — це невід'ємна частина успішного розвитку фірми. Для того щоб гідно конкурувати в сучасному мінливому й непередбаченому світі, необхідно вибудувати грамотну й правильну стратегію розвитку, ураховуючі всі фактори, які впливають на іноваційну діяльність на підприємстві.

Наук. керівн. Разінкова В. П.

Література: 1. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – 5-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 448 с. 2. Хотьяшева О. М. Инновационный менеджмент : учебная помощь / О. М. Хотьяшева. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 284 с. 3. Гамидов Г. С. Введение в системологию инноватики / Г. С. Гамидов. – Махачкала : Дагпресс, 2000. – 354 с.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ І МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

Анотація. Розглянуто основні теоретичні аспекти застосування наукового підходу щодо прийняття управлінських рішень на підприємстві, які потребують чіткого плану дії, щоб прийняте рішення було правильним.

Аннотация. Рассмотрены основные теоретические аспекты применения научного подхода к принятию управленческих решений на предприятии, которые требуют четкого плана действия, чтобы принятое решение было верным.

Annotation. The main theoretical aspects of using a scientific approach to management decisions in the enterprise, that requires a clear plan of action for the correct decision are examined.

Ключові слова: математичні моделі, прийняття рішень, управлінські рішення, ефективність рішення, методичні підходи.

Економіка України вимагає наукового обґрунтування та вирішення ряду управлінських проблем пошуку ефективніших форм господарювання, механізмів управління підприємства, що дало б змогу своєчасно реагувати на відповідні зміни, які відбуваються в усіх галузях економіки, зокрема на підприємстві. Найважливішим резервом підвищення ефективності всього суспільного виробництва є підвищення якості прийняття управлінських рішень.

В економічній літературі у різні періоди приділялась певна увага питанням прийняття та реалізації управлінських рішень на підприємстві. Проте простежується відсутність детального порівняльного аналізу етапів процесу прийняття і реалізації оперативних та стратегічних рішень на підприємстві. Потребують дослідження й внутрішні фактори впливу на прийняття та реалізацію управлінських рішень [1].

Метою наукової роботи є вдосконалення процесу прийняття і реалізації управлінських рішень на підприємстві. Розробка методичних підходів щодо вдосконалення та формування інформаційного забезпечення процесу прийняття і реалізації управлінських рішень на підприємстві.

Предметом дослідження є математичні методи, методи й моделі ухвалення управлінських рішень і їх застосування на практиці у сфері роздрібної та оптової торгівлі.

Проблеми вдосконалення прийняття рішень в управлінні на підприємстві є унікальними та нестандартними. Найменш вивченими є слабо структуровані проблеми, які виникають за умов, коли: проблема стосується майбутнього; при прийнятті рішення існує широкий діапазон альтернатив; рішення повністю залежить від повноти похідної інформації; запропоноване рішення вимагає значних ресурсів і пов'язано з елементами невизначеності; проблема є складною через необхідність комбінувати різноманітні ресурси для її розв'язання.

У сучасних умовах керівникам повинні бути притаманним почуття нового, вміння мислити економічно грамотно, йти в ногу з науково-технічним прогресом. Керівник покликаний створити в роботі дух творчого пошуку, обміну думкою, здорової критики та пошуку рішення з урахуванням реальної обстановки. Невідкладні питання повинні зважуватися вчасно, швидко, без зайвого паперового марнування, реально, з урахуванням усіх найважливіших факторів, твердо, у живому зв'язку з колективом на основі детального ознайомлення з ситуацією і конкретними умовами.

Удосконалювання процесу прийняття обґрунтованих об'єктивних рішень у ситуаціях виняткової складності досягається шляхом використання наукового підходу до даного процесу, моделей і кількісних методів прийняття рішень. Управлінське рішення служить направляючим та організуючим фактором діяльності менеджера. Правильність вирішення конкретних завдань позначається й виявляється в різних аспектах діяльності як окремого працівника, так і підприємства в цілому. Розробка детального процесу вироблення та формування рішень припускає необхідність оволодіння методологією науково-дослідницької роботи, що полягає у застосуванні методів наукового пізнання і матеріалістичного підходу до проблем, використання основних, властивих науці логічних принципів.

Вироблення наукового підходу до ухвалення рішення визначають необхідним розробити визначений план у вигляді взаємозалежних між собою процесів підготовки, обґрунтування, прийняття і введення рішення в дію. Підготовка визначеного рішення вимагає забезпечення всебічної його поінформованості, обґрунтованості. Робота припускає ознайомлення і з'ясування керівниками характеру та наслідків застосованого раніше рішення. Також важливе ознайомлення з діючими інструкціями, одержання додаткової інформації від осіб і підрозділів, компетентних у сфері даної проблеми.



На думку автора, ситуація, у якій зараз знаходиться наша країна, потребує зважених рішень й обґрунтованих дій, а щоб розуміти, чим ми ризикуємо при прийнятті того чи іншого рішення, просто необхідно розрахувати ризик та наслідки свого рішення.

Наук. керівн. Тонєва К. В.

Література: 1. Власенко О. О. Інформаційне забезпечення процесу прийняття та реалізації управлінського рішення на підприємствах / О. О. Власенко // Дослідження соціально-економічних проблем перехідного періоду : наук. вісник. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2001. – Випуск III. – С. 382–385. 2. Грабовецький Б. Є. Економічне прогнозування і планування : навч. посібник / Б. Є. Грабовецький. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 188 с. 3. Здрок В. В. Прикладна економетрика : навч. посібник у 2-х ч. – Ч.1. Симультивні моделі / В. В. Здрок. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2004. – 112 с. 4. Макаренко Т. І. Моделювання та прогнозування у маркетингу : навч. посібник / Т. І. Макаренко. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 160 с. 5. Прокопов С. В. Экономико-математическое моделирование в производственном менеджменте : учебник / С. В. Прокопов. – К. : КНУТД, 2004. – 438 с.

Півненко К. В.

УДК 659.113

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Зазначено принципи та аспекти формування рекламної компанії підприємства, що є актуальним під час кризи.

Аннотация. Указаны принципы и аспекты формирования рекламной компании предприятия, которое является актуальным во время кризиса.

Annotation. Principles and aspects of forming of publicity company of enterprise which are actual during a crisis are indicated.

Ключові слова: рекламна компанія, планування рекламних заходів.

У наш час високих технологій інформація стала чи не найдорожчою річчю. Люди платять гроші, щоб отримати інформацію, або ж, навпаки, щоб надати її суспільству. Одним із способів такого надання інформації є реклама. Причому реклама не у вузькому сенсі виступає як інформація про певний виріб, а у найширшому значенні цього поняття – як засіб інформування, переконання, впливу і маніпуляції.

Реклама є однією зі складових маркетингу. Для того щоб реклама стала ефективним фактором програми маркетингу та розвитку бізнесу, необхідно дотримуватись таких умов [1]:

рекламна інформація має бути новою і неочікуваною;

особливо активно рекламу слід використовувати на стадіях упровадження товару на ринок і зростання обсягу продажу;

реклама має підкреслювати ті особливості товару, які відрізняють його від аналогів;

реклама найефективніша при зростаючому попиту;

реклама має бути систематичною, оптимальним є щотижневий контакт з потенційними покупцями, максимально припустимий – щоквартальний.

Через рекламу її творці намагаються не тільки представити товар, а й нав'язати його, не тільки інформувати суспільство, а й керувати ним.

Звісно ж, що там, де обертаються великі гроші (а виробництво реклами є надприбутковим), не має різниці у засобах досягнення мети. Але інколи безграмотна реклама може негативно впливати на психіку адресатів, а інколи і травмувати її. До того ж мало враховується те, що ефекту можна досягнути не лише змістом та зовнішнім виглядом реклами, а й іншими засобами. Важливе значення відіграє положення реклами в матеріальному й інформаційному просторі, форма надання, супровід додатковими факторами, час пред'явлення та ін. Кожен із способів презентації рекламної продукції має свої певні переваги в кожному з вищеперелічених факторів.

© Півненко К. В., 2010



Таким чином, визначимо способи презентації рекламної продукції та їх характеристики, які будуть найбільш ефективними і в той же час не будуть шкодити людській психіці. Автор вважає, що дана робота є необхідною для того, щоб виявити та виправити деякі недоліки в сучасній рекламі.

Засоби реклами (канали поширення рекламних звернень) вибираються таким чином, щоб ефективно досягти уваги цільової аудиторії. Причому основними критеріями при виборі каналів поширення рекламних послань є забезпечення максимального охоплення цільової аудиторії, відповідність вартості розміщення реклами з рекламним бюджетом і відповідність характеру рекламного повідомлення особливостям каналу.

Рекламна кампанія підприємства становить декілька рекламних заходів, об'єднаних однією метою, що охоплює визначений період часу й розподілених у часі так, щоб один рекламний захід доповнював інший.

Формування плану рекламних заходів фірми: визначення й конкретизація планів рекламної кампанії; визначення товарів і послуг, яким необхідна реклама, а також часових відрізків, тобто якому товару, у який період потрібна реклама; вивчення й підбір уже наявної у фірми маркетингової інформації; ефективність раніше проведених рекламних кампаній.

Здійснення рекламних кампаній вимагає серйозного підходу до планування їх в умовах раціонального використання обмежених ресурсів.

Ефективність рекламних кампаній досягається також тим, що при їхньому проведенні одночасно використовуються різні засоби реклами, одні з яких доповнюють і підсилюють дію інших.

Таким чином, слід зробити висновок, що рекламна діяльність забезпечує підприємству стимулювання продажу, створення оригінального стилю, що вигідно відрізняє одне підприємство від інших. Сьогодні Україна потребує аналізу зарубіжного досвіду рекламної діяльності. Саме аналіз стадій і шляхів розвитку реклами, а не сліпе копіювання, дозволить зрозуміти, на якій стадії розвитку рекламної практики знаходимося ми і як вона повинна розвиватися далі. Без знання українських особливостей сприйняття реклами нашими громадянами важко добитися хороших результатів. Реформування української економіки шляхом ринкових перетворень привело до появи нового виду підприємницької діяльності — рекламного бізнесу. Процес формування реклами як складової частини ринкової інфраструктури й одного із секторів ринкової економіки в Україні почався стихійно. Разом з тим розвиток ринку реклами в Україні відбувається на фоні кризи економіки, державності, а також політичної нестабільності. Природно, це не може не позначитися на стані і подальшому розвитку рекламної справи.

Потрібно зазначити, що роль і місце реклами в умовах економіки перехідного періоду ще не повністю визначені: відсутні дослідження, що дозволяють вивчити і творчо адаптувати до вітчизняних умов досвід західних країн у цій сфері, не з'ясовані з вичерпною повнотою питання формування організаційних структур у рекламному бізнесі, вельми дискусійною залишається проблема вибору каналів поширення рекламної інформації і розробки рекламних кампаній та оцінок їх ефективності.

Наук. керівн. Тонєва К. В.

Література: 1. Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход / ред.-сост. Д. Я. Райгородский. – Самара : Издательский дом "БАХРАХ-М", 2001. 2. Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России / О. А. Феофанов. – СПб. : Питер, 2000. – 100 с. 3. Энциклопедический словарь по культурологии. – М. : Центр, 1997.

УДК 330.46:519.876.5

Чернишова К. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

БАЗОВІ ПОКАЗНИКИ МЕДІАПЛАНУВАННЯ

Анотація. Наведено основні показники, оцінка яких необхідна для складання ефективного та економічно обґрунтованого медіаплану.

Аннотация. Рассматриваются основные показатели, оценка которых необходима для составления эффективного и экономически обоснованного медиаплана.

© Чернишова К. А., 2010



Annotation. The main exponents, that are necessary for compiling an effective and economic grounded mediaplan, are considered.

Ключові слова: медіаплан, рейтинг, GRP, охоплення, витрати на тисячу, витрати на рейтинг.

Медіаплан — це якийсь набір можливих схем розміщення рекламних матеріалів, кожна з яких розрахунковим шляхом оцінюється з комплексу цільових показників.

Основними показниками можна вважати охоплення з оптимальною частотою (пряме завдання) і вартість схеми (зворотне завдання). Шляхом порівняння значень цих показників вибирається схема, близька до оптимальної. Вибір рекламоносіїв має забезпечити оптимальне співвідношення витрат на показ рекламних звернень і кількісні та якісні результати цього показу рекламного звернення цільовій аудиторії [1].

Щоб зробити правильний вибір, треба оцінити показники, що дають оцінку носіям, та показники, які свідчать про ефективність використання того чи іншого носія. Перш за все необхідно порівняти показники, які характеризують окремі носії. Це рейтинг носія, аудиторія носія та GRP.

Рейтинг носія — частина цільової аудиторії, експонована носієм, тобто була в контакт з ним. Виражається або в конкретній кількості людей, або (частіше) у відсотках населення.

Аудиторія носія — те ж, що й рейтинг, але частіше вживається відносно друкованих видань.

GRP (Gross Rating Points — сума рейтингових пунктів) — оціночний показник схеми розміщення, що обчислюється як сума добутків рейтингів усіх носіїв на кількість включень у них. Один з найбільш популярних показників медіапланування.

Обравши найбільш доцільні носії, треба розрахувати показники, які характеризують ефективність використання того чи іншого носія.

Охоплення — це відношення аудиторії до генеральної сукупності, іншими словами, це відсоток людей, яким показували рекламу.

$$\text{Охоплення} = \frac{\text{Аудиторія}}{\text{Генеральна Сукупність}} \quad (1)$$

де генеральна сукупність — чисельність усього населення на певній території старше 10 років [2].

Неменш важливим за охоплення є кількість показів. Цей показник називається частотою контактів — це відношення кількості контактів аудиторії до аудиторії.

$$\text{Частота Контактів} = \frac{\text{Кількість Контактів Аудиторії}}{\text{Аудиторія}} \quad (2)$$

Таким чином, частота контактів — це кількість контактів одного представника аудиторії з одним випуском ЗМІ, з декількома випусками ЗМІ, з одним випуском рекламного повідомлення або з декількома випусками рекламного повідомлення [3].

Вартість часу й простору визначає кількість рекламних звернень. Ці витрати також впливають і на відбір засобів реклами або на відбір їхніх носіїв. Засоби повинні відбиратися відповідно до їх здатності здійснювати показ найбільшій цільовій аудиторії при мінімально можливій вартості. Таким чином, запропонована вартість кожного носія засобів реклами повинна оцінюватися разом із цільовою аудиторією.

Зокрема, витрати на тисячу (ВНТ) — вартість показу рекламного звернення для кожної тисячі членів цільової аудиторії. Аналіз ВНТ найкраще застосовувати для порівняння носіїв усередині однорідних засобів реклами (одного журналу з іншим або двох телепрограм), причому засновуючи його тільки на тій частині аудиторії, що має цільові особливості:

$$\text{ВНТ} = \frac{\text{Вартість Одиниці Звернення}}{\text{Сукупна Оцінка}} \times 1000 \quad (3)$$

Показник витрат на тисячу споживачів становить порівняльний метод. Завдяки його застосуванню фахівці у сфері медіапланування порівнюють один засіб поширення інформації з іншим з метою виявлення найбільш ефективних з них [4].

Деякі фахівці воліють порівнювати засоби реклами на основі рейтингових оцінок (рейтингу), а не переглядів. Розрахунок здійснюється аналогічно, за винятком того, що дільник у витратах на рейтинг (ВНР) — рейтинг у відсотках, а не загальна кількість переглядів, як у ВНТ.

Витрати на рейтинг — це метод порівняння носіїв реклами шляхом зв'язування вартості разового звернення й рейтингу аудиторії.

$$\text{ВНР} = \frac{\text{Вартість Одиниці Звернення}}{\text{Рейтинг Програми або Видання}} \quad (4)$$

Значення ВНТ і ВНР є показниками відносної вартості, однак кожний з них використовує свою базу. Метод ВНТ використовується звичайно для порівняння ефективності окремих засобів

масової інформації, у той час як ВНР-метод найбільш часто використовувався для обчислення вартості всього плану теле- і радіомовлення [1].

Наведені показники є базовими. Їх розрахунок та оцінка становлять необхідність для складання економічно обґрунтованого медіаплану. Існує ще безліч інших показників, але вони є похідними, і рішення про їх використання приймається в кожному окремому випадку залежно від того, які носії можуть бути використані, та наскільки точна потрібна інформація.

Наук. керівн. Тоньва К. В.

Література: 1. Ромат Е. В. Реклама : учебник для студентов спец-ти "Маркетинг" / Е. В. Ромат. – 3-е изд, перераб. и доп. – К. : НВФ "Студцентр", 1999. – 480 с. 2. Уэллс У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб. : Питер, 1999. – 736 с. 3. Сычев С. В. Базовые понятия медиапланирования [Электронный ресурс] / С. В. Сычев. – Режим доступа : <http://www.triz-ri.ru>. 4. Сиссорс Дж. Рекламное медиа-планирование / Дж. Сиссорс, Р. Бэрон. – СПб. : Питер, 2004. – 416 с. 5. Константинов С. Медиапланирование: термины первой необходимости [Электронный ресурс] / С. Константинов. – Режим доступа : <http://www.monitor.nnov.ru>.

УДК 658.14/17

Парака О. М.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ЗНАЧЕННЯ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ ДЛЯ РОЗВИТКУ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Анотация. Викладено теоретичні і практичні аспекти проблеми кластеризації у сучасній економіці та запропоновано напрями розвитку кластерної організації у молочній промисловості.

Аннотация. Исследована сущность кластеризации экономики, обоснована необходимость и предложены пути развития кластерной организации в молочной промышленности.

Annotation. Clusterization nature of economics is investigated and its necessity is grounded. The development ways of clasteric organization in dairy industry are suggested.

Ключові слова: кластер, ринок молока і молочної продукції, ціна, якість, конкурентоспроможність, інвестиції, інновації, інтеграція.

Сучасні умови функціонування підприємств вимагають від суб'єктів господарювання консолідації зусиль для формування міцного базису, що є конкурентоспроможним. Стосовно вітчизняного сільського господарства і молочної промисловості кластеризація може стати одним із ефективних механізмів формування економічних відносин нового типу для підвищення їх конкурентоспроможності.

Молочна промисловість у загальному обсязі виробництва продовольчих товарів в Україні становить 25 % і формує значний за обсягами ринок, що обумовлено важливістю даної продукції для споживачів [1].

Деструктивні явища в агропромисловому комплексі на початку становлення України як незалежної держави призвели до руйнування економічних зв'язків у ньому. Негативні наслідки позначилися на функціонуванні всіх сфер агропромислового комплексу і перш за все, тваринництва. Як результат – зменшення виробництва молока в Україні. Питома вага України у світовій пропозиції молока знизилася з 4,5 % у 1990 р. до 2,3 % у 2004 р. Світова пропозиція молока за цей період зросла на 14 % [1].

З 2005 року почалося зростання українського ринку молочної продукції, але вже у 2007 році відбулося зниження рівня виробництва молока [2]. Сьогодні кризові тенденції молокопереробного підкомплексу підсилюються світовою фінансово-економічною кризою, а проблеми виробництва і споживання молока та молокопродуктів набувають дедалі більшої гостроти й актуальності. В Україні прибутково працює лише кілька десятків молокопереробних підприємств, а лідерами серед них можна вважати підприємства, які переробляють 150 – 300 т молока за добу.

© Парака О. М., 2010



Головні проблеми, з якими стикається сьогодні підприємства – виробники молочної продукції, полягають у дефіциті та якості сировини, моральному і фізичному зносі основних фондів, відсутності спеціалістів у сфері стратегічного планування та розвитку підприємств даної галузі. Скорочення кількості молока, що надходить на переробку, призвело до того, що наявні потужності підприємств використовуються в середньому на 20 – 45 %. Як відомо, рівень їх використання залежить, насамперед, від кількості та якості сировини.

На погляд автора, всі ці проблеми найбільш ефективно можуть бути розв'язані у рамках кластерного підходу. Оскільки, як показує світовий досвід, саме кластеризація є визначальним інструментом відродження сільськогосподарського виробництва, розвитку молочної промисловості та формування конкурентної економіки галузі.

Значний внесок у розвиток теорії кластерного розвитку зробили зарубіжні та вітчизняні вчені: Г. Броншпак, В. Володін, С. Кравченко, О. Кук, Б. Одягайло, В. Оскольський, М. Портер, А. Романов, П. Саблук, С. Соколенко.

Метою роботи є теоретичне та практичне дослідження ринку молочної продукції та сутності кластеризації, обґрунтування необхідності та пропозиція шляхів розвитку кластерної організації як механізму підвищення конкурентоспроможності молочної продукції.

Кластеризація в сучасній світовій економіці є загальноновизнаним феноменом. Згідно з М. Портером, кластер – це група географічно сусідніх і взаємопов'язаних компаній, а також організацій, що співробітничать з ними, характеризуються єдністю діяльності та взаємодоповнюють один одного [3].

Аналізуючи актуальність проблеми глобальної економіки та її кластерну адаптивність, Б. Одягайло констатує: "У більшості випадків кластери включають компанії готового продукту...; постачальників спеціалізованих факторів виробництва..., а також сервісних послуг; фінансові заклади; фірми в сукупних галузях з каналами збуту та споживачами...; урядові й інші заклади...; торгові асоціації; спільні структури приватного сектору, що підтримують членів кластера, а також соціальну інфраструктуру" [4]. Кластери, зберігаючи переваги сільськогосподарської спеціалізації, дають можливість максимально гнучко і оперативно відображати вплив ринкового середовища, а значить – адаптуватися підприємству до умов ринкової нестабільності і проявів кризи.

У науковій літературі наводяться різні судження щодо принципів організації діяльності кластерних об'єднань [5 – 8]. На основі узагальнення цих думок далі наводяться особливості, що відрізняють кластерні системи від традиційних форм кооперативно-господарських взаємозв'язків: 1) наявність великого підприємства – лідера, що визначає господарську, інноваційну та інші стратегії розвитку; 2) спільний для всіх учасників бренд (товар, послуга, марка тощо). У даному випадку це може бути молоко; 3) добровільність і відкритість членства у кластері самостійних підприємств з організаційною формою: асоціація або неформальне (договірне) партнерство; 4) кооперація і довіра, що базується на паритетному обміні між учасниками продуктового ланцюга; 5) територіальна локалізація значної частини економіки учасників кластера; 6) стійкість господарських зв'язків учасників кластера; 7) довготермінова координація взаємодії учасників системи у рамках її виробничих програм, інноваційних процесів тощо; 8) інноваційна орієнтація; 9) наявність третейського суду. Усі спори, що виникають між учасниками, повинні по можливості вирішуватися всередині кластера.

До основних мотивів, що змушують тваринницькі господарства об'єднуватися із молокопереробними підприємствами, належать: зацікавленість у кращому використанні нових технологій, енергетичних засобів, інженерних споруд; необхідність подолання дефіциту сировини та скорочення розриву між виробництвом молока та його переробкою; поліпшення якості продукції, що швидко псується; зменшення виробничих витрат; організація повнішого завантаження робочої сили та потреба у збільшенні інвестицій у молочно-господарства.

Нині організаційно-правова форма підприємств і наявність потенційних вітчизняних інвесторів забезпечують умови для інтеграції суб'єктів господарювання. Досвід показує, що найперспективнішою формою інтеграційних зв'язків є створення кластерів. Взаємодія всіх учасників об'єднання дає можливість підвищити ефективність і масштабність інвестиційного процесу за рахунок диверсифікації ризиків та розширення способів інвестування, реалізувати ті проекти, здійснення яких поодиноці було б неекономічним і недоцільним. Крім того, кластеризація об'єктивно сприяє формуванню консолідованих інвестиційних коштів, за допомогою яких можуть активно здійснюватися інвестиційні програми на умовах надання пільгових кредитів.

Таким чином, об'єднання тваринницьких, молокопереробних і торгівельно-посередницьких підприємств, із залученням фінансово-кредитних установ, на принципах кооперації у формі інтегрованих структур – реальний шлях забезпечення виробництва конкурентоспроможних молочних продуктів, що набуває особливого значення в умовах членства України в СОТ.

Отже, можна зробити такі висновки:

1. Головна проблема, яка сьогодні стоїть перед молокопереробними підприємствами, це дефіцит якісної сировини.
2. Основним способом розв'язання цієї проблеми є інвестиції з боку підприємств молочної промисловості в розвиток тваринницьких господарств, шляхом їх вертикальної інтеграції.
3. Ця інтеграція обов'язково повинна бути доповнена горизонтальною і зробити це найдоцільніше на основі створення кластерів.
4. Створення кластерів є також способом модернізації технологічного оснащення підприємств молочної промисловості.

5. Оскільки функціонування аграрного сектору свідчить про об'єктивну необхідність державної підтримки виробництва сільськогосподарської продукції і, в першу чергу, продукції тваринництва, то процеси інтеграції та кластеризації в молочній промисловості теж не можливі без підтримки і сприяння з боку держави.

Наук. керівн. Ястремська О. М.

Література: 1. Ножечкина Г. М. Рынок молока и молочных продуктов Украины / Г. М. Ножечкина // Молочное дело. – 2007. – № 11. – С. 10–36. 2. Сільське господарство України – 2007 : статистичний збірник. – К. : Держкомстат України, 2008. – 320 с. 3. Портер М. Конкуренція : учебн. пособие / М. Портер ; пер. с англійсько-го. – М. : Изд. дом "Вильямс", 2002. – 466 с. 4. Одягайло Б. М. Генезис та глобалізація на адаптивність економічної системи (Інституціональний підхід) : монографія / Б. М. Одягайло. – Львів : Магнолія плюс, 2006. – 364 с. 5. Броншпак Г. К. Государственная поддержка кластерных инициатив: вертикально интегрированные структуры в АПК / Г. К. Броншпак // Економіка АПК. – 2007. – № 4. – С. 45–50. 6. Интеграция и дезинтеграция в агропромышленном секторе экономики: традиционный и инновационный подходы. – М. : Знание, 2009. – 704 с. 7. Кравченко С. А. Кластерная адаптивность сельскохозяйственных предприятий / С. А. Кравченко // Економіка АПК. – 2007. – № 7. – С. 30–37. 8. Саблук П. Т. Кластеризація як механізм підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості аграрної економіки / П. Т. Саблук // Економіка АПК. – 2010. – № 1. – С. 3–12.

УДК 657.312.2

Фефелов І. В.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

РОЗРОБКА ФІНАНСОВОГО ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотация. Розглянуто основні теоретичні підходи до фінансового планування на підприємстві, типові структури, котрі входять до складу фінансового плану, а також фінансові коефіцієнти, що можуть бути використані для перевірки ефективності його складання.

Аннотация. Рассмотрены основные теоретические подходы к финансовому планированию на предприятии, типовые документы, которые входят в состав финансового плана, а также финансовые коэффициенты, используемые для проверки эффективности его составления.

Annotation. The basic theoretical approaches to the financial planning on an enterprise, model documents which are the part of financial plan, and also financial coefficients, that are used for verification of efficiency of his drafting, are studied.

Ключові слова: планування, фінансове планування, фінансовий план, фінансові коефіцієнти, СVP-аналіз.

На сьогоднішній день в умовах ринкової економіки для успішного ведення господарчої діяльності підприємству потрібно знати коли, де і у яких кількостях йому знадобляться кошти і чим точніше будуть ці дані, тим більш ефективною та стабільною буде ця діяльність. Фінансове планування якраз і спрямоване на вирішення цих проблем, а саме оптимізації структури капіталу, забезпечення фінансової стійкості підприємства, підвищення його інвестиційної привабливості для інвесторів і кредиторів. На жаль, на сьогоднішній день воно не отримало належного розповсюдження на вітчизняних підприємствах, тому проблема фінансового планування вимагає ретельного вивчення та упровадження на якнайбільш великій кількості підприємств.

Проблема фінансового планування розроблялась такими вітчизняними та російськими вченими, як: Ільїн А. І., Орлова Е. Р., Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І., Поддєрьогін А. М., Кірейцев Г. Г., праці яких мають значний інтерес для осмислення проблеми фінансового планування. Але деякі аспекти, як от: використання точки беззбитковості у процесі розробки фінансового плану, можуть бути висвітлені більш детально, а в деяких можна використати інші підходи.

Об'єктом даної роботи є фінансове планування на промисловому підприємстві в сучасних умовах. Предмет – це фінансовий план як вагома частина фінансового планування. Мета – це визначити процес розробки фінансового плану, а також розглянути проблему перевірки ефективності його складання. Крім того, були поставлені завдання: розглянути процес фінансового планування,

© Фефелов І. В., 2010



методи, за якими він здійснюється, проаналізувати схему складання фінансового плану, основні його елементи, розглянути фінансові показники як спосіб перевірки фінансового плану.

У процесі виконання роботи вдалося досягти таких елементів наукової новизни, як:

1. Визначити низку фінансових показників для оцінки ефективності планування на підприємстві.

2. Надати пропозиції щодо використання маржинального підходу та CVP-аналізу при розробці фінансового плану підприємства.

У ході виконання дослідження були розроблені основні теоретичні підходи до фінансового планування на підприємствах, у рамках яких було розглянуто методи та способи фінансового планування, а також встановлено, що воно може вирішити такі завдання, як:

- 1) виявити, якими грошовими коштами може володіти підприємство;
- 2) виявити й оцінити джерела їх надходження;
- 3) оцінити достатність коштів для виконання завдань;
- 4) визначити суми коштів, які необхідно сплатити в бюджет і позабюджетні фонди;
- 5) оцінити потребу в інвестиціях і залучених коштах;
- 6) збалансувати майбутні доходи і витрати з урахуванням комерційної самоокупності [1].

Також були встановлені цілі фінансового планування, строки, на які воно може розповсюджуватись, а також принципи його побудови, структуру типового фінансового плану, яка включає:

- 1) прогноз обсягів реалізації;
- 2) кошторис грошових видатків і надходжень;
- 3) таблицю доходів і витрат;
- 4) прогнозований кошторис активів і пасивів підприємства;
- 5) CVP-аналіз.

Виконано аналіз, в ході якого визначені цілі, завдання, зміст призначення кожного документа, а також рекомендації зі складання кожного документа.

Був також визначений склад фінансових коефіцієнтів, за допомогою яких можна перевірити ефективність складання фінансового плану; надано рекомендації щодо їх складу залежно від користувачів, для яких вони розробляються.

Наук. керівн. Верещагіна Г. В.

Література: 1. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент / Г. Г. Кірейцев. – Житомир : ЖІТІ, 2001. – 440 с. 2. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств / А. М. Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2004. – С. 288–302. 3. Костина Н. И. Финансовое прогнозирование в экономических системах / Н. И. Костина. – М. : ЮНИТИ, 2006. – 285 с. 4. Онищенко С. В. Финансовое планирование – основной элемент управления финансами предприятия / С. В. Онищенко // Финансы Украины. – 2000. – № 9. 5. Лабунская С. В. Управленческий учет : конспект лекций для студентов специальности 8.050106 всех форм обучения. Ч. 1 / С. В. Лабунская. – Харьков : Изд. ХНЭУ, 2005. – 60 с.

Шестакова З. В.

УДК 332.101.4

Студент 4 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ І КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Розроблено механізм удосконалення організації фінансового планування на підприємстві з урахуванням взаємозв'язку з іншими видами планів, що складаються на підприємстві.

Аннотация. Разработан механизма совершенствования организации финансового планирования на предприятии с учетом взаимосвязи с другими видами планов, составляемых на предприятии.

Annotation. The mechanism for improving the organization of financial planning at the enterprise, taking into account the relationship with other types of plans drawn at the enterprise is worked up.

Ключові слова: фінансове планування, фінансовий контроль, механізм удосконалення, проблеми.

© Шестакова З. В., 2010



В останні роки в роботах багатьох авторів процес фінансового планування пов'язується виключно з формуванням бюджетів (зокрема, роботи Акулова В. Б. [1], Бухалкова М. І. [2], Романової М. В. [3]). Згідно з цим підходом, система фінансового планування складається з таких підсистем: а) бюджетного планування діяльності структурних підрозділів підприємства; б) зведеного бюджетного планування діяльності підприємства. При цьому взаємозв'язок фінансового планування з іншими видами планування на підприємстві не розглядається.

Метою даної статті є розробка механізму вдосконалення організації фінансового планування на підприємстві з урахуванням взаємозв'язку з іншими видами планів, що складаються на підприємстві.

При вивченні системи фінансового планування не можна не відзначити її тісний зв'язок з системою фінансового контролю на підприємстві. Незважаючи на те, що планування і контроль — це дві різні функції управління, існування їх у господарській діяльності підприємств окремо один від одного є неможливим, тому що вони взаємодоповнюють й обумовлюють одна одну. А тому оцінка досягнення цілей, поставлених у рамках фінансового планування, була б неможлива без проведення фінансового контролю. Ось чому вирішуючи завдання вдосконалення системи фінансового планування на підприємстві, не можна не залишити осторонь і систему фінансового контролю.

Вивчаючи систему фінансового контролю, необхідно розглянути елементи системи, що досліджується. Систему фінансового контролю доцільно розглядати як систему внутрішнього фінансового контролю, беручи до уваги той факт, що об'єктом удосконалення в даній роботі виступає система фінансового планування, замкнута в рамках підприємства.

До елементів системи внутрішнього фінансового контролю можна віднести:

елементи входу (інформаційне забезпечення контролю);

центри відповідальності;

техніку контролю (інформаційно-обчислювальна техніка і технологія);

процедури контролю;

середовище контролю;

систему обліку;

елементи виходу (інформація про об'єкт управління, отримана в результаті контролю) [4].

Інформаційна база внутрішнього фінансового контролю створюється у процесі фінансового планування і потім використовується з метою контролю в ході виконання фінансових планів. Техніка контролю становить зміст, внутрішню сторону системи фінансового контролю, тому, на погляд автора, вона повинна підлягати реформуванню в першу чергу. Процедури фінансового контролю можуть бути представлені у вигляді такого алгоритму:

1. Визначення та документальне закріплення порядку діяльності конкретного складу працівників у процесі планування і контролю на підприємстві.

2. Визначення первинних документів, у яких відображаються дані про виконання відповідними працівниками своїх функцій і про реалізацію планів відповідних фінансових або господарських операцій.

3. Вибір порядку руху документів.

4. Визначення точок контролю для оцінки різних аспектів реалізації конкретних фінансових або господарських операцій та оцінки наявності і стану ресурсів підприємства; установлення контрольованих параметрів об'єктів контролю; установлення критичних точок контролю, де ризик виникнення помилок та перекручень особливо великий.

5. Вибір методів проведення контролю.

На підставі досвіду роботи фахівців консалтингових фірм з постановки автоматизованих систем фінансового планування [5] була виявлена ціла низка проблем, з якими стикаються вітчизняні підприємства у сфері організації фінансового контролю:

- Фінансовий план тільки тоді буде ефективним інструментом управління, коли його виконання можна оперативнo контролювати на основі фактичної інформації, одержуваної з управлінського обліку. З іншого боку, організація самого фінансового контролю на підприємстві повністю залежить від порядку складання документів і всієї схеми документообігу.

- Крім того, було встановлено, що для управлінського обліку характерна низька достовірність й оперативність одержуваних даних, у тому числі первинних облікових документів; територіальна віддаленість підрозділів підприємства; невідповідність системи аналітичного обліку завданням управління; брак людських і матеріальних ресурсів.

- Що ж стосується автоматизації фінансового контролю, то даний процес здійснюється в рамках уже розробленої системи бухгалтерського та управлінського обліку, хоча дуже часто облікові процедури та реєстри бухгалтерського й управлінського обліку не збігаються.

Таким чином, реформування певних елементів системи фінансового контролю призводить до реформування відповідних складових системи фінансового планування, а тому має сенс ці дві системи об'єднати в одну.

Очевидний взаємозв'язок фінансового планування та фінансового контролю свідчить про те, що для успішного функціонування єдиної системи потрібна ув'язка цілей і завдань розвитку підприємства. А для цього потрібно здійснити перехід від традиційної схеми організації фінансового планування і контролю до використання процесного підходу.



Світовий досвід останніх десятиліть показує, що стандарти комплексного планування та управління підприємством стають все більш орієнтованими на процеси. Основним поняттям процесної методики є бізнес-процес, тобто цілеспрямована послідовність операцій і подій (наприклад, процес формування комплексного фінансового плану). Кінцевою метою такого підходу є синхронізація діяльності підприємства з потребами споживача, що забезпечує підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Підводячи підсумок, можна сформулювати такі висновки:

роботу з удосконалення організації фінансового планування і контролю на підприємстві необхідно починати з виявлення існуючих проблем, які виступають як фактори, що обмежують досягнення поставлених цілей підприємства;

систему фінансового планування та контролю необхідно розглядати як складовий елемент всієї системи планування на підприємстві, використовуючи єдиний підхід до вибору методів та інструментів для всіх видів планів, що складаються на підприємстві;

підприємство, залежно від наявності у нього тих або інших проблем у галузі фінансового планування, має робити акцент на певні функції фінансового планування, приділяючи їх реалізації найбільшу кількість сил і засобів;

удосконалюючи організацію фінансового контролю на підприємстві, необхідно також виявити проблеми підприємства в цій області і потім позначити ті елементи системи, які підлягають оптимізації;

перехід підприємства до побудови своєї діяльності на основі процесного підходу дозволяє усунути недоліки, характерні для традиційної схеми організації.

Наук. керівн. Разінкова В. П.

Література: 1. Акулов В. Б. Финансовый менеджмент / В. Б. Акулов. – Петрозаводск : Изд. Петрозаводского государственного университета, 2005. — 136 с. 2. Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование / М. И. Бухалков. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 392 с. 3. Романова М. В. Формирование финансовой политики предприятия: Управление финансами / М. В. Романова // Финансы и кредит. – 2004. – № 8. – С. 25–34. 4. Бурцев В. В. Система фінансового контролю / В. В. Бурцев // Библиотека фінансового менеджера. – Режим доступа : <http://finmanagement.ru>. 5. Репин В. В. Финансовое планирование и управленческий учет: проблемы внедрения [Электронный ресурс] / В. В. Репин. – Режим доступа : <http://finexpert.ru>. 6. Ильин А. И. Планирование на предприятии / А. И. Ильин. – Мн. : ООО "Новое знание", 2008. — 635 с. 7. Реформирование предприятий. Типовая программа. Методические рекомендации. Опыт реструктуризации. СБ документов. — М. : ИЦ "Акционер", 2003. — 151 с.

Петренко А. Ю.

УДК 659.126

Студент 4 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

БРЕНДИНГ: КОЛИ ІМ'Я СТАЄ ТОРГІВЕЛЬНОЮ МАРКОЮ

Анотація. Присвячено розкриттю поняття "брендинга" і його ролі у сучасній економіці України. Розглянуто можливість створення програми "Бренд України", що допоможе створити впізнаний позитивний імідж країни у світі, сприятиме виникненню загального відчуття мети і національної гордості, що допоможе об'єднати Україну навколо єдиної національної ідеї — економічного розвитку країни.

Анотация. Посвящено раскрытию понятия "брендинга" и его роли в современной экономике Украины. Рассмотрено возможность создания программы "Бренд Украины", которая поможет создать узнаваемый позитивный имидж страны в мире, будет способствовать возникновению общего чувства цели и национальной гордости, которая поможет объединить Украину вокруг единственной национальной идеи — экономического развития страны.

© Петренко А. Ю., 2010

Annotation. The article is devoted to disclosing the concept of "branding" and its role in the modern economy of Ukraine. The possibility of the creation of "Brand of Ukraine", which will help to create a recognizable positive image of the country in the world, is examined. It will contribute to a shared sense of goal and national pride, which will help to unite Ukraine around a single national idea — economic development.

Ключові слова: брендинг, економіка, туризм, експорт, імідж.

Той факт, що без сприйманої конкурентної переваги компанія або торговельна марка не спроможна домогтися успіху, можна взяти за аксіому. Мало просто мати конкурентну перевагу — необхідно, щоб її бачили інші. Саме тому роль ідентифікатора товару відводиться торгівельній марці. За допомогою торгівельної марки покупці можуть не просто бачити вас і говорити про вас, вони можуть і запам'ятати вас. Ось чому створюються бренди: щоб скористатися здатністю людини зберігати враження та зв'язувати їх з візуальними і словесними образами.

Таким чином, можна відзначити, що в контексті стратегії маркетингу "брендинг" — це робота і здійснення комплексу заходів, які сприяють: — ідентифікації того або іншого продукту; виділенню цього продукту з ряду аналогічних конкуруючих продуктів; створенню довгострокової переваги споживачів до бренду, марки, назви [1]. Назва є брендом, якщо вона відповідає таким критеріям: несе в собі певні цінності; помітна; приваблива; має чітку індивідуальність. Критерії вказані не у порядку значущості, вони усі однаково важливі.

Торгівельна марка становить певні цінності, вона має чіткі особливості у свідомості покупців відносно того, що вона символізує. Більшість торгівельних марок несуть у собі багато цінностей. Другою ознакою торгівельної марки є здатність до відмінності, виділення товару на тлі усіх інших, його сприйняття як відмінного від конкурентів. Аспект розрізнюваності стає особливо важливим, тому що на ринках більшості товарів і послуг різниця між пропозиціями стає все менш і менш очевидною, а технологічні інновації заради збереження унікальності більш ніж в короткостроковій перспективі даються все важче. Третій аспект — привабливість — поза сумнівом важливий для торговельної марки. Для виникнення довіри до марки покупцям потрібна емоційна причина. Остання ознака, індивідуальність, користується особливою увагою з боку бренд-менеджерів. За коректним проявом індивідуальності стежать найретельніше. До цього варто додати, що впізнанність торгівельної марки дуже важлива — в ідеалі торговельна марка повинна не лише легко пізнаватися, але й легко запам'ятовуватися [2]

Поняття брендингу розповсюджено не лише на товари і послуги, але і на країни. Країна, що має бренд, не лише притягує туристів. Її національний бізнес і товари отримують сильну підтримку в конкурентній боротьбі.

Країни стають усе більш подібні до корпорацій. Вони, як і корпорації, вступають у боротьбу за залучення іноземних інвестицій, конкурують за увагу світових медіа, туристів і ринки товарів та послуг. Брендинг, що традиційно розглядається як один з найбільш важливих елементів маркетингу, потрапив у лексикон державних органів відносно нещодавно.

Саймон Анхольт визначає брендинг країни як систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій і комунікацій країни для реалізації стратегії конкурентної ідентичності.

Створення бренду країни — найсильніший інструмент підвищення привабливості товарів країни-виробника. Окрім іншого, дуже важливо подивитися на бренди національних виробників і те, яким чином це може допомогти розвитку економіки країни. Використання брендингу національними корпораціями може підвищити прибутки не лише самих компаній, але і за допомогою податків — державної казни.

Вкладати гроші у бренд країни вигідно усім. У нас все ще тільки у зародку. Серед добре розкручених українських брендів можна виділити всього декілька, наприклад Nemiroff, Roshen і ABK. Логічним наступним кроком брендингу України могла б стати національна програма "Бренд України". Запорукою її успішної реалізації має бути координація роботи задіяних держорганів і відповідних організацій компетентним фахівцем. Фінансування роботи зі створення бренду України можна розглядати як класичний приклад. Вкладати гроші у бренд країни вигідно усім: уряду, бізнесу, суспільству. Досвід розвинених країн показує, що уряд повинен фінансувати приблизно 10 – 20 % від загального бюджету цього напряму. У той же час бізнес може виступити основним спонсором, оскільки від позитивного іміджу України в першу чергу вииграє він сам, а потім вже держава і населення. Найбільші українські компанії, а також іноземні інвестори в українську економіку здатні підтримати цей процес. Бізнес здатний виступити ініціатором створення фонду, який фінансував би реалізацію національної програми "Бренд України". Національна програма "Бренд України" допоможе не лише створити впізнаний позитивний імідж країни у світі, але сприятиме виникненню української національної ідентичності, загального відчуття мети і національної гордості, що допоможе об'єднати Україну навколо єдиної національної ідеї — економічного розвитку країни.

Наук. керівн. Калмін І. В.

Література: 1. Ле Пла Ф. Джозеф. Основы сильного бренда. Серия : Современный бизнес / Ле Пла Ф. Джозеф, Линн М. Паркер. — СПб. : Нева, 2004. — 320 с. 2. Аакер Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга. Серия : Бренд-менеджмент / Д. Аакер, Э. Йохимштайлер. — М. : ИД Гребенникова, 2003. — 380 с. 3. Торстен Нильсен. Конкурентный брендинг / Торстен Нильсен. — СПб. : Питер, 2003. — 208 с. 4. Мирошниченко В. Бренд страны как двигатель экономического развития / В. Мирошниченко // Еженедельник "Комп&ньон". — 2006. — № 24.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

БРЕНД ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ

Анотація. Розкрито сутність брендингу та бренда як розвинутої в маркетинговому відношенні торгової марки товару.

Аннотация. Раскрыто сущность брендинга и бренда как развитой в маркетинговом отношении торговой марки товара.

Annotation. The essence of branding and brand marketing as developed in respect marketing relation trade mark of goods is suggested.

Ключові слова: бренд, брендинг, економіко-маркетинговий підхід, історичний підхід, соціокультурний підхід.

Розширення контексту вживання поняття "бренд" і мовні флуктуації з наукової мови в розмовну — показник затребуваності знака для позначення раніше непозначуваного чи невідомого феномена. Активне вживання поняття "бренд" свідчить про те, що він став соціальним фактом і суспільство відчуває потребу у виявленні його специфіки та визначення механізмів його формування.

Вирішити зазначені завдання в рамках теорії брендингу неможливо, для цього необхідно цілісне дослідження феномена бренда з філософських, культурологічних та соціально-антропологічних позицій. У зв'язку з цим осмислення бренда як соціокультурного феномена видається важливим і актуальним дослідницьким завданням.

На сьогоднішній день можна виділити такі базові підходи в дослідженні феномена бренда: 1) економіко-маркетинговий (бізнес-орієнтований); 2) історичний; 3) соціокультурний.

Економіко-маркетинговий підхід є домінуючим напрямком у дослідженні феномена бренда і реалізується в рамках теорії брендингу. Даний підхід практично орієнтований. У теорії брендингу існує два напрями: бренд-менеджмент і бренд-білдинг.

Теорія бренд-менеджменту вивчає принципи управління брендом як інструментом збільшення доданої вартості і нематеріальних активів компанії. Основні положення теорії бренд-менеджменту розроблялися такими західними дослідниками, як Д. Аакер, Е. Райс, Я. Егльвуд і П. Темпорал. Серед російських дослідників потрібно згадати Рожкова І. Я., Домніна В. М. і Руда Є. А.

У рамках теорії бренд-білдингу ведеться пошук прийомів розробки ідеологічного концепту бренда і його атрибутів — імені, логотипу, упаковки, корпоративного персонажу, а також вивчаються проблеми створення методик формування бренда в масовій свідомості. Питанням розробки ідеологічного концепту бренда присвятили свої роботи М. Марк і К. Пірсон, Ж.-М. Дрю, Д. Аакер, а також М. Васильєвої та А. Надеїна. У теорії бренд-білдингу бренд інтерпретується найчастіше як образ торгової марки, що формується в масовій свідомості.

Історичний підхід складає група досліджень, присвячених зародженню і розвитку форм товарного позначення, що передували бренду, таких, як клеймо, товарний знак й торгова марка. Дані дослідження виходять з уявлення про генетичну спорідненість сучасних брендів і зазначених форм товарного позначення та розглядають бренд як сучасний етап еволюції товарного позначення. Дійсно, саме поняття "бренд" (від. англ. brand – випалений знак, клеймо) спочатку використовувалося для позначення клейма або тавра, які наносили на домашню худобу як знак власності, і лише в середині XIX століття термін "бренд" набув значення, близьке до понять "товар", "торгова марка" і "маркетинг". Історичний підхід реалізується в роботах західних і російських дослідників – М. Хейг, Р. Люхінгера, Т. Хайна, А. Дейкель, К. Брандмейера, Е. Глінтернік, І. Богуславського, Ю. Сокольниковою.

Робіт, що представляють соціокультурний підхід до дослідження феномена бренда, вкрай мало, причому як у Росії, так і на Заході: це в першу чергу робота російського культуролога А. Ульяновського "Міфодизайн: комерційні і соціальні міфи" [1] та критичний нарис американської дослідниці Н. Кляйн "NO LOGO. Люди проти брендів" [2].

Андрій Ульяновський у роботі "Міфодизайн..." розглядає бренд як комерційно орієнтовану форму соціального міфу [1]. Він виходить з того, що бренди є найбільш дослідженим варіантом соціальної міфології (в рамках теорії брендингу), що дозволяє йому екстраполювати механізми та закономірності функціонування, характерні для брендів, на соціальну міфологію в цілому. Гіпотеза про приналежність брендів до розряду соціальних міфів слабо аргументована і, по суті, зводиться до констатації, оскільки основним об'єктом дослідження цієї роботи є соціальна міфологія, а також механізми і техніки її конструювання.



Підводячи підсумок наведеному вище, можна зробити висновок, що сучасний успішний бренд є не що інше, як породження фантазії та емоцій самого споживача. Таким чином, розвиток бренда пов'язаний, перш за все, з рівнем його комунікаційної культури, професійно зробленого наочного образу і тих нематеріальних активів, які були в нього вкладені. Підтримка та розвиток цих складових успішного бренда, можливо, є головним завданням сучасного бренд-менеджменту.

Наук. керівн. Калмін І. В.

Література: 1. Ульяновский А. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы / А. Ульяновский. – СПб., 2005. 2. Кляйн Н. NO LOGO: Люди против брендов / Н. Кляйн. – М., 2003. 3. Аткин Д. Культ брендов: как сделать покупателя односторонцем / Д. Аткин. – М., 2005. 4. Барт Р. Мифология / Р. Барт. – М., 2000. 5. Бодрийяр Ж. Злой демон образов / Ж. Бодрийяр // Искусство кино. – 1992. – № 10. 6. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. – М., 1995. 7. Марк М. Герой и бунтарь: Создание брендов с помощью архетипов / М. Марк, К. Пирсон. – СПб., 2005. 8. Прингл Х. Энергия торговой марки / Х. Прингл, М. Томпсон. – СПб., 2001.

УДК 358.8

Кабак Н. В.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто питання дослідження діяльності підприємства, з точки зору маркетингу, а також ефективність діяльності підприємства на ринку. Визначено, що найголовнішим елементом є асортимент продукції, зменшення ризику при ухваленні рішення щодо поліпшення діяльності підприємства.

Аннотация. Рассматриваются вопросы исследование деятельности предприятия, с точки зрения маркетинга, а также эффективность деятельности предприятия на рынке. Определено, что самым главным элементом является ассортимент продукции, уменьшение риска при принятии решения по улучшению деятельности предприятия.

Annotation. The questions of research of activity of enterprise from the point of view of marketing, and also the efficiency of activity of enterprise at the market are examined. The most important element is considered the assortment of products, diminishing of risk at a decision-making on the improvement of activity of enterprise.

Ключові слова: маркетингові дослідження, ринок, підприємство, аналіз інформації, виробництво, конкурентоспроможність, канали розподілу продукції, асортимент продукції.

З переходом до ринкових відносин в Україні головною умовою досягнення основних ринкових цілей вітчизняними підприємствами стає вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності продукції як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках, оскільки виробництво і реалізація товарів є узагальнюючим показником життєздатності підприємства. При цьому особливо важлива здатність підприємства оперативно й адекватно реагувати на зміни в поведженні споживачів.

Кожному підприємству, перед тим як планувати обсяг виробництва, формувати виробничу потужність, необхідно знати, яку продукцію, у якому обсязі, де, коли і за якими цінами воно буде продавати. Для цього необхідно вивчити попит на продукцію, ринки її збуту, їхню місткість, реальних і потенційних конкурентів і покупців. Від цього залежать кінцеві фінансові результати і фінансова стійкість підприємства. Таким чином, діяльність будь-якого підприємства починається з маркетингового аналізу.

Маркетингові дослідження – це систематизований процес збирання, накопичування, обробки та аналізу інформації, яка відображає існуючу внутрішню і зовнішню ситуацію, з метою прийняття конкретних управлінських рішень для стабілізації, покращання чи розвитку виробничої діяльності та зменшення невизначеності і ризику при прийнятті цих рішень.

Маркетингові дослідження підприємства можуть виконувати самостійно (власні організаційні форми) або з допомогою спеціалізованих дослідницьких організацій.

Здатність розробляти і пропонувати нові товари – основна умова виживання фірми в конкурентній боротьбі. Здатність фірми до постійних інновацій і ефективне управління цими процесами є основною її діловою активністю.

З погляду маркетингу, товар може бути новим як стосовно ринку, так і для самої фірми, а також для галузі.

© Кабак Н. В., 2010



Відновлення існуючого товару може бути значним, тобто товар змінюється (удосконалюється) докорінно, або без зміни властивостей і характеристик самого товару. Обговорюючи питання товарної політики, відзначимо, що за винятком деяких малих фірм (підприємств), компанія пропонує асортимент товарів, тобто сукупність товарів, що може бути сформована різними способами.

Ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємства припускає реалізацію таких заходів [1]:

- 1) проведення аналізу збутової діяльності по підприємству в цілому і за кожним з каналів розподілу;
- 2) прогнозування загальногосподарської і ринкової кон'юнктури;
- 3) прогнозування обсягів збуту продукції;
- 4) підготовка фінансового кошторису на здійснення збуту;
- 5) вибір й обґрунтування каналів розподілу продукції;
- 6) вивчення збутової діяльності конкурентів;
- 7) прогнозування збуту за окремими видами продукції, конкретним замовникам і збутовим територіям;
- 8) оцінка роботи збутового персоналу.

У даний час підприємства на ринку не міняється: йде перехід від диктату виробника до активної ринкової політики. Її найважливішим елементом стає перегляд асортименту продукції. Виробництво починає переорієнтуватися на продукцію, що користується попитом і є більш рентабельною. Однак зворотню стороною таких процесів стало падіння технічного рівня вироблення продукції й інших регресивних змін у структурі. Перебудовуючи асортимент, підприємства намагаються або заздалегідь зорієнтувати випуск під конкретного споживача, або вийти на споживачів, здатних на передоплату наявними грошима.

Орієнтація підприємства на концепцію маркетингу не припускає максимізацію обсягів збуту. Його оптимальний рівень повинен забезпечити максимальну вигоду як виготовлювачу виробу, так і споживачу у процесі експлуатації.

За допомогою маркетингових досліджень фірмі необхідно здійснювати відстеження змін потреб покупців. Дослідження мають бути систематичними, а не випадковими. Це не одноразові заходи, а сукупність дій або процесів, що передбачають збирання, записування та аналіз даних. Об'єктивність забезпечується тим, що інформація надходить з різних джерел, які, певна річ, прагнуть, щоб дані були глибокими та змістовними, адже у протилежному разі можна дійти помилкових висновків. Науковий підхід ґрунтується на об'єктивності, точності й ретельності. Об'єктивність означає, що дослідження здійснюються без жодних змін і враховують усі чинники. Висновки не формуються доти, поки не зібрано й не проаналізовано всі дані. Точність досягається застосуванням інструментів дослідження, які розробляють і використовують дуже скрупульозно.

Наук. керівн. Тонєва К. В.

Література: 1. Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник / В. П. Пелішенко. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 200 с. 2. Вайсман А. Стратегія маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха / А. Вайсман. – М. : Экономика, 2005. – 267 с. 3. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент / А. В. Войчак. – К. : КНЭУ, 2002. – 365 с.

Серафимова Д. О.

УДК 330.105

Студент 4 курсу

факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ ВИВЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Присвячено проблемам вивчення поняття інвестиційних ризиків на підприємстві, а також розгляду такого аспекту, як вибір методів вимірювання інвестиційних ризиків у сучасній економіці України. Досліджено реальне інвестування у всіх його формах, яке пов'язане з чисельними ризиками, ступінь впливу яких на його результати істотно зростає з переходом до ринкової економіки.

Аннотация. Посвящено проблемам изучения понятия инвестиционных рисков на предприятии, а также рассмотрению такого аспекта, как выбор методов измерения инвестиционных рисков в современной экономике Украины. Исследовано реальное инвестирование во всех его формах, которое связано с многочисленными рисками, уровень влияния которых на его результаты существенно возрастает с переходом к рыночной экономике.

© Серафимова Д. О., 2010

Annotation. The article is devoted to the problems of studying of concept of investment risks at the enterprise, and also to consideration of such aspect, as a choice of methods of measurement of investment risks in modern economy of Ukraine. Real investment in its forms which is connected with the numerous risks the level of influence of which on its results essentially increases with transition to market economy is considered.

Ключові слова: ризик, інвестування, невизначеність, методи вимірювання.

На сьогоднішній день у нашій країні багато підприємств не звертають увагу на такий аспект, як управління інвестиційними ризиками та ризиками загалом. На погляд автора, актуальність теми зумовлена тим, що проблемам ризику на підприємстві приділяють недостатньо уваги, а саме в інвестиційній діяльності, що є перспективним напрямом в ринковій економіці. Недостатньо конкретизовані методи оцінки інвестиційних ризиків, а звідси й управління ними. Бо діяти в умовах невизначеності достатньо важко, коли ще й проблема полягає у грошовому аспекті, тобто в інвестуванні.

Розглядом аналогічних проблем займалися такі вчені, як Вітлінський В. В. та Наконечний С. І., Ястремська О. М., Москвін В. А., Матвійчук А. В., Клебанова Т. С. та Раєвнева О. В., Бланк І. О. та інші, які зробили не малозначний внесок у дослідження цього питання. Але даній темі потрібний подальший розгляд, з огляду на те, що на сьогоднішній день ще є така проблема, як фінансова криза. Тому інвестування у цих умовах потребує детального розгляду й обачності при прийнятті рішень.

Метою статті є розгляд сутності та особливостей вивчення інвестиційних ризиків на підприємстві.

Реальне інвестування у всіх його формах зв'язане з численними ризиками, ступінь впливу яких на його результати істотно зростає з переходом до ринкової економіки. Зростання цього впливу пов'язане з високою мінливістю економічної ситуації в країні, коливання кон'юнктури інвестиційного ринку, появою нового для нашої практики вигляду реальних інвестиційних проектів і форм їх фінансування. Основу інтегрованого ризику реального інвестування підприємства складають так звані проектні ризики, тобто ризики, пов'язані із здійсненням реальних інвестиційних проектів підприємства. У системі показників оцінки таких проектів рівень ризику займає третє по значущості місце, доповнюючи такі його: показники, як обсяг інвестиційних витрат і сума чистого грошового потоку.

Під ризиком реального інвестиційного проекту (проектним ризиком) розуміється можливість виникнення в ході його реалізації несприятливих подій, які можуть зумовити зниження його розрахункового ефекту.

Проектний ризик є об'єктивним явищем у функціонуванні будь-якого підприємства, що здійснює реальне інвестування. Він супроводжує реалізацію практично всіх видів реальних інвестиційних проектів, у яких би формах вони не здійснювалися. Хоча ряд параметрів проектного ризику залежить від суб'єктивних управлінських рішень, відбитих у процесі підготовки конкретних реальних інвестиційних проектів, об'єктивна його природа залишається незмінною.

Рівень проектного ризику, властивий здійсненню навіть однотипних реальних інвестиційних проектів одного і того ж підприємства, не є незмінним. Він істотно варіює під впливом численних об'єктивних і суб'єктивних чинників, які знаходяться в постійній динаміці. Тому кожен реальний інвестиційний проект вимагає індивідуальної оцінки рівня ризику в конкретних умовах його здійснення [1, с. 260].

Оцінювання інвестиційних проектів вимагає проведення, детального аналізу, наявності великої кількості даних та проведення відповідних розрахунків. Метою цього, окрім усього іншого, є зниження до прийнятних меж ступеня ризику інвестування, що завжди можливий за умови динамічності, нестабільності, невизначеності.

З теорії та практики впливає значна кількість різних методів оцінки ефективності інвестиційних проектів [2, с. 280].

Імовірність настання певної події може бути визначена об'єктивним або суб'єктивним методом.

Об'єктивний метод визначення ймовірності ґрунтується на обчисленні частоти, з якою в минулому відбулась певна подія.

Суб'єктивний метод спирається на використання суб'єктивних оцінок та критеріїв, що ґрунтуються на різних припущеннях. До таких припущень можуть бути віднесені судження інвестора, його власний досвід, оцінка експерта, думки консультанта, порада консалтингової фірми.

Аналіз економічної літератури, присвяченої даній проблемі, показав, що на сьогоднішній день найбільш розповсюдженими методами кількісної оцінки ступеня ризику є:

- статистичний метод;
- метод аналізу доцільності витрат;
- метод експертних оцінок;
- метод використання аналогів [3, с. 41].

Таким чином, розгляду питання щодо вибору методів вимірювання інвестиційних ризиків, а як наслідок, управління ними – необхідно приділити увагу в комплексі. Це питання й залишилося недостатньо розкритим, що й буде напрямком подальшого дослідження.

Наук. керівн. Ястремська О. М.

Література: 1. Бланк И. А. Управление инвестициями предприятия / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2003. – 480 с. 2. Москвин В. А. Управление рисками при реализации инвестиционных проектов / В. А. Москвин. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 352 с. 3. Егоров П. В. Управление инвестиционными рисками в производственно-хозяйственных системах : монография / П. В. Егоров, А. А. Лактионова. – Донецк : ООО "Юго-Восток, Лтд", 2005. – 210 с.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

РИЗИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Анотація. Розглянуто теоретичні аспекти інноваційного та реалізаційного ризиків. Запропоновано комплексний підхід до управління ризиком діяльності підприємства, а також класифікацію ризиків за етапами здійснення інноваційної діяльності. Визначено важливість розгляду реалізаційних ризиків на етапі проектування інноваційної продукції.

Анотация. Рассмотрены теоретические аспекты инновационного и реализационного рисков. Предложены комплексный подход к управлению риском деятельности предприятия, а также классификацию рисков по этапам осуществления инновационной деятельности. Определена важность рассмотрения реализационных рисков на этапе проектирования инновационной продукции.

Annotation. The theoretical aspects of innovative and realization risks are studied. The complex approach to risk management of the enterprise activity, and also classification of risks by stages of realization of innovative activity are offered. Importance of consideration realization risks at a design stage of innovative production is designated.

Ключові слова: ризик, інновації, економіка, проект, підприємство.

Економіка України знаходиться у важкому стані, зокрема діяльність господарських суб'єктів здійснюється в умовах невизначеності, непевності та ризику через постійні коливання попиту та пропозиції, непередбачуваність дій виробників, нестабільність політичного становища. Також треба відзначити, що в умовах глобалізації ризикові та кризові явища, що мають місце на макроекономічному рівні, значно впливають на вітчизняну економіку та перешкоджають її стабільному і динамічному розвитку. Для того щоб підняти економіку нашої держави на належний рівень, щоб вітчизняні товари були конкурентоспроможними на міжнародному ринку, треба упроваджувати нововведення (інновації), розробляти принципово нову продукцію чи хоча б покращувати характеристики вже існуючої. Але слід пам'ятати, що інноваційні проекти характеризуються високою ступенем ризику, а подальше виведення на ринок продукції передбачає появу ризику реалізаційного.

Дослідження питань, пов'язаних з ризиками діяльності підприємства, займалися такі вчені: Вітлінський В. В., Верчено П. І., Івченко І. Ю., Лепейко Т. І., Коюда В. О., Лук'янова В. В., Устенко О. Л., Фомичев А. Н., Шапкин А. С. та ін. Проте недостатньо розробленими є питання, що пов'язані з ризиками виробництва та реалізації інноваційної продукції.

Метою статті є розгляд комплексного підходу до управління ризиками на всіх етапах інноваційної діяльності.

Ризик діяльності підприємства розглядається як явище, що виникає на підприємстві і характеризується рівнем можливої загрози для виробництва та реалізації продукції, наслідком якого є неодолення або недоодолення прибутку [1]. Виходячи з цього твердження автор пропонує розглянути комплексно ризики, пов'язані з виробництвом нової (інноваційної) продукції та її подальшою реалізацією.

Інноваційний ризик – це імовірність втрат, що виникають при вкладенні підприємницькою фірмою засобів у виробництво нових товарів і послуг, що, можливо, не знайдуть очікуваного попиту на ринку [2]. Як відзначає Вітлінський В. В., інноваційний ризик пов'язаний з упровадженням науково-технологічних досягнень суб'єктами господарювання та виникненням втрат у процесі реалізації інноваційних проектів [3].

Для інноваційних проектів характерні специфічні ризики, невластиві іншим проектам. До основних видів ризику, пов'язаних з інноваційною діяльністю, можна віднести такі [3]: неправильний вибір економічних цілей інноваційного проекту; блокування договірних відносин з партнерами; необґрунтоване визначення пріоритетів загальної економічної і ринкової стратегії фірми та відповідних пріоритетів різних видів інновацій, здатних зробити вклад у досягнення тих або інших цілей; технологічний; порушення термінів упровадження проекту; незабезпечення проекту фінансуванням тощо.

Інноваційний ризик треба сприймати як об'єктивну та неминучу реальність. Для того щоб підприємство було спроможне максимально збільшити прибутки та мінімізувати збитки, треба організувати процес управління ризиками не тільки на етапі безпосереднього виробництва продукції чи послуг, а й на етапі їх реалізації.

Реалізаційні ризики – це такий вид ризиків, який пов'язаний з вірогідністю виникнення втрат під час збуту продукції (послуг), а також у процесі взаємодії з контрагентами і партнерами з метою організації продажів [4].

Через неминучість реалізаційних ризиків в інноваційній діяльності, пропонується класифікація ризиків за етапами інноваційної діяльності (рисунком), що доповнює існуючу класифікацію ризиків наведену в монографії Устенко О. Л. [4].

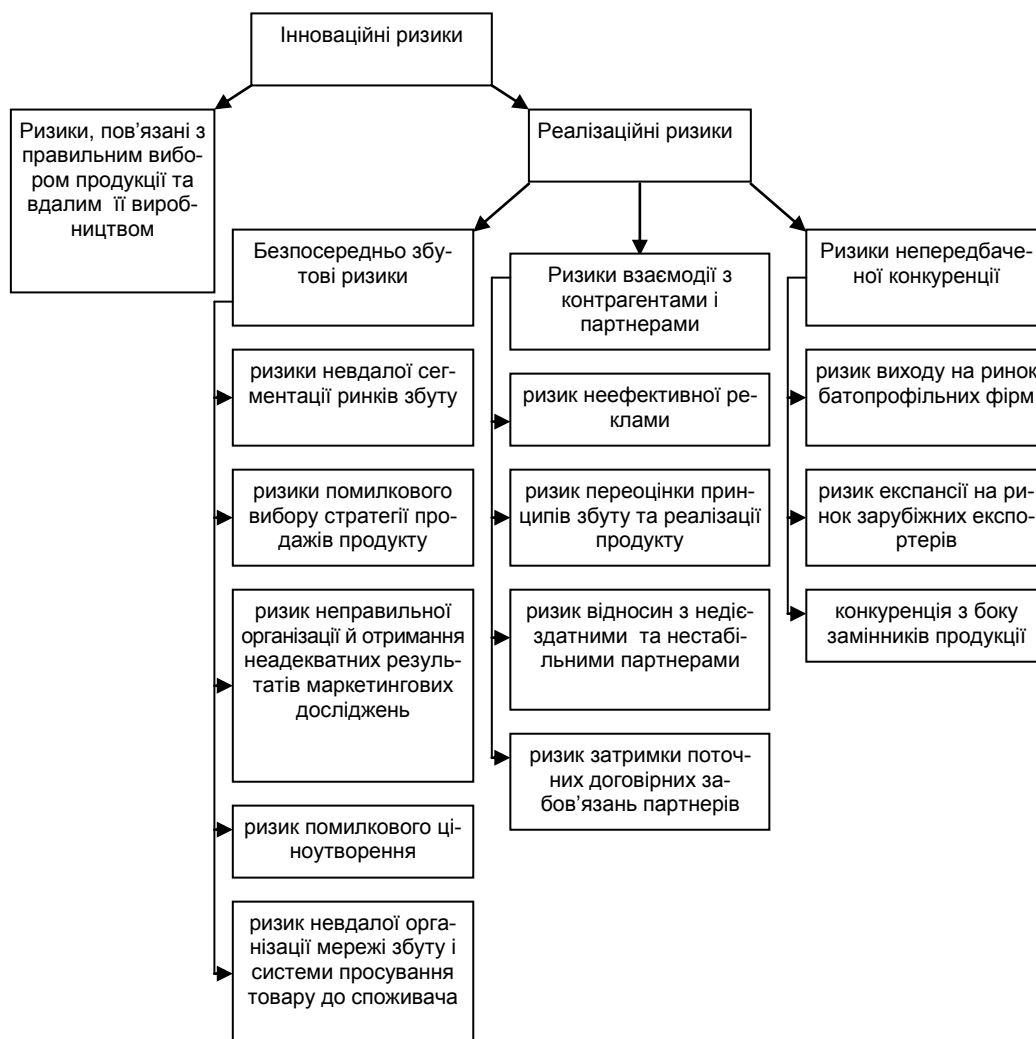


Рис. Класифікація ризиків за етапами інноваційної діяльності

Дана класифікація дозволяє найбільш детально розглядати питання, пов'язані з виникненням ризиків під час проведення комерційної діяльності фірми, і дає можливість будувати збут з максимальним обліком можливих ризиків. Найбільш поширеними ризиками реалізації саме інноваційних проектів є:

- недостатня сегментація ринків збуту;
- перебільшення потреби в цьому продукті в даному сегменті;
- помилкове ціноутворення (ціни можуть відставати від темпів інфляції);
- помилкова стратегія продажу;
- непередбачене виникнення фірм-конкурентів (можливість появи закордонних виробників товарів-замінників).

Інтегрований підхід до розгляду імовірних ризиків на початкових етапах діяльності дає змогу оцінити реальну ситуацію та передбачити можливі втрати. Що стосовно інвесторів, то для них злагоджена стратегія управління ризиками на підприємстві робить проекти ще більш привабливими, бо вони зацікавлені лише в максимізації свого прибутку від вкладених грошей та мінімізації втрат.

Розвиток ринкового господарювання в Україні відбувається з урахуванням безлічі труднощів, які є специфічними для сучасного стану вітчизняної економіки. Принципи вільної взаємодії ринкових суб'єктів, забезпечення ринкової конкуренції, зміни попиту і пропозиції, кризові явища неминуче підвищують невизначеність та ризик, які стають постійними супутниками процесу підприємницької діяльності. У цих умовах надзвичайно важко приймати оптимальні рішення і розробляти стратегії подальшого розвитку. Необхідно передбачати, у якому напрямку буде рухатися економіка і який вплив можуть здійснити на цю тенденцію ті або інші фактори внутрішнього та зов-



нішнього середовища. Тільки так, керуючись імовірнісними прогнозами, можна вести компанію вперед. Щоб одержати великий прибуток, потрібно йти на значний ризик.

Якщо говорити про інноваційну діяльність, то у цій сфері ризикам треба приділяти найбільшу увагу, необхідно розглядати їх комплексно, передбачати та прогнозувати збут (реалізацію) інноваційної продукції ще на етапі її проектування. Маючи всі розрахунки за проектом з поправкою на ризик, можна надати потенційному інвестору найповнішу інформацію і тим самим з упевненістю гарантувати той чи інший рівень дохідності розробки. Слід пам'ятати, що кожен окремий проект має свою специфіку і потребує індивідуального розгляду з урахуванням певних особливостей. Саме тому неможливо розробити єдину схему управління ризиками реалізації інноваційної продукції. Таким чином, актуальність цього питання зумовлює необхідність поглиблення досліджень і подальших розробок у галузі інноваційних ризиків.

Наук. керієн. Ястремська О. М.

Література: 1. Внукова Н. М. Економічна оцінка ризику діяльності підприємств: проблеми теорії і практики : монографія / Н. М. Внукова, В. А. Смоляк. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 184 с. 2. Івченко І. Ю. Економічні ризики : навчальний посібник / І. Ю. Івченко. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 304 с. 3. Лепейко Т. І. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник / Т. І. Лепейко, В. О. Коюда, С. В. Лукашов. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 440 с. 4. Устенко О. Л. Теорія економічного ризику : монографія / О. Л. Устенко. – К. : МАУП, 1997. – 164 с.

Макуха М. В.

УДК 338.512

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Присвячено розкриттю поняття "цінова політика підприємства" на прикладі хлібозаводу.

Аннотация. Посвящено раскрытию понятия "ценовая политика предприятия" на примере хлебозавода.

Annotation. The article is devoted to studying the concept "price policy of enterprise" on the example of bread-baking plant.

Ключові слова: ціна, обсяг продажів, конкуренція, ринок, товар.

Ціна – важливий економічний інструмент у діяльності організації. Грамотне ціноутворення – одна з основних складових частин прибутковості та успішності на ринку. У широкому розумінні ціна – всі об'єктивні витрати споживача, пов'язані з придбанням товару (послуги) як носія необхідних споживчих властивостей. Ціни та утворення цін є найважливішими поняттями, що характеризують кількісні відносини при здійсненні купівлі-продажу. Цінова політика – виключно важливий економічний інструмент організації-товаровиробника; однак при невмілому з ним обігу можуть бути отримані негативні за своїми економічними наслідками результати.

Перед кожним підприємством стоїть проблема визначення ціни на свої товари і послуги. У сучасних умовах ціни і цінова політика виступають однією з основних складових маркетингу фірми. Суть цілеспрямованої цінової політики полягає в тому, щоб установлювати такі ціни на вироблені товари, щоб домогтися запланованого обсягу прибутку й успішно вирішувати всі свої стратегічні і тактичні завдання. Це визначає актуальність обраної теми дослідження.

Виділяються такі завдання: вивчення поняття, функцій і видів ціни, вивчення механізму ціноутворення, дослідження цінової політики, розгляд ціноутворення на конкретному прикладі, визначення удосконалення цінової політики підприємства.

Для дослідження цінової політики підприємства було обрано ВАТ "Хлібозавод", який застосує метод прямого калькулювання – складання калькуляції на конкретний виріб. За ознакою доцільності витрати поділяються на продуктивні і непродуктивні (різні втрати). Залежно від місця їх виникнення витрати розрізняють як виробничі та позавиробничі (реалізаційні). Залежно від участі у виробничому процесі витрати діляться на основні та накладні. За способом включення до собівартості одиниці продукції витрати поділяються на прямі і непрямі. При розрахунку собівартості для ці-

© Макуха М. В., 2010

лей ціноутворення в першу чергу використовується розподіл витрат на прямі і непрямі. Прямі витрати – це витрати, які знаходяться в прямій залежності від обсягу випуску конкретного виробу й можуть бути пронормовані в розрахунку на одиницю товару. Наприклад, торт "Париж" – сировина, допоміжні матеріали (газ, пар, вода), заробітна плата – це прямі витрати. Інші витрати відносяться до непрямих. Вони формуються в цілому по ділянці, цеху, підприємству і розподіляються за виробами пропорційно прямим витратам. До непрямих витрат відноситься основна частина накладних витрат.

Розрахувавши собівартість, орієнтуючись на ціни конкурентів, підприємство приступає до визначення ціни товару. Найбільш простим і розповсюдженим вважається фактор "середні витрати плюс прибуток", який полягає в нарахуванні націнки на собівартість товару. Прибуток залежить від рентабельності. При виборі рівня рентабельності підприємство враховує свої мінімальні потреби в масі прибутку, передбачувану рентабельність, закладену в ціни конкурентів. Коли формується ціна на товар, економіст включає в ціну таку норму прибутку, яка, з одного боку, влаштувала б підприємства, щоб отримати більше прибутку, а з іншого – відповідала ціні товару на ринку, тому що остаточно ціна формується під впливом попиту та пропозиції, а також усіх ринкових факторів ціноутворення. ВАТ "Хлібозавод" прагне збільшити свій дохід, що можна досягти в такий спосіб: шляхом підвищення цін, зниженням собівартості за рахунок підвищення технічного рівня виробництва, зростання продуктивності праці, ефективного використання всіх ресурсів.

Наук. керівн. Тонєва К. В.

Література: 1. Есипова В. Е. Цены и ценообразование / В. Е. Есипова. – 4-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 421 с. 2. Желтякова И. А. Цены и ценообразование. Краткий курс : учебное пособие / И. А. Желтякова, Г. А. Маховикова, Н. Ю. Пузини. – СПб. : Изд. "Питер", 2005. – 112 с. 3. Сучасний маркетинг на підприємстві // Директор. – 1995. – № 6. – 128 с. 4. Липсиц И. В. Экономика : учебник для вузов / И. В. Липсиц. – М. : Омега Л, 2004. – 453 с.

УДК 346:316.323

Чарьева К. К.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ЖНЕУ

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Рассмотрена сущность теневой экономики. Описаны особенности криминальной экономики и влияние процессов глобализации на теневую экономику.

Анотация. Розглянуто сутність тіньової економіки. Описано особливості кримінальної економіки та вплив процесів глобалізації на тіньову економіку.

Annotation. The essence of the shadow economy is considered. The features of the criminal economy and the impact of globalization on the shadow economy are described.

Ключевые слова: теневая экономика, криминальная экономика, глобализация.

Теневая экономика и глобализация являются предметами экономического анализа последних двух десятилетий. Исследуются вопросы о взаимовлиянии этих двух явлений, а также об изменении самой категории "теневая экономика" в условиях глобализации. Каковы механизмы ухода от налогов, тенденции глобализации криминальной экономики, особенности процессов глобализации неформальной экономики?

Целью исследования является изучение проблемы глобализации теневой экономики.

Для достижения данной цели необходимо выполнить следующие задачи: 1) рассмотреть сущность теневой экономики; 2) описать особенности криминальной экономики; 3) раскрыть влияние процессов глобализации на теневую экономику.

Среди специалистов существуют разногласия относительно понимания сути теневой экономики.

Теневая экономика рассматривается экономистами как:

а) совокупность форм хозяйства или секторов экономики, противостоящих государству и легальным сегментам рынка;

© Чарьева К. К., 2010



б) совокупность отношений, присущих всем без исключения секторам экономики (любая экономика – сложное переплетение легальных, полуполюгальных и нелегальных связей).

Существует еще одно понимание сути теневой экономики – отождествление масштабов теневой экономики и размеров теневого ВВП. Оценка теневого ВВП и теневых доходов нереально осуществляется как суммирование всего того, что представляется авторам расчетов тенью: заработной платы, прибыли, доходов от собственности, доходов от продажи недвижимости или украденного государственного имущества, доходов от конвертации валюты, теневые инвестиции и пр.

Однако следует четко различать:

первичные теневые доходы;

доходы, образуемые в результате распределения теневого ВВП между институциональными секторами экономики;

теневые доходы, которые являются продуктом прошедшего периода времени и которые в исследуемом периоде пополняют чьи-то карманы путем смены собственника;

теневые доходы, ставшие инвестициями в новый виток воспроизводства теневого (или не теневого) ВВП.

Таким образом, теневой ВВП – это первичные теневые доходы.

Теневая экономика представляет собой совокупность отношений между отдельными индивидами, группами индивидов, индивидами и институциональными единицами, между отдельными институциональными единицами по поводу производства, распределения, перераспределения, обмена и потребления материальных благ и услуг, результаты которых по тем или иным причинам не учитываются официальной статистикой (статистический подход), либо противоречат законодательству (юридический подход), либо сокрыты от налогообложения (экономический подход).

То есть, теневая экономика охватывает все стадии общественного воспроизводства. Причем на каждой стадии происходит увеличение объема теневой экономики: на стадии реализации возникают теневые доходы, на стадии их использования возникают неофициальные финансовые потоки. Поэтому, по данным вторичной информации, объем теневой экономики, формирующийся на стадии использования доходов, в несколько раз выше оценок, приводимых статистическими службами стран.

Анализ масштабов теневой экономики, помимо рассмотрения всех стадий оборота теневого ВВП, предполагает исследование:

инвестиций в теневую экономику, источники которых лишь опосредованно связаны с тенью оборотом конкретного периода, их базой являются теневые сбережения разных периодов, отмываемые капиталы и др.;

теневой приватизации, не ведущей к приросту экономики, а перераспределяющей государственную собственность между новыми участниками экономических процессов.

Существует принципиальное несоответствие подходов к анализу теневой экономики у экономистов и юристов. Для экономиста функционирование в сфере теневой экономики – это способ минимизации предпринимателем его издержек. При этом речь идет об отказе от морально-этических и идеологических оценок фактов нарушения, установленных обществом норм права. Эта позиция разрабатывается в рамках экономики преступлений и наказаний (economics of crime and punishment), базирующейся на неоклассической методологии [1, с. 234]. Сторонники этой теории ставят вопрос о том, что несет обществу большие потери – преступность или борьба с ней?

Для юристов всякое нарушение установленных норм права – преступление. При этом, в большинстве индустриальных стран понятие экономической преступности не имеет четких уголовно-правовых границ. Существуют различные точки зрения на содержание этого понятия, а в социально-криминологических исследованиях оно используется, несмотря на отсутствие общепринятого определения. В принципе, "самое точное и наименее двусмысленное определение преступления – это то, согласно которому преступным признается поведение, запрещенное Уголовным кодексом ..." [2].

Однако, к приведенным и любым другим цифрам, характеризующим масштабы теневой экономики, следует относиться с осторожностью.

В странах Центральной и Восточной Европы наибольший масштаб теневая экономика приобрела в балканских странах – Македонии, Хорватии и Болгарии (около 40 % ВВП). Тенизация достигла больших масштабов. Там, помимо торговли наркотиками и оружием, большое значение имеет, например, перепродажа угнанных в Западной Европе автомобилей. Среднегодовой доход гражданина этой страны составляет всего 70 долларов, а по данным официальной статистики, на 3,2 млн жителей приходится 500 тысяч автомобилей, причем 60 % из них – "Мерседесы". Девять из десяти автомобилей угнаны из стран Западной Европы.

В "тени" находится сегодня, по разным оценкам, от 22 до 25 % российской экономики. И, как показывают расчеты, вывод ее "на свет" может обеспечить рост производства более чем на 20 % [3].

В Германии, например, занятость в теневой экономике растет из года в год: в 1974 – 1982 годах в нее было вовлечено 8 – 12 % трудоспособного населения, а в 1997 – 1998 годах этот показатель вырос до 22 %. Сегодня рекордсменом по занятости в теневом секторе является Италия, где, занято от 30 до 48 % экономически активного населения (речь идет о втором, дополнительном

источнике дохода). В странах Евросоюза не менее 10 млн человек занято исключительно в теневой экономике, а в целом по ОЭСР – около 17 млн.

Криминальная экономика, как правило, требует высокой степени организации преступных организаций разного масштаба и различной степени стабильности. Общей тенденцией, в последние годы, является усиление транснационального характера организованной преступности, глобализация таких преступлений, как производство и сбыт наркотиков, оружия, торговля детьми и женщинами, человеческими органами. Глобализация создает благоприятные условия для интернационализации преступного мира, который не медлит с использованием предоставляющихся возможностей.

Масштабы производства в рамках криминальной экономики неуклонно растут. Происходит переплетение криминальных видов деятельности, в частности, имеются многочисленные примеры связи наркомафии с торговцами оружием.

Борьба с криминальной экономикой напрямую связана с изменением существующего финансового порядка, усилением контроля за операциями по отмыванию денег, что возможно только в том случае, если рост криминальной экономики действительно будет признан мировым сообществом в качестве одной из угроз человечеству.

Рост теневой экономики в ближайшее время прогнозируют за счет двух факторов. Во-первых, как наглядно показывают исследования Центра анализа экономической политики (Нью-Йорк, США), либерализация внешнеэкономических связей ведет к росту дифференциации стран по уровню душевых доходов и к усилению заинтересованности более богатых стран в использовании дешевого труда иммигрантов в рамках неформальной занятости. Во-вторых, в развитых странах налоговая нагрузка постоянно растет. Как следствие этого, все большее число предпринимателей склонны использовать труд неформальных работников [4]. В Германии, например, почти все строительство частных домов и их ремонт – это сфера теневой экономики. Расплачиваясь наличными деньгами, немецкие домовладельцы сообщают в налоговые органы, что строители приходятся им родственниками или знакомыми, помогающими в работе бесплатно.

В связи с "неуловимостью" для налоговых органов капитала, ставшего значительно более мобильным в результате глобализации, снижение налогов на заработную плату в развитых странах Запада вряд ли возможно в ближайшей перспективе.

Целый ряд новых моментов, влияющих на содержание понятия, возникает и в связи с набирающим силу процессом глобализации экономики и мирохозяйственных связей.

Можно выделить отдельные сегменты теневой экономики, на которые влияет глобализация: неофициальная экономика – законная деятельность по производству товаров в домашних хозяйствах, ими же потребленная, не подлежащая официальной регистрации и налогообложению (например, сельскохозяйственное производство в подсобных хозяйствах);

криминальная экономика – неформальная экономическая деятельность, в сокрытии которой субъект хозяйствования может быть заинтересован либо в целях избежания силового прекращения деятельности со стороны государства, либо во избежании выплат государству части дохода от их осуществления (в форме налогов, акцизов, таможенных пошлин и т. п.).

Итак, понятие "теневая экономика" на сегодняшний день является нестрогим, допускающим различные толкования.

Теневая экономика – явление глобальное по своим масштабам и имеющее место во всех странах мира.

Сегодня уже очевидно, что проблемы криминального производства товаров и услуг могут быть решены лишь при условии объединения усилий мирового сообщества, включая деятельность правоохранительных органов, финансовых институтов и прочее, для борьбы с самим фактом производства либо его негативными последствиями.

Проведенный анализ показывает, что набирающая силу глобализация экономики требует переосмысления самого понятия "теневая экономика", ввиду нарастания противоречий между глобальным характером производства и сохраняющимися национальными формами его регулирования, в частности, налоговым законодательством. На повестку дня встает вопрос о выработке единых международных норм регулирования экономической деятельности, что, однако, будет иметь принципиально разные последствия для различных групп стран и будет сопряжено с нарастанием противоречий между ними, а также в рамках отдельных групп.

Наук. керівн. Ратушинская О. В.

Литература: 1. Латов В. В. Экономика преступлений и наказаний : тридцатилетний юбилей / В. В. Латов // Истоки. – 2000. – Вып. 4. – С. 228–270. 2. Michael I. Crime law and social science / I. Michael, M. Adler. – N.-Y., 1933. – P. 1–2. 3. Косалс Л. Рецепт выживания для предприятия [Электронный ресурс] / Л. Косалс. – Режим доступа : www.recipej.html. 4. Berg D. External Liberalization? Economic Performance and Social Policy / D. Berg, L. Teylor // CEPA Working Papers. – Paper Series I. – Working Paper № 12. – February, 2008.

Студент 1 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ОЦІНКА ОКРЕМИХ ВПЛИВІВ НА СТАЛІСТЬ ОТРИМАНОГО ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ВІТЧИЗНЯНОЮ СИСТЕМОЮ БАНКІВ

Анотація. Узагальнено статистичні дані щодо зміни обсягів проблемних кредитів та резервів на їх відшкодування, динаміки отриманого фінансового результату вітчизняною системою банків. Отримано оцінку узгодженості щодо динаміки фінансового результату вітчизняної системи банків від обсягів проблемних кредитів та резервів на їх відшкодування.

Аннотация. Обобщены статистические данные относительно изменения объемов проблемных кредитов и резервов на их возмещение, динамики полученного финансового результата отечественной системой банков. Получена оценка согласованности динамики финансового результата отечественной системы банков от объемов проблемных кредитов и резервов на их возмещение.

Annotation. Statistical information in relation to the change of volumes of problem credits and backlogs on their compensation, dynamics of the got financial result by the domestic system of banks is generalized. The estimation of co-ordination of dynamics of financial result of the domestic system of banks is got from the volumes of problem credits and backlogs on their compensation.

Ключові слова: банк, резерви, витрати, проблемні кредити, фінансовий результат.

Однією з концепцій розвитку суб'єктів господарювання є концепція максимізації їх прибутку. Це пов'язано з тим, що саме прибуток є джерелом розширеного відтворення суспільно необхідного продукту, створення резервного капіталу на підтримання соціального розвитку та матеріального заохочення працівників, фінансування капітальних інвестицій, покриття збитків минулих періодів тощо. Разом з цим особливої важливості узагальнення прибутку набуває під час розвитку кризових явищ в економіці, що притаманно для сучасного розвитку вітчизняної економіки. Виходячи ж з того, що сучасна економічна криза має, переважно, фінансову природу, ключове значення має розгляд таких суб'єктів господарювання як банки. До того ж банки займають вагомe місце у відтворювальних процесах економічного розвитку, формуванні необхідного обсягу ресурсів для їх трансформації щодо потреб реального сектору економіки. Тож обраний напрямок дослідження є актуальним та важливим, а різноманітні питання його розгляду мають практичну значимість.

Аналіз умов формування та досягнення стабільних результатів діяльності банків займає вагомe місце в дослідженнях науковців. Так, наприклад, Азаренкова Г. М. визначає умови досягнення позитивних фінансових результатів діяльності банків, звертаючи увагу на такі складові банківської діяльності, як надання кредитів та залучення коштів на депозитні рахунки фізичних та юридичних осіб [1]. Разом з цим Р. Набок досліджує особливості управління банком в умовах нестабільності на фінансових ринках на теоретичному рівні, де вагомe значення приділяється позитивним значенням фінансового результату банків як фактора сталості з його управління [2]. Статистичні оцінки в отриманні стабільного результату банків визначають у свої працях Головка О. Г., І. Гольченко та О. Сидоренко, Доценко О. С., С. Науменкова та С. Міщенко [3 – 6]. Отже, в цілому можна стверджувати, ще відмічений напрямок дослідження має своє висвітлення з різних боків. Однак, незважаючи на це, варто розуміти, що умови функціонування банків з часом змінюються, окремі науковці та дослідники визначають лише ті питання, які стосуються їх проблематики дослідження. Таким чином, слід визначити, що питання аналізу стійкості формування фінансового результату банків постійно вимагають нових досліджень, а відтак є недостатньо розкритими. Зокрема це стосується дослідження впливу обсягів проблемних і сумнівних кредитів (кредити, кошти за якими завчасно не повертаються до банку) на сталість формування позитивного фінансового результату (надалі просто проблемні кредити, бо ми не визначаємо їх сутнісне співставлення). Це обумовлено тим, що більшість практиків банківського ринку наголошують на тому, що попри зростаючу динаміку проблемних кредитів їх питома вага у структурі наданих кредитів є незначною.

Отже, як головну мету даної роботи слід виділити дослідження впливу проблемних кредитів на динаміку отриманого фінансового результату вітчизняними банками.

Перш ніж безпосередньо розглянути поставлену мету дослідження теоретично обґрунтовано важливість її узагальнення. Класично для будь-якого суб'єкта господарювання його прибуток як позитивна складова фінансового результату визначається на основі різниці між доходами та витратами:

$$FR = \begin{cases} PR, D - Z > 0 \\ ZB, D - Z < 0 \end{cases} \quad (1)$$

де FR – фінансовий результат;
 PR – прибуток суб'єкта господарювання;
 ZB – збиток суб'єкта господарювання;
 D – дохід суб'єкта господарювання;
 Z – витрати підприємства.

При цьому з погляду банківської діяльності значна частка прибутку досягається завдяки здійсненню кредитних операцій. У середньому для вітчизняної банківської системи частка прибутку від кредитних операцій коливається на рівні 65 % [7]. Інакше кажучи, дохід банку можна розглядати як функцію від обсягів наданих кредитів, що у підсумку визначає суму отриманого доходу від здійснення кредитних операцій (у вигляді сплати відсотків за отримані кредитні кошти). Тож проблемні кредити зменшують частку отриманого доходу в загальній структурі доходів банку. Разом з цим для здійснення кредитних операцій банки утворюють резерви щодо відшкодування можливих витрат за кредитними операціями, що також впливає на змінність частки їх доходів. Тобто зменшується питома вага коштів, які можуть бути задіяні для здійснення активних операцій банку. До того ж у разі зростання проблемних кредитів зростає й частка витрат щодо відшкодування витрат за кредитними операціями. У підсумку наведене дозволяє говорити, що з погляду банків їх фінансовий результат слід розглядати як функцію від обсягу проблемних кредитів і резервів на їх відшкодування, що і визначає за доцільне узагальнення впливу відмічених показників банківської діяльності на динаміку отриманого фінансового результату вітчизняними банками:

$$PK \downarrow \rightarrow VR \downarrow \rightarrow \text{optFR}, \quad (2)$$

де PK – обсяги проблемних кредитів;
 VR – втрати з резервів на відшкодування проблемних кредитів;
 opt – оптимальне значення фінансового результату.

Для узагальнення впливу обсягів проблемних кредитів і резервів на їх відшкодування щодо динаміки отриманого фінансового результату банків скористаємося методами регресійного аналізу, де останній показник є залежною змінною, а два перших – незалежними змінними. Як часовий інтервал для аналізу рядів, що узагальнюють динаміку наведених показників банківської діяльності, обрано період з 2004 року по 2009 року з урахуванням місяця, де дані подані на кінець кожного місяця. Цей період і його розбивка на місячні інтервали обрано з міркувань можливої циклічної змінності в діяльності банків відповідно до умов економічного розвитку.

На рис. 1 (побудовано за даними роботи [8]) подано динаміку узагальненого фінансового результату, який отримано системою вітчизняних банків за підсумками досліджуваного періоду.

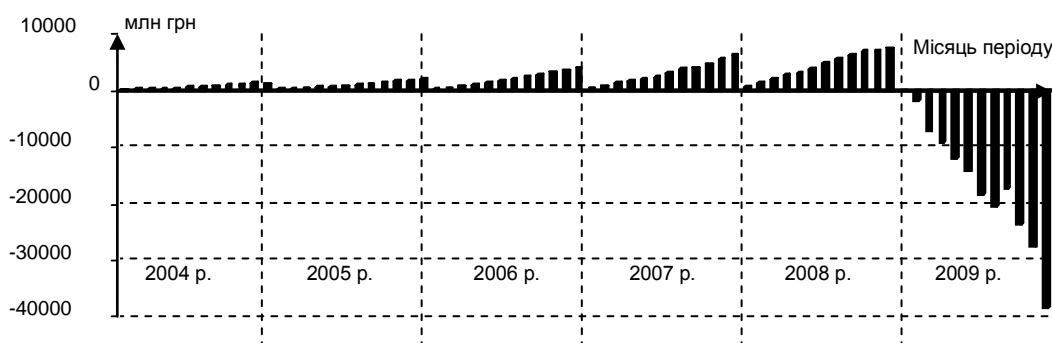


Рис. 1. Динаміка фінансового результату, отриманого системою вітчизняних банків протягом 2004 – 2009 років

Як видно з даних рис. 1, динаміка узагальненого фінансового результату, який отримано системою вітчизняних банків за підсумками досліджуваного періоду, має хвилеподібну залежність, для якої є характерними незначні значення фінансового результату на початку року, що зростають протягом наступних місяців упродовж усього року. Разом з цим слід також відзначити, що за підсумками 2004 – 2008 років фінансовий результат який отримано системою вітчизняних банків, є позитивним, а за підсумками 2009 року – негативним. Тож питання визначення впливу на значення фінансового результату з боку обсягів проблемних кредитів та резервів на їх відшкодування набуває особливого значення.



На рис. 2. (побудовано за даними роботи [8]) подано динаміку обсягів проблемних кредитів, які притаманні банківській системі України за підсумками 2004 – 2009 років.

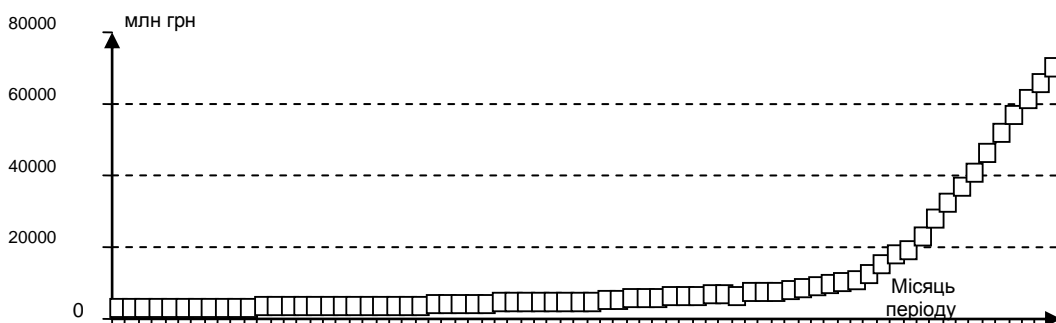


Рис. 2. Динаміка обсягів проблемних кредитів банківської системи України у період 2004 – 2009 років

Як видно з даних рис. 2, прискорене нарощування змін в обсягах проблемних кредитів співпадає із динамікою негативних значень отриманих фінансових результатів за банківською системою України (див. рис. 1). Тож між рядами даних, що відбиті на рис. 1 та рис. 2, існує щільний зв'язок.

На рис. 3. (побудовано за даними роботи [8]) узагальнено динаміку обсягів резервів щодо відшкодування можливих витрат за кредитними операціями банків в Україні.

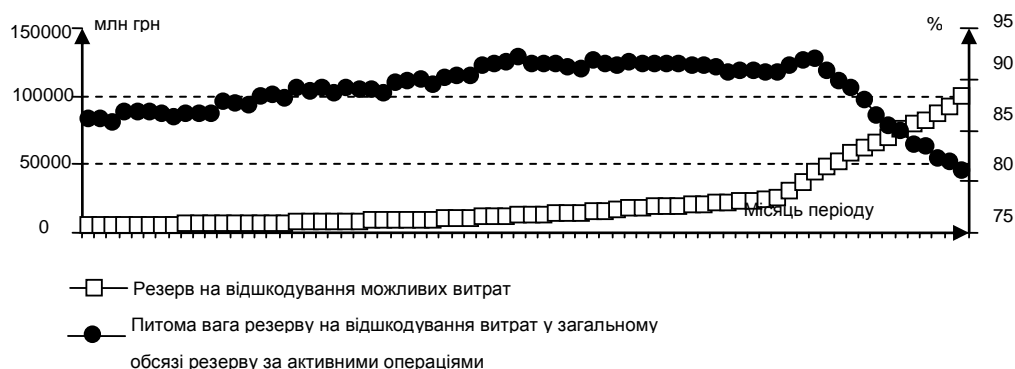


Рис. 3. Динаміка обсягів резервів на відшкодування витрат за кредитними операціями та їх питома вага у загальних резервах за активними операціями за підсумками 2004 – 2009 років (у цілому за банківською системою України)

За даними рис. 3, насамперед, видно, що обсяги резервів на відшкодування витрат за кредитними операціями мають прискорене зростання відповідно до зростання обсягів проблемних кредитів (див. рис. 2). При цьому питома вага таких резервів щодо загальних резервів за активними операціями банків має суттєві значення, які за підсумками останніх інтервалів досліджуваного періоду є спадними. Тож лінія, яка визначає питому вагу резервів на відшкодування витрат за кредитними операціями у загальному обсязі резервів за активними операціями банків:

по-перше, свідчить про загальну значимість кредитних операцій у структурі активних операцій банків;

по-друге, прискорене падіння питомої ваги таких резервів визначає ознаки кризових подій у розвитку банків, що і призводить до зниження значень їх фінансового результату. Тобто наявна динаміка обсягів резервів на відшкодування витрат за кредитними операціями не є достатньою для отримання сталих і позитивних фінансових результатів.

Наведене вище повністю підтверджується регресійними рівняннями (рівняння подано із стандартизованими коефіцієнтами при незалежних змінних), які отримані на підставі даних рис. 1, 2 та 3:

$$FR = -0,91 \times PK; \quad (3)$$

$$FR = -0,83 \times RPK; \quad (4)$$

де FR – значення фінансового результату, отриманого вітчизняною банківською системою в період 2004 – 2009 років;

PK – обсяги проблемних кредитів вітчизняної банківської системи в період 2004 – 2009 роки;

RPK – обсяги резервів на відшкодування за кредитними операціями в цілому за вітчизняною банківською системою за підсумками 2004 – 2009 років.

Достовірність отриманих рівнянь підтверджується значимими коефіцієнтами детермінації, які відповідно дорівнюють за рівнянням (3) – 0,82; за рівнянням (4) – 0,68.

З рівнянь (3) та (4) видно, що наявні обсяги проблемних кредитів і резервів на відшкодування за кредитними операціями справляють негативний вплив щодо отримання значень фінансового результату вітчизняною системою банків. При цьому значення такого впливу є достатньо суттєвими.

Отже, в роботі проведено оцінку впливів на сталість отриманого фінансового результату вітчизняної банківської системи з погляду зміни динаміки проблемних кредитів і резервів щодо відшкодування витрат за кредитними операціями. При цьому встановлено, що одним із факторів негативного впливу на сталість отримання позитивних фінансових результатів є незадовільна динаміка питомої ваги резервів на відшкодування витрат за кредитними операціями у загальній структурі резервів за активними операціями банків. Тож як напрямок подальших досліджень слід вказати на доцільність розробки методів і підходів щодо узгодженості в потоках руху проблемних кредитів та резервів стосовно відшкодування витрат за кредитними операціями з погляду мінімізації обсягів непрацюючих активів банків.

Наук. керівн. Ус Т. В.

Література. 1. Азаренкова Г. М. Моделі та методи аналізу фінансових потоків / Г. М. Азаренкова. – Харків : ВКФ "Гриф", 2005. – 119 с. 2. Набок Р. Особливості управління банком в умовах нестабільності на фінансових ринках / Р. Набок // Вісник НБУ. – 2010. – № 1. – С. 38–40. 3. Головка О. Г. Окремі питання статистичного аналізу у визначенні фінансової стабільності розвитку банківських установ / О. Г. Головка // Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. – В 4 т. Т. II. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2008. – Вип. 242. – С. 364–373. 4. Гольченко І. Банківська система України у зміцненні конкурентоспроможності регіонів / І. Гольченко, О. Сидоренко // Національна безпека і оборона. – 2008. – № 4. – С. 32–34. 5. Доценко О. С. Рейтингове оцінювання надійності комерційних банків / О. С. Доценко // Статистика України. – 2007. – № 1. – С. 27–30. 6. Науменкова С. Стрес-тестування як інструмент діагностики фінансової стійкості банків / С. Науменкова, С. Міщенко // Вісник НБУ. – 2008. – № 5. – С. 18–23. 7. Христофорова О. М. Кредитні потоки банків: теоретичне узагальнення, аналіз управління / О. М. Христофорова. – Харків : Константа, 2005. – 106 с. 8. Статистичні матеріалу з сайта НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

УДК 339.23(477)

Прокоф'єва І. В.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

АНТИМОНОПОЛЬНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ

Анотація. Висвітлено особливості антимонопольної політики України та діяльності Антимонопольного комітету України.

Аннотация. Отражены особенности антимонопольной политики Украины и деятельности Антимонопольного комитета Украины.

Annotation. The features of antimonopoly policy of Ukraine and the Antimonopoly Committee of Ukraine are considered.

Ключові слова: монополія, антимонопольна політика, антимонопольний комітет, конкуренція.

В умовах ринкової трансформації економіки України питання захисту конкуренції та недопущення зловживання ринковою владою монополістичних структур є особливо актуальним. Створення конкурентного середовища, захист законних інтересів підприємців і споживачів, регулювання діяльності монополій сприяють формуванню цивілізованих ринкових відносин, підвищенню ефективності функціонування національної економіки і є однією зі складових антимонопольної діяльності держави.

Сьогодні в Україні створено цілісну систему правових та організаційних механізмів антимонопольної діяльності, яка відповідає сучасним нормам ЄС і загальносвітовим тенденціям.

Антимонопольне законодавство в Україні представлено законами України "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції в підприємницькій діяльності" (1992 р.), "Про захист від недобросовісної конкуренції" (1996 р.), "Про природні монополії" (2000 р.), "Про захист економічної конкуренції" (2001 р.), "Про Антимонопольний комітет України" (1993 р.) та ін. Закон України "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності" визначає правові основи обмеження і попередження монополізму, недопущення несумлінної конкуренції в підприємницькій діяльності та здійснення державного контролю за дотриманням норм антимонопольного законодавства [1 – 4].

Монополією в економічній теорії називають такий тип будови ринку, у якому існує один і тільки один продавець певного товару. Монополії виникають двома шляхами. Перший – концент-



рація виробництва, тобто зосередження засобів виробництва, працівників та обсягів виробництва на підприємстві. Другий – концентрація виробництва і капіталу, тобто добровільне об'єднання компаній або поглинання фірмами-переможцями банкрутів.

Процес монополізації призводить як до позитивних, так і до негативних наслідків. До позитивних відноситься позиція стосовно того, що лише великі підприємства мають змогу фінансувати науково-дослідні лабораторії, отримувати нові наукові результати, здійснювати перекваліфікацію працівників, пристосовуватися до розвитку продуктивних сил та структурних зрушень в економіці. Проте варто зазначити той факт, що монополізація має значну кількість негативних наслідків, найбільший із яких полягає у встановленні монополічних цін. Окрім цього, монополія стримує конкуренцію і тим самим веде до гальмування розвитку технологій, упровадження нововведень, послаблює стимули для вдосконалення виробничого процесу, що призводить до зменшення його ефективності.

На початку 90-х рр. XX ст. головний наголос у вітчизняній антимонопольній політиці робився на подоланні й обмеженні монополізму, що було пов'язано з пануванням у тодішній українській економіці монополій як спадку колишнього соціалістичного господарства. Економічна політика України в той період закономірно набула форми антимонопольної політики.

Антимонопольне законодавство України сьогодні – це конкурентне законодавство, тобто система заходів держави щодо створення та розвитку конкурентного середовища, регулювання конкурентних відносин і конкурентного процесу з метою підтримки та заохочення економічної конкуренції, боротьби з негативними наслідками монополізму, захист законних інтересів підприємців і споживачів, сприяння розвитку цивілізованих ринкових відносин, створення конкурентоспроможного вітчизняного виробництва.

Мета і завдання конкурентної політики поєднані з усім комплексом проблем соціально-економічного розвитку в Україні. Більшість питань у сфері конкурентної політики мають системний характер і потребують комплексних заходів та повсякденного контролю.

Державний контроль за дотриманням конкурентного законодавства, захист інтересів підприємців та споживачів від його порушень здійснюється Антимонопольним комітетом України відповідно до його повноважень, визначених законом [2].

Антимонопольний комітет України здійснює свою діяльність на підставі законодавства про захист економічної конкуренції, що ґрунтується на нормах, установлених Конституцією України і складається із Закону України "Про захист економічної конкуренції", Закону України "Про Антимонопольний комітет України", Закону України "Про захист від недобросовісної конкуренції", інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до цих законів [1 – 4].

Основним завданням Антимонопольного комітету України є участь у формуванні та реалізації конкурентної політики України, яка здійснюється за такими напрямками:

- здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції, запобігання, виявлення і припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції; контроль за концентрацією та узгодженими діями суб'єктів господарювання;
- контроль за регулюванням цін (тарифів) на товари, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій;
- сприяння розвитку добросовісної конкуренції;
- методичне забезпечення застосування законодавства про захист економічної конкуренції [5].

На сьогодні до суб'єктів природних монополій загальнодержавного ринку віднесено: Державне підприємство "Національна енергетична компанія "Укренерго", Державна адміністрація залізничного транспорту України (Укрзалізниця), Національна акціонерна компанія "Нафтогаз України" в особі відкритого акціонерного товариства "Укртрансгаз", Національна акціонерна компанія "Нафтогаз України" в особі дочірньої компанії "Укртрансгаз", Українське державне підприємство "Укрхімтрансміа", Державне підприємство обслуговування повітряного руху України "Украерорух", Відкрите акціонерне товариство "Одеський припортовий завод", Українське державне підприємство поштового зв'язку "УКРПОШТА", Концерн РРТ, Відкрите акціонерне товариство "УКРТЕЛЕКОМ" [5].

Станом на 30 січня 2010 року Антимонопольний комітет України припинив 3 971 порушення конкурентного законодавства у 2009 році, що на 22 % більше за показники 2008 року. Припинено 1 502 монополічних зловживання, 608 антиконкурентних змов, 734 антиконкурентних дії органів влади, 180 випадків антимонопольної конкуренції, серед яких близько 40 % – оманлива реклама. Найбільше порушень зафіксовано на ринках нафтопродуктів, агропромислового комплексу, фармацевтики, транспортних перевезень та під час тендерних закупівель [5].

Варто відзначити, що в умовах складної економічної ситуації 2009 року спостерігалось вчинення підприємствами більшої кількості порушень. Загальна сума штрафів, застосованих комітетом до порушників, склала 289,6 млн грн, а 2008 року – 13,3 млн грн [5].

Результати діяльності антимонопольного комітету України є позитивними і мають інноваційний характер, адже 2009 року Комітет застосовував не тільки каральні заходи, але й надав значну кількість рекомендацій, що попередило значну кількість порушень; з точки зору права, це свідчить про формування інституту суспільної юрисдикції.

Наук. керівн. Ус Т. В.

Література: 1. Конституція України. – К., 1996. – 52 с. 2. Закон України "Про Антимонопольний комітет України". – К., 1993. 3. Закон України "Про захист економічної конкуренції". – К., 2001. 4. Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції". – К., 1996. 5. www.amc.gov.ua.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ ЛЮДСЬКОГО ЖИТТЯ

Анотація. Проведено аналіз оцінки вартості життя, розглянуто проблему продажу людських органів, доцільність страхування життя.

Аннотация. Проведен анализ оценки стоимости жизни, рассматривается проблема продажи человеческих органов, целесообразность страхования жизни.

Annotation. The analysis of estimation of cost-of-living is conducted, the problem of sale of human bodies and expedience of life insurance are considered.

Ключові слова: вартість життя, страхування життя, ціни на людські органи.

Людське життя безцінне. З одного боку, спроби визначити вартість людського життя у доларах аморальні, з іншого – відсутність таких оцінок призводить до більш гострих проблем. Скільки потрібно платити родичам загиблих у бойових діях, постраждалим від терористичних актів? Проекти, які могли б знизити рівень смертності, вважаються занадто дорогими. Держава і суспільство витрачають гроші на інші важливі цілі, але що кінець кінцем важливіше нашого власного життя?

Метою даної статті є дослідження можливості визначення грошового еквівалента людського життя, розгляд проблеми продажу людських органів, важливість страхування людей, визначення шляхів досягнення значення людини як головної цінності.

Для досягнення даної мети виконані такі завдання: визначено сутність вартості життя, розглянуті розміри страхових виплат і ціни на донорські органи.

Проблему "вартості життя" досліджували багато вчених, серед них: Трунов Л. К. "Ціна життя у матеріальному вираженні", Айвар Л. К. "До питання обґрунтування сум компенсаційних виплат за життя людини", Харісов Г. Х. "Еквівалент вартості людського життя", Пол С. Тейлор "Ціна життя" та ін.

Оцінка людського життя – винахід не сучасний. Проте у наш час немає однозначної відповіді на питання – яким чином визначити суму, яку принципово не можливо підрахувати, адже життя кожної людини унікальне.

У словнику економічних термінів вартість життя – це вартість товарів, послуг, життєвих благ, необхідних людині, сім'ї для життя, розрахована у діючих цінах [1, с. 168].

Страхування життя – підгалузь особистого страхування, що включає в себе сукупність видів страхування, за умовами яких страховик виплачує застрахованій особі або його правонаступнику певну грошову суму при дожитті застрахованого до певного віку, події чи дати, або у випадку його смерті.

До страхування життя відносяться такі види: страхування на дожиття; страхування на випадок смерті; страхування життя ризикове (наприклад, на випадок смерті і втрати працездатності) [2, с. 27].

Нам властиво думати, що життя людини безцінне, але насправді людське життя "коштує" \$50 000. Такий, згідно зі світовими стандартами, розмір індивідуальної медичної страховки, необхідної, щоб покрити всі основні витрати на лікування людини. Інакше, іноземні страхові компанії підраховували, що саме така сума необхідна для надання медичних послуг одній людині протягом року. Проте останні дослідження показали, що цієї суми зовсім не досить [3].

У цивілізованому світі "вартість життя" громадян устанавлюється на державному рівні. Це компенсаційні виплати страхових компаній родичам загиблих. Наприклад, у країнах Євросоюзу життя людини оцінюють у середньому в \$2 мільйони і вище. В Україні офіційно цей показник ніхто не розраховував, через це родичам загиблих виплачують копійчані компенсації. Наприклад, життя пішохода наша держава оцінила максимум у 51 тис. грн, співробітника правоохоронних органів – в 250 тис. грн. А ось життя народного депутата – в 2 млн грн. Страховикам набридло керуватися філософським принципом "Життя людини – безцінне". Більшість з них, особливо компанії зі страхування життя, наполягають на тому, щоб держава оцінила вартість життя своїх громадян. З одного боку, це дозволить родичам загиблих при втраті годувальника отримувати повноцінну компенсацію, з іншого – це простимулює громадян до покупки полісів страхування [4].

Більшість досліджень показують, що чим багатше країна, тим вище вона оцінює життя своїх громадян. Алан Фельдман, автор книги "Переоцінка ціни життя", використовував для підрахунку шкалу порівняльної купівельної спроможності жителів різних країн.

За його оцінками, вартість життя складає (приблизно):



француза – \$2 млн 180 тис.;
китайця – \$687 тис.;
індуса – \$16 тис. [5].

Молодь – майбутнє країни. Але вона поки не замислюється над майбутнім і своєю роллю в ньому, а намагається виправити своє нинішнє фінансове становище. І багато хто сподівається зроби це за допомогою продажу власних органів.

Якщо ввести в пошукову систему запит "продаж органів", отримаємо статистику, яка не залишить нікого байдужим: більше 20 тисяч результатів. При цьому слід ураховувати, що переважну більшість аудиторії складають молоді люди від 20 до 28 років, які в такий спосіб вирішують фінансові проблеми або ж просто втомилися від безгрішшя і прагнуть щонайшвидше заробити велику суму грошей.

Експерти відзначають: майже щодня ця статистика поповнюється десятками нових оголошень. Соціальні гарантії держави не забезпечують нормальні умови існування, тому несприятливі життєві обставини, у які потрапляють молоді люди, змушують їх робити відчайдушні, необдумані вчинки.

Тисячі українців продовжують продавати себе і свої органи, а також погоджуються на участь у клінічних випробуваннях. З'ясувалося, що на сьогоднішній день "продати себе" легко. Для цього досить розмістити оголошення про продаж, наприклад, нирки у Інтернеті або звернутися до спеціальних установ, які тестують медпрепарати.

Виторг за себе такий:

- залежно від віку і свого стану здоров'я, за здачу в оренду себе "на досліди" (іноді це доходить до року) – близько \$1,5 тис.;
- сурогатне материнство принесе до \$30 тис. Правда, іноді "покупців" цих послуг шукають більше року;
- рогівка ока – \$5 тис.;
- серце – \$250 тис. Потреба українців: 1 000 – 2 000 в рік. За весь час незалежності проведено 4 операції в Києві і 2 – в Запоріжжі;
- печінка (фрагмент) – \$5 тис. – \$55 тис. Потреба українців: 1 000 – 2 000 в рік. Проводиться операцій: 30 – 40 в рік;
- нирка – \$2 тис. – \$50 тис. Потреба українців: 1 000 – 1 500 в рік. Проводиться близько 100 в рік;
- кістковий мозок – \$40 тис. [4].

У 1999 р. був прийнятий Закон "Про трансплантацію органів й інших анатомічних матеріалів", що обмежує можливість вилучення органів. Коли мова йде про вилученні органів з тіла небіжчика, діє презумпція незгоди. Це означає, що вилучити органи в мертвої людини можна, якщо за життя вона задекларувала свою згоду на це. Інакше, дозвіл можуть дати родичі. Проте законом не вказуються, які саме.

Якщо мова йде про пересадку органу живої людини, то донорами можуть бути тільки родичі або подружжя пацієнтів.

В Україні можна продати легеню, фрагмент печінки, нирку, підшлункову залозу з 12-палою кишкою, селезінку, ендокринні залози (надниркову, щитовидну, паращитовидну, слинну, гіпофіз), кістковий мозок.

Наказом Кабінету Міністрів установлений перелік медичних центрів, де дозволено проводити операції трансплантації (в Україні їх близько 60). За торгівлю донорськими органами передбачена кримінальна відповідальність. За нормами Кримінального кодексу такі дії караються в'язницею на строк до 7 років.

За словами фахівців, вийти на "чорний ринок" органів не так вже просто, і ціни на ньому зовсім інші. Люди, що зневірилися, їздять в інші країни, де процвітає кримінальна торгівля органами. Тільки вони отримують у результаті зовсім не ті суми, на які розраховують, максимум \$ 2 тис. – \$ 3 тис., або зовсім нічого [4].

На європейському "чорному ринку" людських органів печінка оцінюється в 150 – 200 тис. євро, нирки – 35 – 40 тис. євро, підшлункова залоза – 50 тис. євро.

Ціна пересадки кісткового мозку в Ізраїлі може складати від \$70 тис. до \$160 тис. В Ірані і Китаї ціни на нирки коливаються від \$20 тис. до \$45 тис.

Безперечно, людське життя у глобальному сенсі безцінне, але, тим не менш, знайти якийсь фінансовий еквівалент цілком можливо. У світі, де загострюється конкуренція між розвинутими країнами і країнами "третього світу", теза, що людина повинна стати головною цінністю, саме з цих міркувань в Україні не є абстрактним гаслом, – це абсолютно реальний пріоритет, альтернативи якому на сьогоднішній день просто не існує.

Без проведення послідовної політики з підвищення якості людського капіталу в Україні поки що мало шансів зайняти лідируюче становище. Наша соціальна політика (останні роки в усякому разі) не носила системного характеру, найчастіше обмежувалася просто підвищенням витрат, а тим часом знижувалася й якість, і доступність таких важливих чинників формування людського капіталу, як освіта та охорона здоров'я.

Щоб зрушити цю ситуацію з "мертвої точки", головне – якісно змінити в Україні підхід до людини як особистості, розробити національні проекти. Наприклад, концентрація бюджетних й адміністративних ресурсів на підвищення якості життя громадян; підвищення пріоритетності первинної медично-санітарної допомоги; проекти у сфері освіти; житла та інші. Сьогодні держава повинна визначити головною метою не зміцнення держави і нації, а людину, яка є основою для суверенітету.

Наук. керівн. Ратушинська О. В.

Література: 1. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 495 с. 2. Щербаков В. А. Страхование : учебн. пособ. / В. А. Щербаков. – М. : КНОРУС, 2007. – 312 с. 3. Стоимость человеческой жизни: \$129000 // Сайт "Прочитано.ru". – 25.05.2008 г. – Режим доступа : <http://prochitano.ru/archives/1847>. 4. Сколько стоят человеческие органы? // Газета "Фокус". – 12.10.2007 г. – Режим доступа : <http://focus.ua/society/11168>. 5. Котляр А. На стоимость человеческой жизни нет единого тарифа // Сайт "Страхование в Израиле". – Режим доступа : www.insuranceisrael.com/news/na_stoimost_chelovecheskoi_zhizni_net_edinogo_tarifa.html.

УДК 336.012.23

Кіншакова А. В.

Студент 4 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Анотація. Проаналізовано проблеми інституційного середовища фінансового сектору України за його функціями та запропоновано дії щодо їх вирішення.

Аннотация. Проанализированы проблемы институциональной среды финансового сектора Украины исходя из ее функций и предложены действия по их решению.

Annotation. The problems of institutional environment of financial sector of Ukraine are analyzed according to its functions and the methods of fixing the problem are suggested.

Ключові слова: фінанси, фінансовий сектор, інституціональне середовище.

Світова економічна криза 2008 – 2009 рр. призвела до дестабілізації фінансового сектору економіки України. Її наслідки виявилися вкрай важкими унаслідок дії цілої низки чинників, серед яких чи не найважливішим є розвиток інституціонального середовища.

Слід зазначити, що за допомогою державного втручання визначена проблема була частково, але не повністю, вирішена. Проте вона висвітлила широкий спектр недосконалостей існуючого інституціонального середовища фінансового ринку. Виходячи з чого, проблема недосконалості інституціонального середовища фінансового сектору стає актуальним напрямком дослідження, а її вирішення сприятиме економічному зростанню в Україні в майбутньому.

Слід зауважити, що всебічним дослідженням проблем інституційного середовища економіки займалися як зарубіжні, так і вітчизняні учені: Г. Мюрдаль, Р. Нельсон, Г. Саймон, С. Уинтер, Д. Ходжсон, Й. Шумпетер, Т. Єггертсон, Аузан О. О., Кузьмінов Я. І., Олейник А. М., Ткач А. А., Шастітко А. Є., Литвинцева Г. П. та ін. Але деякі аспекти недосконалості інституціонального середовища фінансового сектору України ще потребують свого аналізу та узагальнення.

Виходячи з цього, метою даного дослідження є визначення особливостей розвитку інституціонального середовища фінансового сектору економіки України, окреслення функцій, які воно фактично виконує, а також визначення можливих методів вирішення існуючої проблеми. Завданням цього дослідження є визначення категорії інституціонального середовища фінансового сектору, визначення функцій, яке воно має виконувати, аналіз характеристик інституціонального середовища фінансового сектору України, а також визначення можливих дій щодо вирішення проблем інституціонального середовища фінансового сектору України. У ході дослідження були використані такі методи, як аналіз, системний метод, метод індукції.

© Кіншакова А. В., 2010



Почнемо з того, що таке інституціональне середовище фінансового сектору. За Олейником А. Н., інституціональне середовище є особливого роду інститут вищого порядку. За Литвинцевою Г. П., під інституціональним середовищем розуміють матрицю розвитку, що визначає основні напрямки розвитку системи, а також ефективні елементи інституційної структури. Тобто під інституційним середовищем фінансового сектору розуміють матрицю розвитку набору інститутів, що дозволяють укладення контрактів, які регулюють потоки капіталів у фінансовій галузі.

Далі проаналізуємо інституціональне середовище фінансового сектору за функціями, які воно має виконувати.

Відповідно до результатів дослідження World Economic Forum, що було опубліковано у The Global Competitiveness Report (Звіт про Глобальну Конкурентоспроможність) за 2008 – 2009 рр., 2009 – 2010 рр., яке проводиться видатними економістами сучасності, зокрема представниками Гарвардського та Колумбійського університетів проф. Майклом І. Портером та проф. Ксав'єром Сала-і-Мартін, були наведені дані, проаналізувавши і згрупувавши які можна скласти характеристику інституціонального середовища фінансового сектору України за 2008 – 2009 рр. (таблиця).

Таблиця

Характеристики інституціонального середовища фінансового сектору України [1, с. 314; 1, с. 316]

Показники	Позиція України у рейтингу (зі 134 країн) за 2008 р.	Позиція України у рейтингу (зі 133 країн) за 2009 р.	Зміна позиції
Структура фінансового ринку	91	100	-9
Фінансування через ринок цінних паперів	92	107	-15
Легкість доступу до займів	66	87	-21
Доступність венчурного капіталу	58	91	-32
Обмеження фінансових потоків	110	124	-14
Рівень захисту інвесторів	107	110	-3
Прозорість банків	112	133	-21
Регулювання обміну цінних паперів	120	127	-7
Індекс юридичних прав	8	5	-3

Проаналізувавши показники, наведені в таблиці, можна зробити висновок, що всі характеристики інституціонального середовища фінансового сектору України, окрім правової бази, значно нижчі за середні у світі, причому вони відчутно погіршилися у період економічної кризи, що лише підтверджує те, що інституціональне середовище в Україні не виконує усіх функцій, які має виконувати.

За показником розвинутості структури фінансового ринку, Україна займає 100 місце зі 133 країн світу. Цей показник відображає те, що така функція інституціонального середовища фінансового ринку, як мінімізація витрат на укладання контрактів, практично не виконується. Це призводить до підвищення трансакційних витрат кожного суб'єкта і взагалі знижує ефективність такого інституту, як фінансовий ринок, а також його конкурентоспроможність порівняно з іншими країнами світу.

Особливу увагу слід звернути на такий показник, як легкість доступу до запозичень, за яким Україна посідає 87 місце у рейтингу та який значно погіршився під час кризи. Його рівень суперечить такій важливій функції інституту, як забезпечення свободи діяльності у рамках інституту. Зниження рівня даного показника на 21 позицію можна пояснити рівнем державного контролю, який підвищився. Але навіть у період до кризи цей показник був значно менший за середній, що відображає недосконалість інституційного середовища в цілому.

Ще одним показником, який підтверджує невиконання функції забезпечення свободи діяльності у рамках інституту, є показник доступності венчурного капіталу, який знизився на 32 позицію.

Показниками, що підтверджують невиконання такої важливої функції інституційного середовища фінансового ринку України, як забезпечення передбачуваності та стабільності, є такі показники, як: обмеження фінансових потоків (124); рівень захисту інвесторів (110); прозорість банків (133).

Стосовно останнього, то цей показник є найгіршим серед країн, у яких проводилося дослідження.

Передбачення учасниками ринку результатів своєї діяльності є фактично неможливим, що, як наслідок, порушує стабільність самого інституту фінансового ринку.

Позитивним моментом є значення індексу юридичних прав, за яким Україна знаходиться серед країн-лідерів, при чому треба зазначити, що зміна його із 8 до 5 відображає покращення правої бази, яка регулює відносини між суб'єктами. Отже, така функція інституційного середовища

фінансового сектору України, як рамкове регулювання, виконується повною мірою. Треба зазначити, що інститути в цілому регулюють діяльність учасників ринку шляхом обмеження набору доступних альтернатив. Це дозволяє мінімізувати кількість конфліктних ситуацій та досягти більш ефективної координації.

Отже, видно, що з п'яти основних функцій економічного середовища, а саме:
рамкове регулювання;
забезпечення передбачуваності та стабільності;
забезпечення свободи та безпеки;
мінімізація затрат на укладання контрактів;
передача знань,

три практично не виконується, таким чином можна зробити висновок про те, що існуюче інституційне середовище фінансового сектору є неефективним та потребує вдосконалення.

Для вирішення проблем інституціонального середовища фінансового сектора економіки України можна запропонувати такі дії: по-перше, підвищення прозорості банківської системи шляхом контролю вкладників операцій, що проводяться банком; по-друге, трансформацію національного фінансового ринку, спрямованої на вдосконалення інфраструктури; по-третє, ведення більш жорсткого законодавства для ринку цінних паперів; по-четверте, створення власної системи оцінки інституціонального середовища фінансового сектора економіки України, оскільки на сьогодні ця система відсутня.

Наук. керівн. Колесніченко І. М.

Література: 1. Global Competitiveness Report 2008 – 2009 [Electronic resource]. – Access mode : www.weforum.org. 2. Global Competitiveness Report 2009 – 2010 [Electronic resource]. – Access mode : www.weforum.org. 3. Кузьминов Я. И. Курс институциональной экономики: институты, сети, трансакционные издержки, контракты / Я. И. Кузьминов, К. А. Бендукидзе, М. М. Юдкевич. – М. : ГУ ВШЭ, 2006. – 442 с. 4. Литвинцева Г. П. Институциональная экономическая теория : монография / Г. П. Литвинцева. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2003. – 336 с. 5. Олейник А. Н. Институциональная экономика : учебное пособие. – М. : ИНФРА, 2002. – 416 с.

УДК 94(477)"16/17"

Нікітенко Г. М.

Студент 2 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ГАДЯЦЬКА УГОДА 1658 РОКУ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ ГЕТЬМАНЩИНИ У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ XVII – НА ПОЧАТКУ XVIII СТ.

Анотація. Розглянуто місце та роль Гадяцької угоди 1658 року в історії Гетьманщини. Проаналізовано мотиви розроблення та подальшого звертання гетьманів Павла Тетері, Петра Дорошенка та Івана Мазепи до тексту угоди.

Аннотация. Рассматривается место и роль Гадяцкого договора 1658 года в истории Гетманщины. В работе анализируются мотивы разработки и последующего обращения гетманов Павла Тетери, Петра Дорошенка и Ивана Мазепы к тексту соглашения.

Annotation. The place and the role of Hadiach agreement in 1658 in history of Hetmanate are considered. The reasons of development and treatment to the text of the agreement by Pavlo Teteria, Peter Doroshenko and Ivan Mazepa are analyzed.

Ключові слова: Гетьманщина, Річ Посполита, король, гетьман, угода.

У 2008 р. виповнилося 350 років з моменту укладання між Гетьманщиною та Річчю Посполитою Гадяцької угоди 1658 р. Це один із найвідоміших і найсуперечливіших документів епохи Гетьманщини, адже, безумовно, угода була блискучим зразком юридичної думки представників державницького угруповання козацької старшини. На довгі роки її текст залишився своєрідним еталоном для прихильників державницької ідеї, до якого зверталися навіть у часи Івана Мазепи. З іншого боку – ця угода (у тій формі, яка викликає захоплення) ніколи не набирала політичної та юридичної

© Нікітенко Г. М., 2010



чинності та не втілювалася в життя, але помітно впливала на формування зовнішньої політики козацької України. Варто також зазначити, що Гадяцька угода була своєрідною альтернативою Переяславсько-Московським домовленостям 1654 р. і нічим не поступалася їм у значущості. З огляду на це здається доцільним висвітлити вплив Гадяцької угоди 1658 р. на формування зовнішньої політики козацької України в другій половині XVII ст.

Насамперед розглянемо мотиви розроблення та умови прийняття Гадяцької угоди 1658 року. Після смерті Богдана Хмельницького у 1657 р. "гетьманом-регентом", а потім і повновладним володарем гетьманської булави став генеральний писар Війська Запорозького Іван Виговський. Останній проводив доволі активну зовнішню політику: зміцнив дипломатичні зв'язки зі Швецією і відновив союз із Кримським ханством. При цьому Виговський попервах волів не поривати з Московією і запевняв царський двір, що козацька Україна залишається у підданстві московському цареві [1, с. 46].

Треба відзначити, що І. Виговський прийшов до влади у той час, коли суспільство вимагало радикальних змін, на часі було знайти нову концепцію розвитку Гетьманщини, перевести державний лад на мирні рейки. Це неминуче призвело б до скорочення козакуєчих, а відтак провокувало назрівання соціального вибуху. Невдоволення курсом, який обрав гетьман, викликало широкий опозиційний рух, на чолі якого опинилися полтавський полковник Мартин Пушкар і кошовий отаман запорожців Яків Барабаш [2, с. 31]. Царський уряд, стурбований здійснюваним І. Виговським цілком самостійним зовнішньополітичним курсом, що загрожував відходом від союзу з Московською державою, вдався до підтримки М. Пушкаря [3, с. 35].

Відтак, втручання Москви у внутрішні справи Гетьманщини фактично спровокувало московсько-козацьку війну 1658 – 1659 рр., у розпал якої І. Виговський розпочав переговори з урядом Речі Посполитої Обох Народів. Метою цих переговорів було вироблення курсу на зближення Гетьманщини з Річчю Посполитою. Наслідком переговорного процесу стало прийняття 16 вересня 1658 р. Гадяцької угоди, яка розпочала новий період у міжнародній політиці Гетьманщини.

Відомо, що сама ідея Гадяцької угоди постала на початку 1658 р. під час переговорів Павла Тетері зі Станіславом Казимиром Беньовським. Її своєрідним праобразом були Межирицькі домовленості між Гетьманщиною та Річчю Посполитою 1657 р. Цей документ за своєю концепцією й головними положеннями був близьким до попередніх польсько-українських угод, перш за все до Зборівської 1649 р., а концептуально – до "Березневих статей" 1654 р. [2, с. 33]. Хоча більшу частину Гадяцького трактату становлять положення, перенесені з Межирицької угоди, у ході переговорів у Гадячі постав ще й новий концептуальний момент: перетворення Речі Посполитої в державу "трьох народів" із Князівством Руським як третьою складовою частиною. Це було поверненням до забутої ідеї Богдана Хмельницького, виголошеної ще у 1649 р. [3, с. 42]. Достеменно ми, мабуть, вже ніколи не дізнаємось, хто саме був автором блискучої ідеї про об'єднання Князівства Руського з Короною й Великим князівством Литовським як "рівного з рівним і вільного з вільним", але в тому, що Іван Виговський та український шляхтич Юрій Немирич відіграли в цьому не останню роль, можна не сумніватися [2, с. 34].

Варто зазначити, що гетьман І. Виговський та його оточення сприймали цей союз лише як ще один крок до здобуття кращих умов існування Гетьманату. Але їх сподівання виявилися марними. Незважаючи на підписання Гадяцької угоди 1658 року, проблема козацько-польських взаємовідносин лише загострилася. На жаль, історики не мають оригіналу Гадяцької угоди, підписаної польськими комісарами й гетьманом у таборі під Гадячем у 1658 р. До нашого часу дійшов лише остаточний варіант домовленостей, який було ратифіковано варшавським сеймом 12 червня 1659 р. у невідомому для Українського гетьманату варіанті. Ратифікована угода була лише блідішою копією того сміливого документа, що з'явився на світ у вересні 1658 р., істотно обмежуючи козацьку територію до трьох воєводств, як це було і в Зборівському договорі, та зменшуючи прерогативи гетьманської влади на користь королівської.

При подальшому звертанні до тексту Гадяцької угоди варшавський сейм орієнтувався на текст 1659 р., у той час як українці вважали чинним текст 1658 року. Це, на погляд Тетяни Таїрової-Яковлевої, знаного російського україніста, й породжувало всілякі непорозуміння у відносинах між Чигирином та Варшавою [1, с. 47].

Після того як Іван Виговський зрікся булави та перебрався до Польщі, володарі гетьманської булави доволі швидко змінювалися один за одним, але кожен із них при встановленні політичних зв'язків із Річчю Посполитою вважав за потрібне будувати їх на основі положень або Гадяцької угоди 1658 р., або Слободищенського трактату, укладеного гетьманом Юрієм Хмельницьким з представниками Речі Посполитої у 1660 р., що був побудований на базі ратифікованого польським сеймом варіанта Гадяцького договору 1659 р. Відтак спостерігалася протистояння двох моделей відносин з Річчю Посполитою, причому положення Слободищенського трактату значною мірою обмежували права гетьмана та вольності козакуєчих.

За часів правління Павла Тетері та Петра Дорошенка була прийнята низка угод щодо нових умов українсько-польських відносин, які так чи інакше містили посилання до положень Гадяцької угоди 1658 р. Посилення влади П. Дорошенка налякало верхівку Речі Посполитої. Порушуючи положення Підгаєцької угоди 1667 р., вони підштовхнули українське гетьманство розпочати переговори про перехід у підданство московському царю. У результаті переговорного процесу Дорошенко у 1675 р. склав присягу на вірність московському царю.

Небажання польської сторони на основі Гадяцької угоди 1658 р. вирішити "удільницькі" прагнення П. Дорошенка неминує штовхали цього гетьмана Війська Запорозького в обійми Московського царства. Так завершилася "Гадяцька епопея" одного з найближчих соратників Богдана Хме-

льницького, Івана Виговського, Юрія Хмельницького та Павла Тетері, який протягом 1665 – 1676 рр. продовжував їхню політику щодо утвердження на міжнародній арені Української держави раннього нового часу [1, с. 73]. Останнє звернення до положень та концепції Гадяцької угоди було за часів Івана Мазепи, коли загострення політичних стосунків з Московією викликало у гетьмана бажання знайти нового протектора в особі шведського короля Карла XII.

Таким чином, Гадяцька угода була своєрідним еталоном для українських дипломатів у другій половині XVII – на початку XVIII ст. А дотримання чи недотримання її положень з боку Речі Посполитої було для українських гетьманів ніби лакмусовим папірцем для визначення намірів польського уряду щодо Гетьманщини та окреслення зовнішньополітичних пріоритетів проводу Козацької держави.

Наук. керівн. Яценко В. Б.

Література: 1. Чухліб Т. В. Гадяцька угода 1658 р. та ідея її відновлення в українсько-польських стосунках другої половини XVII ст. / Т. В. Чухліб // Український історичний журнал. – 2008. – № 3. – С. 45–74. 2. Таїрова-Яковлева Т. Г. Гадяцька угода – текстологічний аналіз / Т. Г. Таїрова-Яковлева // Гадяцька унія 1658 року. – К., 2008. – С. 31–46. 3. Стадник М. Гадяцька угода / М. Стадник // Записки Українського наукового товариства. – 1911. – Кн. XVII. – С. 30–39.

УДК 94(477) "16"

Сиваш Ю. М.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

УЧАСТЬ ВІЙСЬКА ГЕТЬМАНЩИНИ У БОЙОВИХ ДІЯХ ПРОТИ ОСМАНСЬКОЇ ІМПЕРІЇ НАПРИКІНЦІ 90-Х РР. XVII СТ.

Анотація. Присвячено участі козацьких загонів у бойових діях з Османською імперією і Кримським ханством наприкінці 90-х рр. XVII ст. Розглянуто завдання, які були покладені на козацькі війська російським командуванням. Проаналізовано значення участі гетьманців у захопленні лінії турецьких фортець та безпосередньо Азова.

Аннотация. Посвящено участи казацких загонів в боевых действиях с Османской империей и Крымским ханством в конце 90-х гг. XVII в. Рассмотрены задачи, которые были возложены на казацкие войска российским командованием. Проанализировано значение участия гетманцев в захвате линии турецких крепостей и непосредственно Азова.

Annotation. The article is devoted to the participation of Cossack troops in the war with Ottomans Empires and Crimean khanate in the 90 years of XVII century. The tasks that were assigned to the Cossack troops by the Russian command are considered. The involvement of the Cossacks in seizing the line of Turkish fortress and directly Azov are analyzed.

Ключові слова: Гетьманщина, Московія, Османська імперія, Кримське ханство, гетьман, татари, османці, козаки.

В останній чверті XVII ст. Україна була втягнута у війну з Османською імперією та Кримським ханством, де вона діяла як союзник Московської держави. Ця війна розпочалася після укладення "Вічного миру" 1686 р. із Річчю Посполитою Обох Народів, коли Московське царство приєдналося до коаліції держав — "Священної ліги" (Імперія Габсбургів, Венеціанська республіка і Річ Посполита), що воювали з Османською імперією та її васалом — Кримським ханством. Саме Гетьманщина найбільше потерпала під час війни, адже її територія страждала від спустошливих татарських нападів і мусила бути продовольчою базою для козацьких й московських полків, які вирушали у походи на Крим. Зазначимо, що від початку бойових дій козацьке військо постійно перебувало у походах (таблиця), а його внесок у перемогу над турками був одним із вирішальних. Знаковою в цьому контексті була участь козаків у вирішальних Азовсько-Дніпровських компаніях 1695 – 1696 рр. Безпосередньо участі козацьких загонів у бойових діях під Азовом та в пониззі Дніпра у 1695 – 1696 рр. приділимо увагу в цій статті.

© Сиваш Ю. М., 2010

Походи козацького війська

Рік	Чисельність козаків, хто командував	Місце боїв	Козацькі втрати	Козацькі здобутки
1	2	3	4	5
1687 р.	Гетьман Самойлович	Перекоп		[1, с.145]
Лютий 1688 р.	Лубенський, Миргородський та інші полки на чолі з полковником Іллею Новицьким	Гирло р. Тясмина		Розгром татарського загону [2]
Вересень 1688 р.	Новицький, на чолі Переяславського, Миргородського та інших полків	фортеця Очаків		Зруйновано кілька турецьких поселень, розгромлено татарський загін, взято полонених і велику здобич [3]
Квітень- червень 1689 р.	Гетьман Мазепа	14 травня між Зеленою долиною і Чорною долиною. 16 травня на Чорній долині	Відступ союзного війська з невідомих причин	Татари на чолі з ханом Селім-Гресем відступили [2; 3]
1690 р.	Лівобережні козацькі полки з правобережним козацтвом на чолі з полковником Семеном Палієм	Очаків		Спустошено околиці Очакова [2, с. 36 – 37]
1690 р.	Палій	Казікермен		[3]
1691 р.	Палій	Аккерман		[3]
1692 р.	Правобережні полки на чолі з Палієм	Очаків		Спалено передмістя і взято велику здобич [1, с.154]
Лютий 1693 р.	Палій і лубенський полковник Левко Свічка	Казікермен		Розбито татарський загін і спалили передмістя [3]
Квітень 1693 р.	Миргородський полк, Полтавський полк	р. Інгула під Перекопом		Розбито татар [3]
27 жовтня 1693 р.	Об'єднані сили Палія і лівобережних полків (Переяславського на чолі з полковником І. Мировичем і охоче комонного на чолі з полковником Г. Пашковським)	Урочище у 12 милях від Дністра поблизу Сараджина		[3]
Липень – серпень 1694 р.	Київський полк (на чолі з полковником К. Мокієвським) і Переяславський, військо Палія і компаніїці (Пашковського)	Очаків		Розбито татарський загін [1, с.155]
Вересень 1694 р.	20 тисяч козаків на чолі з чернігівським полковником Я. Лизогубом	Буджак		Захопили одну татарську фортецю ("паланку") і взято багато полонених, худобу та іншу здобич [1, с. 155]
1694 р.	Запорожці й донські козаки	Перекоп		Розбито численне татарське військо, захопили кілька приморських укріплень, взяли 8 гармат і багато полонених [3]
Березень 1695 р.	120 осіб на чолі з І. Гусаком	Під Казікерменом		Розбито ворожий загін, 9 осіб потрапило в полон, також козаками доставлена інформація про події в Криму та Туреччині [4, с. 77]
1695 р.	Гетьман, ніженський полковник І. Обидовський; 100 – 120 тис. осіб, в тому числі і військо московитів. Військо запорізьке	Казікермен Тавань Асламкермен Мубареткермен		Падіння Казікермена, взято в полон казікерменський бей, 8 аг, 2 турецьких прапори, 14 мідних гармат, 3 ключі від міста [5, с. 160]. Фортеці здались відразу за Казікерменом [5, с. 165]

1	2	3	4	5
1695 р.	Загін запорожців-січовиків на чолі з кошовим Іваном Гусаком	Пониззя Дніпра, фортеця збоку Стрелиці		Спалили селище навколо фортеці, великі запаси сіна і захопили багато худоби [5, с.167]
Травень 1696 р.	500 осіб, на чолі з отаманом Чалим	Чорне море		Успішний напад на турецьку флотилію з дев'яти суден, частину турків потопили та побили, багатьох взяли в полон і приставили до Січі [5, с.181]
Червень 1696 р.	15 тис.; Яків Лизогуб на чолі Чернігівського, Гадяцького, Лубенського, Прилуцького, а також Компанійський і Сердюцький полки	Азов		Азов здався, вихід до Азовського моря був відкритий [6, с.117]
Липень-серпень 1696 р.	340 козаків на чолі з Чалим	Берег за 5 верст від Євпаторії, Лівий берег Дніпра, урочище Сагайдачного	Козаки здались з ясиром і були відправлені до Очакова; Чалий загинув	Успішний напад на татарські селища, зруйновано двоє сіл і захоплено 62 полонених [5, с.182 – 183]
1696 р.	Загін запорожців (1 тис. осіб) на чолі з Яковом Морозом, полковником Сагайдачним і Петром Сорочинським	Шлях від Дніпра до Чорного моря		Розбито троє турецьких суден і захоплено листи з Туреччини до Кримського хана [5, с.183]
1697 р.	Кошовий отаман Григорій Яковенко, потім додалось військо під команду полковника полтавського Івана Іскри	Фортеці Таванські і Казікермен		Облога фортець турками витримана, османи змушені відступити [7]
1698 р.	10-тисячний козацький загін	Очаків	Козакам не вдалось здобути фортецю, повернулись назад [7]	

Зазначимо, що спершу бойові дії проти турок і татар склалися для козацького війська вкрай невдало. Перший та другий Кримські походи 1687 і 1689 рр. виявилися з огляду на їх воєнні наслідки цілком марними і коштували чимало козацьких життів [3]. Успіх у проведенні бойових дій почав супроводжувати союзників лише з 1690 р., коли козацькі полки спустошили околиці Очакова. Найважливішим у тій акції було об'єднання для спільної боротьби з Туреччиною і Кримом лівобережних полків із правобережним козацтвом на чолі з полковником Семеном Палієм. У 1692 – 1696 рр., через повстанням Петрика, татари робили низку нападів на українські землі. Успішно відбиваючи їх, українське військо вдавалось до виправ на турецькі та кримські володіння. У 1692 р. козацьке військо, правобережні полки якого знов-таки очолював Палій, разом з компанійцями Мазепи напало на Очаків, де спалило передмістя і захопило велику здобич [3]. Вдалим у воєнному відношенні для лівобережного і правобережного козацтва видався 1693 р. У лютому Палій і лубенський полковник Левко Свічка ходили під Казікермен і розбили там татарський загін та спалили передмістя фортеці. У квітні козаки Миргородського полку розбили татар на р. Інгулі, а козаки Полтавського полку погромили татарські загопи аж під Перекопом. 27 жовтня 1693 р. об'єднані сили Палія і лівобережних полків (Переяславського полковника І. Мировича й охочекомонного полковника Г. Пашковського) завдали значної поразки татарському військові на р. Кодимі. Наступного 1694 р., у липні – серпні, Київський і Переяславський полки полковника К. Мокієвського, загопи Палія і компанійці Пашковського ходили на Очаків, де 3 серпня розбили татарський загін. У вересні того ж року двадцятитисячне козацьке військо на чолі з чернігівським полковником Я. Лизогубом напало на Бужак. Похід був дуже вдалий, козацьке військо захопило одну татарську "паланку", багато полонених, худобу та іншу здобич. Одночасно відзначилися запорожці й донські козаки, які під Перекопом розбили численне татарське військо, здобули кілька приморських укріплень та взяли 8 гармат і багато полонених [3].

Досвід двох невдалих кримських походів показав, що доки українсько-московське військо не забезпечить своїх флангів, завоювання Криму — річ нездійсненна. Варто зазначити, що головним ініціатором перенесення центрів подальшої боротьби проти Туреччини й Криму на пониззя Дніпра на заході і пониззя Дону — на сході, був гетьман Іван Мазепа. На долішньому Дніпрі була розташована низка турецьких фортець на чолі з міцним Казікерменом (Газі-Керманом), що і стали об'єктом нападу козацького війська Гетьманщини [3].



Уже у 1695 р. відбувся перший похід на Азов. У квітні московське військо суходолом і річкою Доном підступило під Азов. На допомогу йому прийшло українське військо на чолі з наказним гетьманом, ніженським полковником І. Обидовським. Проте брак флоту і що, найголовніше, відсутність координації дій між військами, які облагали Азов, не дозволили московсько-козацьким загонам здобути фортецю.

Значно кращим було становище справ у союзників на Дніпрі. У пониззя Дніпра вирушило об'єднане московсько-козацьке військо на чолі з гетьманом Мазепою і Б. Шереметьєвим. У складі українського війська були лівобережні, слобідські та компанійські полки, а також запорожці. Метою походу було оволодіння турецькими фортецями Казикермен, Таванськ, Аслам-Кермен та Муберек-Кермен [5, с. 162].

У червні й на початку липня 1695 р. московське і частина українського війська переправилися через Дніпро, а з липня біля р. Омельничка до московського війська приєдналися головні українські сили на чолі з гетьманом Мазепою. Перебіг бойових дій склався наступним чином. Об'єднане військо вирушило на південь і 24 липня, підійшовши до Казикермена, розпочало облогу фортеці. Взяти Казикермен було нелегко, довелося вирити шанці і так поступово підводити їх до фортечних мурів. Основні бої за Казикермен тривали з 25 до 30 липня, козаки Київського й Чернігівського полків, а головне, запорожці не підпускали татар до Казикермена. Проте міцні казикерманські мури витримали вогонь артилерії. Тоді був зроблений підкоп, який зруйнував "наугольную башню", і це, разом з посиленням гарматним вогнем, викликало пожежу і вибух порохового погребу. Після п'ятигодинного бою 31 липня 1695 р. гарнізон Казикермена змушений був здатися [3].

У той час як полки московитів і українських козаків штурмували Казикермен, запорожцям було наказано взяти в облогу Таванськ. Він здався відразу ж за Казикерменом. Мешканці двох інших невеличких фортець – Аслам-Кермена і Муберек-Кермена – втекли до Криму, забрали із собою скарбницю і кинули великі гармати [5, с. 165].

Наступного року, прагнучи здобути Азовську фортецю, Петро I зажадав, щоб Мазепа надіслав козацьке військо чисельністю у 20 тис., утім гетьман надав лише 15-тисячний загін, який склався з героїв минулорічного походу в пониззя Дніпра [6, с. 116].

У воєнних діях під Азовом у 1696 р. українські козацькі полки, що були частиною керованих Петром I військ, брали участь на різних етапах облоги міста. Безпосередньо російське командування поклато на козацькі війська такі завдання: по-перше, козацькі полки, досвідчені в боях з татарами, повинні були відбивати напади турків і татар з боку степу і таким чином охороняти запілля московитів; по-друге, гетьманці повинні були надавати допомогу московському війську, якщо б азовський гарнізон спробував вдатися до вилазок чи атакувати табір із фортеці; по-третє, козацькі полки, досвідчені в мистецтві облоги фортець, повинні були взяти активну участь у самій облозі Азова [5, с. 171].

У червні 1696 р. п'ятнадцятитисячне українське військо у складі Чернігівського (Я. Лизогуб), Гадяцького (М. Борохович), Прилуцького (Д. Горленко), Лубенського (Л. Свічка), а також Компанійського (Федько) й Сердюцького (Петро Кожуховський) полків на чолі з наказним гетьманом, Чернігівським полковником Яковом Лизогубом підійшло до Азова. Зразу ж після прибуття під Азов козаки вступили у воєнні дії [3]. 18 червня 1696 р. вони брали участь у сутичці з турецькою кіннотою, напад якої був успішно відбитий, а супротивник примушений до відступу. Такі ж напади на загони козаків і московитів турецькі війська робили протягом червня – початку липня 1696 р., але всі вони так само успішно були відбиті. Козацькі полки брали активну участь у спорудженні насипу перед мурами фортеці, поряд із цими діями вони проводили розвідку. Коли облогові приготування добігали кінця у боротьбі за Азов настали вирішальні дні: розпочався артилерійський обстріл фортеці і вже 17 липня 1696 р. козаки раптовим штурмом захопили наріжний бастіон, що фактично вирішило долю фортеці. Окрім гетьманців, наказного гетьмана Лизогуба, у штурмі також брали участь донські козаки на чолі з отаманом Фролом Міняєвим, загальною кількістю у 2 тис. чоловік. Нападаючим вдалося опанувати одну із стін фортеці [5, с. 172–177]. Наступного дня цар наказав готуватися до загального штурму. Однак він вже не знадобився, бо налякані турки 18 липня розпочали переговори, а 19-го здали фортецю. Це було найважливішою подією у війні [7]. На думкою знаного російського українста Тетяни Таїрово-Яковлевої, саме дії гетьманців на чолі з чернігівським полковником Я. Лизогубом призвели до захоплення Азова Петром I [8, с. 82].

Поряд з успішними діями російських і українських полків під Азовом слід відзначити вдалі дії запорожців влітку 1696 р. на морі та суходолі. У травні 1696 р. загін запорожців у 500 чоловік на чолі з отаманом Чалим вийшов у Чорне море. Вже 21 травня 1696 р. січовики зробили успішний напад на турецьку флотилію з дев'яти суден, що направлялась до Очакова. Також слід відзначити дії іншого, великого загону запорожців на чолі з Яковом Морозом, полковником Григорієм Сагайдачним і Петром Сорочинським, якому вдалося захопити листи з Туреччини до кримського хана [5, с. 181–183]. За визначенням історика Володимира Дядиченка, запорожці відзначались умілим поєднанням морських і суходільних операцій, раптовими нападами на ворога, діями порівняно невеликих загонів проти значних турецько-татарських сил, умілим маневруванням та майстерним виходом з оточення в умовах наступу великих ворожих сил [4, с. 81]. Таким чином, січове військо виконало покладені на нього завдання – заважати підходу турецьких сил Дніпром до фортець та не давати кримським татарам і турецькому флоту допомогти Азову.

Отже, козацькі полки Гетьманщини й загони січовиків відіграли значну роль у діях царського війська на півдні в 1695 – 1696 рр. Військова майстерність козацтва, що діяло в складі московського війська, виявилася в боях з турецькою кіннотою (під Азовом у червні – липні 1696 р.), артилерійських обстрілах (Казикермена в липні 1695 р. та Азова в 1696 р.), будівництві облогових споруд, штур-

мах фортець (Казикермен — 24 і 30 липня 1695 р., Азов — 17 липня 1696 р.), морських походах (похід Чалого і Сорочинського влітку 1696 р.), проведенні розвідки, несенні охоронної служби та ін. Усе це забезпечило успішне проведення кампаній 1695 — 1696 рр. і спричинило перелом у війні з Османською імперією.

Наук. керівн. Яценко В. Б.

Література: 1. Літопис Самовидця. — К. : Наукова думка, 1971. — 208 с. — Режим доступу : www.litopys.org.ua/. 2. Лизогубівський літопис. — К. : Типографія Г. Т. Корчак-Новицького, 1888. — Режим доступу : www.litopys.org.ua/. 3. Оглоблин О. Гетьман Іван Мазепа та його доба / О. Оглоблин. — Нью-Йорк — Київ — Львів — Париж — Торонто, 2001. — 464 с. — Режим доступу : www.litopys.org.ua/. 4. Станіславський В. В. Участь запорозьких козаків у Азовсько-Дніпровській кампанії 1695 – 1698 рр. / В. В. Станіславський // Запорозьке козацтво в українській історії, культурі та національній свідомості. Матеріали міжнародної наукової конференції. — К., 1997. — С. 77–87. 5. Дядиченко В. А. Участь українських козацьких полків в азовсько-дніпровських походах 1695 – 1696 рр. / В. А. Дядиченко // Наукові записки Інституту історії України., АН УРСР. — 1952. — Т. 4. — С. 158–186. 6. Таирова-Яковлева Т. Мазепа / Т. Таирова-Яковлева. — М. : Молода гвардія, 2007. — 321 с. 7. Крупницький Б. Гетьман Мазепа та його доба / Б. Крупницький. — К. : Україна, 2003. — 240 с. — Режим доступу : www.mazepa.name/hetman-mazepa-ta-yoho-doba/4/. 8. Санін А. Г. Богдан Хмельницький і Іван Мазепа / А. Г. Санін // Труды Института российской истории РАН. — М., 2006. — Вып. 6. — С. 65–90.

УДК 94(477) "16"

Юрченко А. Д.

Студент 2 курсу
факультету обліку та аудиту ХНЕУ

ВЗАЄМИНИ ГЕТЬМАНА І. МАЗЕПИ ТА КНЯЗЯ В. ГОЛІЦИНА

Анотація. Висвітлено взаємини гетьмана І. Мазепи та князя В. Голіцина у 1687 – 1689 рр. Проаналізовано, яке місце в планах князя Василя Голіцина щодо Гетьманщини відводилося Івану Мазепі, ставлення гетьмана до князя і його роль у поваленні Голіцина під час Нарішкінського перевороту.

Аннотация. Посвящено взаимоотношениям гетмана И. Мазепы и князя В. Голицина в 1687 – 1689 гг. Анализируется, какое место в планах Василия Голицина относительно Гетманщины отводилось Ивану Мазепе, отношению гетмана к князю и его роли в отстранении от власти Голицина во время Нарышкинского переворота.

Annotation. The relations between hetman Ivan Mazepa and prince Vasiliy Holitsyn in 1687 – 1689 are studied. Mazepa's place in Golitsyn's plans toward Hetmanate, hetman's attitudes to prince and his role in overthrow of Golitsyn during Naryshkin's upheaval are analyzed.

Ключові слова: Гетьманщина, Московія, Крим, князь, гетьман, канцлер.

В історії України важко знайти особу, навколо якої вже стільки століть точились би такі гострі суперечки, зустрічалися різні, часто полярні думки. Захоплення, різке неприйняття, замовчування — такий, щонайменше, діапазон суджень дослідників і громадського загалу щодо гетьмана І. Мазепи. Його життєвий шлях досі сповнений білими плямами і маловивченими епізодами. Зокрема до таких належить проблема взаємин гетьмана з московським воєводою князем В. Голіциним — людиною, яка відіграла важливу роль у житті Мазепи. Висвітленню, оповитих таємницями, взаєминам московського "канцлера" і козацького гетьмана й присвячено цю статтю.

Наприкінці XVII ст. становище Гетьманщини щодо Московської держави внаслідок безперервного наступу царизму на козацькі "права і вольності" істотно погіршилося. Якщо за часів Богдана Хмельницького та Івана Виговського статус Козацької держави можна було охарактеризувати щодо Москви як васальний, то наприкінці XVII ст. це була швидше адміністративна автономія. Починаючи з 1663 р. Гетьманщина перебувала у веденні Малоросійського приказу Московії, у її містах були розташовані численні московські залоги на чолі з воєводами, а царські сановники перманентно домагалися обмеження владних прерогатив гетьмана на користь царського трону [1, с. 30]. Наприкінці 80-х рр. XVII ст. гетьман був уже позбавлений можливості здійснювати самостійну зовнішню, а по-

© Юрченко А. Д., 2010



часті і внутрішню політику. Починаючи від 1672 р. гетьман не міг більше самостійно звільняти й призначати полковників, а гетьманські вибори мали відбуватися лишень із царського дозволу і в присутності представників московського уряду. Найбільш яскравим проявом послаблення державної будівлі Гетьманщини була участь московських урядовців в усуненні від влади гетьманів Дем'яна Многогрішного та Івана Самойловича із подальшим проведенням слідства і судів над ними у Москві та засланням їх до Сибіру [1, с. 28].

У цьому зв'язку варто зазначити, що саме на 80-ті рр. XVII ст., добу правління Софії Олексіївни, припадає апогей наступу московської автократії на автономію Гетьманщини. У цей час нагляд за українськими справами перебував у руках князя В. Голіцина. Він походив з роду московських аристократів і під час правління Софії був фактично главою московського уряду, мав титул "Царственные большие печати и государственных великих польских дел оберегатель, ближайший боярин и наместник Новгородский", який фактично можна співставити з європейським канцлером. У його долі Гетьманщина була "наріжним каменем" кар'єрного злету і падіння. Вперше він з'являється в Україні у 1675 р. як стольник, керуючи військами, висланими для охорони міст Гетьманщини від татар. У 1676 р. він уже як боярин прибуває в Путівль на український кордон [2, с. 38]. Утім найбільшого політичного злету князь Голіцин досяг за Софії Олексіївни, про що вже мовилося вище.

Дослідники зазвичай робили мало спроб розібратися щодо того, яке місце Гетьманщина посідала в політичних планах московського "канцлера". Зовнішня політика Голіцина була орієнтована на союз із Річчю Посполитою і спрямована проти Кримського ханства та Османської імперії [2, с. 44], однак для її реалізації князю була потрібна тиша й контрольована Україна. Головним проектом Голіцина відносно України, реалізованим в період гетьманства Самойловича, було підкорення київської митрополії московському патріарху [2, с. 44–45].

Утім для здійснення більш широких перетворень, пов'язаних з Україною, Голіцину був потрібний інший, більш контрольований гетьман, на роль якого Самойлович явно не підходив. Неприязнь між Голіциним і Самойловичем існувала ще з кінця 70-х рр. XVII ст., яка у 80-х рр. XVII ст. лише посилювалася. Гетьман Самойлович не схвалював і відверто критикував політичний курс Голіцина на зближення з Річчю Посполитою і був украй невдоволений укладанням у 1686 р. "Вічного миру", який залишав за Варшавою Правобережжя і штовхав Гетьманщину на війну із Кримом і Туреччиною [2, с. 46–47]. Голіцин не пробачив цього гетьману Самойловичу й після першого Кримського походу помстився йому, усунувши від влади [2, с. 49]. Саме в цей час ключовою фігурою в "українських планах" Голіцина стає Іван Мазепа.

Серед дослідників до сьогодні немає усталеного погляду в питанні про роль Івана Мазепи у поваленні Самойловича. З цього приводу існує принаймні дві точки зору. Перша, сформульована у XIX ст. Миколою Костомаровим і підтримувана багатьма російськими та радянськими істориками, стверджувала, що, зрадивши свого Самойловича, Мазепа написав на нього донос, підкупив Голіцина за 10 000 тисяч рублів і таким чином одержав булаву. Друга версія, висловлена сучасною дослідницею Тетяною Таїровою-Яковлевою, надає більш правдиву картину повалення Самойловича. Останньому сприяло співпадіння трьох чинників: бажання Голіцина скинути свавільного гетьмана, бажання уряду Софії знайти "цапа відбувайла" за невдачу під час Кримського походу та прагнення старшини позбутися зарозумілого "поповича". Варто зазначити, що роль Мазепи в цьому дійстві була мінімальна. У доносі на гетьмана Самойловича його підпис був лише четвертим, а керуючу роль у складанні змови проти гетьмана, як переконливо доводить російська дослідниця, належала Василю Кочубею [2, с. 48–49; 3, с. 193–194].

Чому ж саме Мазепу Голіцин обрав на роль гетьмана? Вочевидь тому, що князю було відомо, що Мазепа чужий для лівобережної старшини й не користується особливою популярністю серед козаків. Відтак він був ідеальною кандидатурою на роль гетьмана-маріонетки так потрібного Голіцину [2, с. 50]. Діставши з рук Голіцина у 1687 р. булаву, Мазепа мусив підписати Коломацькі статті, які робили гетьмана повністю підвладним московському уряду, дозволяючи контролювати кожен його крок. Але розум і політичний хист дозволили Мазепі уникнути відведеної йому ролі.

Так, зокрема, не маючи можливості одразу прибрати зі свого оточення вороже налаштовану до нього старшину, він зробив це згодом, успішно дискредитуючи своїх опонентів в очах Москви, як це сталося, наприклад, із переяславським полковником Дмитром Райчею [2, с. 66]. При цьому у взаєминах з Голіциним гетьман завжди дотримувався такту, намагаючись не втратити його приязнь. Однак той факт, що за два роки свого гетьманства Іван Степанович написав князю 150 листів-звітів і постійно мав приїжджати на "державні розмови", красномовно свідчить про залежне становище гетьмана від всевладного князя. Зазначимо, що Голіцин часто ігнорував думку гетьмана щодо внутрішньої політики (призначення на посаду переяславського полковника Леонтія Полуботка) й відносно зовнішньополітичної та військових стратегій. Але в моменти "прозріння", коли все ж таки Мазепу чули (щодо зручного часу для виправи на Крим та ін.), безумовно, політичні задуми князя від цього лишень вигравали. Політична і тактична мудрість додавали поваги та зміцнювали довіру до гетьмана у царському дворі [2, с. 68].

Утім гетьман усвідомлював усю небезпечність свого становища. Цілоком залежний від всевладного В. Голіцина, він будь-якої миті міг повторити долю свого попередника на гетьманстві. Варто зазначити, що гетьманські побоювання були небезпідставні, після провалу другого походу на Крим у 1689 р. князь дійсно хотів усю відповідальність за провал виправи перекласти на плечі Мазепи. У цій ситуації Мазепа знайшов єдиний правильний вихід, установивши ще напередодні другого Кримського походу щільні контакти з "партією" Нарішкіних і підтримавши оточення Петра I під час палацевого перевороту у Москві в серпні 1689 р. "Переворот Нарішкіних" поклав, як відомо, кінець політичній кар'єрі князя В. Голіцина та істотно зміцнив позиції гетьмана Мазепи, надавши йому шанс підперти хитку будівлю державності Гетьманщини, чим він і скористався.



Підводячи підсумки, можна зазначити, що на початку свого гетьманства Мазепа перебував у цілковитій залежності від князя В. Голіцина. Настановлений на гетьманстві з волі московського канцлера, Мазепа, за задумом Голіцина, мав стати маріонетковим гетьманом, якого вразі політичних невдач у війні з Кримом і Туреччиною можна було б легко усунути, попередньо звинувативши в усіх невдачах. У той же час варто зазначити, що хоча цілковита залежність гетьмана від князя і не дозволяла Мазепі розкрити власні політичні здібності, проте саме протекція Голіцина гарантувала попервах відносно спокійне гетьманство. Гетьман розумів, що наявний стан речей є для нього небезпечним, а тому не слід дивуватися, що своє майбутнє він пов'язав не з князем, а з його політичними опонентами Наришкініми і молодим Петром I, підтримавши останніх під час палацевого перевороту 1689 р.

Наук. керівн. Яценко В. Б.

Література: 1. Горобець В. М. Українсько-російські політичні відносини другої половини XVII–XVIII ст.: тенденції, характер, етапи / В. М. Горобець, О. К. Струкевич // Український історичний журнал. – 1997. – № 1. – С. 22–44. 2. Таирова-Яковлева Т. Г. Мазепа / Т. Г. Таирова-Яковлева. – М.: Молодая Гвардия, 2007. – 321 с. 3. Яковлева Т. Г. Донос старшини на І. Самойловича: аналіз першоджерел / Т. Г. Яковлева // УІЖ. – 2006. – № 4. – С. 190–200.

УДК 94(477) "16/17"

Малько О. В.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПЛАНИ РЕФОРМУВАННЯ КОЗАЦЬКОГО ВІЙСЬКА ГЕТЬМАНЩИНИ НА ЗЛАМІ XVII – XVIII СТ.: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ

Анотація. Присвячено планам реорганізації козацького війська Гетьманщини на зламі XVII – XVIII ст. Висвітлено генезу появи в лавах козацького війська найманчих загонів і плани гетьмана Івана Мазепи і царя Петра I щодо реформування козацького війська.

Аннотация. Посвящено планам реорганизации казацкого войска Гетманщины на переломе XVII – XVIII вв. Раскрыто генезис возникновения в рядах казацкого войска наемных подразделений и планы гетмана Ивана Мазепы и царя Петра I относительно реформирования казацкого войска.

Annotation. The article is devoted to the plans of reorganization of Cossack host in Hetmanate at the end of the 17th – beginning of the 18th century. The origins of the project of creation of free-lance detachments in the Cossack host and hetman Mazepa and Tsar Peter I reformative plans for the Cossack host are studied.

Ключові слова: зтяжні, компанійці, сердюки, найманці, козаки, регулярна армія.

В історії будь-якої держави армія посідає одну з провідних ролей, оскільки належить до ключових, державотворчих інституцій. В контексті історії козацької держави роль війська взагалі важко переоцінити, адже Гетьманщина постала під час козацької революції 1648 – 1657 рр. як воєнізована держава, що відбилася, зокрема, в одній з її назв – "Військо Запорозьке". Тим більш важливим для розуміння української історії XVII – XVIII ст. є вивчення розвитку козацького війська та реформ, яких воно зазнавало, або які планувалися його керівниками. З огляду на це, у статті висвітлено плани реформування збройних сил Гетьманщини на зламі XVII – XVIII ст., що розроблялися гетьманом Іваном Мазепою та російським царем Петром I.

На зламі XVII – XVIII ст. збройні сили Гетьманщини склалися з десяти реєстрових козацьких полків [1, с. 232], які з огляду на умови військової служби можуть бути охарактеризовані як типове станове ополчення [2, с. 53] та загонів найманців. Останні становили найбільш боєздатну частину гетьманського реєменту. Від реєстровців вони відрізнялися насамперед умовами набору: зтяжні цілком залежали від гетьмана і були значно надійніші й ефективніші на полі бою, ніж реєстровці, схильні до отаманщини та соціальних заворушень. Найманці відбували прикордонну варту,

© Малько О. В., 2010



були мобільніші і не пов'язані з господарством, як городові козаки [1, с. 234]. Від останніх їх також відрізняли умови комплектування, озброєння та специфіка застосування у війні. Уже наприкінці XVII ст. вони перетворилися на постійне військо, що поділялося на компанійців, які відбували службу кінно, і сердюків, що служили пішо [2, с. 63]. Поява зтяжних полків у Лівобережній Україні пов'язана передусім із ситуацією розрухів і свавілля, яка виникла наприкінці 50 – 60-х рр. XVII ст. за доби Руїни, унаслідок власне громадянської війни на Гетьманщині, до якої активно втручалися Річ Посполита Обох Народів, Московська держава та Османська імперія. Кількість охотницьких полків в останній чверті XVII ст. не була сталою, вона змінювалася і коливалася від одного на початку 70-х рр. XVII ст. до семи в 1700 р. За чисельністю охотницькі полки були менші за реєстрові. Кількість полчан у них коливалась від 400 до 700, поділялися вони на сотні, чисельність яких також коливалась від 3 до 8 сотень [1, с. 235]. У 1700 р. під Новгородом були охотницькі полки Г. Новицького, Г. Пашковського, Ф. Стефановича, О. Чечела та Л. Шульги по 1000 вояків кожен [3, с. 236]. Принцип комплектування компанійських і сердюцьких полків був суто добровільний. Замість убитих, хворих, старих набирали добровольців охотників із місцевих міщан, селян, вихідців з Правобережжя чи чужинців. Для підтримки боєздатності охотники використовували допоміжні служби реєстрового війська, бо своїх не мали [3, с. 240].

В останній чверті XVII ст. основу особистого озброєння воїнів компанійських і сердюцьких (як реєстрових, так і запорізьких) полків становила вогнепальна зброя – рушниця та пістолі. Але широко застосовувалася й холодна зброя – шабля, шпага, кий. Зброю та набої охотники одержували через своїх полковників і полкову старшину від гетьмана, із гетьманських арсеналів або купували за гроші чи здобували в бою.

Боєздатність реєстровців наприкінці XVII ст. постійно падала, що ставило перед гетьманською владою питання щодо необхідності реформування козацького війська. Напередодні другого Кримського походу в 1688 р. Іван Мазепа, зважаючи на падіння боєздатності реєстрових полків, уже замислювався над необхідністю проведення поміркованих реформ у війську Гетьманщини. Своім баченням майбутніх перетворень він поділився із царським посланцем Федором Шакловітим. Згідно з гетьманським задумом передбачалася зміна структури й чисельності козацького війська, що мала супроводжуватися його скороченням і укладанням нового реєстру. До останнього мали потрапити насамперед "виборні", найбільш заможні і досвідчені у військовій справі "прямі" козаки, здатні відбувати службу власними кінями, озброєнням та екіпіруванням. Їх чисельність мала становити близько 20 тисяч осіб [3, с. 214]. Передбачалося, що вони діставатимуть допомогу від менш заможної частини козацтва – "підпомічників", яку не будуть залучати до військової служби, натомість вона буде утримувати і допомагати при спорядженні виборних [4, с. 91–92]. Початкові кроки у цьому напрямку були здійснені на початку XVIII ст.: 2 березня 1701 р. Мазепа доручив глухівському сотникові Олексію Туранському здійснити "перебір" козаків чотирьох засеймських сотень – Глухівської, Кролевецької, Коропської та Воронізької, поділивши їх на "лучших" (виборне товариство) та підпомічників. Як зазначав з цього приводу знаний український історик Олександр Оглоблін, хоча гетьманське розпорядження формально було обмежено чотирма сотнями Гетьманщини, воно без сумніву застосовувалося значно ширше, намічаючи поділ козаків на виборних і підпомічників, який був здійснений у 30-х р. XVIII ст. [4, с. 121], уже представниками імперського уряду.

При зменшенні чисельності війська реєстрових козаків автоматично зростала роль найманців. Вочевидь після реформ козаки мали продовжувати лишатися основою державного ладу, грали б роль номінального представництва лицарської верстви, натомість реальною воєнною силою мало стати збільшене в чисельності наймане військо [2, с. 92]. Така система воєнного устрою, безсумнівно, брала за взірць структуру збройних сил Речі Посполитої, де функцію військової сили виконували саме загонами найманого "кварцяного" війська [5, с. 92].

У вересні 1689 р. після приходу до влади у Москві "боярської партії" Наришкіних гетьман фактично отримав карт-бланш на збільшення чисельності зтяжних полків. Однією з найголовніших перешкод при упровадженні у життя окреслених перетворень була хронічна нестача коштів у фінансовій системі Гетьманщини. Для її вирішення в 1689 – 1690 рр. гетьман Мазепа упроваджує систему оподаткування через оренди, що стабілізує фінансові надходження до скарбниці Гетьманщини і дозволяє цілеспрямовано нарощувати чисельність охотницьких полків [2, с. 93–94]. Виникнення та існування найманних полків з міліцейськими функціями у структурі Української козацької держави засвідчує прагнення гетьманів до її зміцнення та забезпечення безпеки. Не випадково царський уряд не дозволяв формування найманних полків або обмежував їх кількість, яка у 1726 р. становила всього три компанійські полки [6, с. 92].

Цілком зрозуміло, що ситуація фактичної законсервованості військового устрою Гетьманату могла тривати доти, доки його основними супротивниками були Крим і Туреччина, що і мало місце наприкінці XVII ст. Однак з початком Великої Північної війни ситуація докорінно змінилася. Военні невдачі змусили Петра I вдаватися до широкомасштабної реорганізації власних збройних сил. Перші реформи щодо перебудови війська зводилися до формування нової моделі військової організації, яка б орієнтувалась на західноєвропейські стандарти. Одночасно, Петро I вдається і до реформування організації збройних сил залежних від Московської держави земель. Першою ластівкою в цьому аспекті були перетворення, здійснені в слобідських полках: у 1700 р. слобідське козацтво, з метою підвищення боєздатності, було поділене на компанійців і підпомічників. Чисельність перших складала 3 500 осіб, вони мали відбувати службу власними кінями, зброєю та спорядженням, натомість другі в обмін на звільнення від таких

обов'язків мали допомагати виборним при спорядженні в похід [5, с. 105–106]. Центральне управління слобідськими полками перейшло до командира новозаснованої в 1706 р. Української дивізії, до складу якої були також включені і частини гетьманського регіменту. Реформи у слобідських полках чітко вказували той напрямок, за яким царський уряд мав намір реорганізувати й козацьке військо Гетьманщини.

У грудні 1707 р. під час наради у Жовкві цар повідомив гетьману Мазепі про необхідність здійснити низку заходів у контексті реалізації планів подальшої війни зі Швецією. Так, зокрема, передбачалося, що землі Гетьманщини перейдуть у ведення Розрядного приказу і на них буде поширено нове губернське правління, а одночасно відбудеться реорганізація козацького війська. Мова йшла про "перебір" реєстровців з метою відокремити з їх кола найбільш досвідчених і добре озброєних, котрі б служили у гетьманському війську на постійній основі. Таким чином, найбільш заможний і боєздатний елемент мав бути відокремлений від незаможної й соціально нестабільної "голоти". Слід звернути увагу на те, що ці заходи мали багато спільного з планами Мазепи, виголошеними ще у 1688 р. Утім згадані реформи наводили над Україною новий московський адміністративних "дах", тож навряд чи могли влаштувати гетьмана. Будь-які зміни в козацькому війську після заснування й фактично зосередження адміністративного та воєнно-оперативного управління в руках київського генерал-губернатора віщували для нього лише втрату контролю над військом [2, с. 104–105].

Щоправда Петро I не мав можливості в умовах нового шведського наступу негайно вдатися до реорганізації збройних сил Гетьманщини. Однак царські наміри викликали істотне хвилювання серед старшини. Восени 1705 р. до Мазепи приходив лист від Стародубського полковника Івана Чарниша з-під Гродна, де на зимівлі перебували Київський і Прилуцький полки. У ньому була копія царського указу, у якому вказувалося про відправку до Пруссії Київського і Прилуцького полків під командуванням Дмитра Горленка для навчання та реорганізації їх у регулярні драгунські полки. Згодом, прибувши до гетьманської ставки, цю інформацію підтвердив і сам Горленко [4, с. 103]. Почуваючи загрозу, гетьманське правління, попри наполягання царя, намагалося утримати більшість найманих полків в Україні та не допустити їх розпорощення по різних фронтах.

Саме наміри російського уряду здійснити реорганізацію козацького війська, підпорядкувавши його російській военній організації в 1707 р., були однією з головних причин, що призвела до переходу гетьмана Мазепи на бік Карла XII. На кінець 1708 р. реформа козацтва набула мало не апокрифічного характеру, міцно закріпившись в риторичному арсеналі мазепинців як один із найбільш убивчих і переконливих доказів порушення "старожитніх прав і вольностей" козацьких Москвою. Утім здійснювати в життя свої наміри царський уряд почав лише після Полтавської битви 1709 р. Поразка українсько-шведського війська призвела до ще більшої залежності збройних сил Гетьманщини від російського командування. Після 1709 р. козацьке військо було підпорядковане наступальній доктрині Російської імперії, що призвело до скорочення у 1726 р. найманців до трьох полків і перетворення їх з військової сили на поліцейську. Фактично у післямазепинський період Гетьманщина остаточно втратила шанс запровадити, якщо не модернізацію своєї армії, то, принаймні, вдатися до інноваційних заходів щодо існуючої воєнної моделі [5, с. 115–116]. Відтак козацька організація занепадала, що в подальшому призвело до втрати Україною державності у другій половині XVIII ст.

Таким чином, через падіння боєздатності реєстровців наприкінці XVII ст. перед гетьманською владою постало питання щодо необхідності реформування козацького війська. Згідно з задумом Мазепи, передбачалося змінити структури й чисельності козацького війська, скоротивши чисельність реєстровців та істотно збільшивши кількість найманців. Натомість плани Петра I на початку XVIII ст. передбачали впровадження умов регулярної служби і підпорядкованість козацьких полків командуванню імперської армії. Протиріччя поглядів гетьмана і царя на розвиток збройних сил Гетьманщини були однією з причин антимосковського виступу І. Мазепи у 1708 р. У післяполтавський період Гетьманщина втрачає шанс здійснювати самостійну модернізацію власного війська, підпорядковане наступальній доктрині Російської імперії воно поступово занепадає, а наприкінці XVIII ст. було остаточно ліквідовано.

Наук. керівн. Яценко В. Б.

Література: 1. Заруба В. Охотницьке (наймане) військо на Лівобережній Україні в останній чверті XVII ст. / В. Заруба // Записки наукового товариства ім. Т. Г. Шевченка. – 1993. – Т. 225 (CCXXV). – С. 232–257. 2. Сокирко О. Лицарі другого сорту. Наймане військо Лівобережної Гетьманщини 1669 – 1726 рр. : наукове видання / О. Сокирко. – К. : Темпора, 2006. – 280 с. 3. Востоков А. Посольство Шакловитого к Мазепе в 1688 г. / А. Востоков // Киевская старина. – 1890. – Т. XXIX. – С. 199–226. 4. Оглобин О. Гетьман Іван Мазепа та його доба / О. Оглобін ; редактор Любомир Випар ; упорядники Ігор Гирич, Алла Атаманенко. – 2-ге вид., доп. видання. – Нью-Йорк – Київ – Львів – Париж – Торонто, 2001. – 464 с. 5. Сокирко О. Козацьке військо під прицілом модернізації / О. Сокирко // СОЦІУМ. Альманах соціальної історії. – 2003. – Вип. 2. – С. 101–116. 6. Стороженко С. Збройні сили України від останньої третини XVII ст. до кінця XVIII ст. / С. Стороженко // УІЖ. – 1998. – № 1. – С. 87–93.

Студент 1 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ФАСТІВСЬКИЙ ПОЛКОВНИК СЕМЕН ПАЛІЙ

Анотація. Висвітлено біографію Семена Палія. Досліджено походження, військовий і політичний шлях козацького полковника у 1677 – 1710 рр.

Аннотация. Посвящено биографии Семена Палия. Исследовано происхождение, военный и политический путь казацкого полковника в 1677 – 1710 гг.

Annotation. The biography of Semen Paliy is presented. The lineage, military and political life trajectory of this Cossack colonel in 1677 – 1710 years are studied.

Ключові слова: козаки, король, полковник, гетьман, Правобережна Україна.

Кінець XVII століття є часом дуже багатим на появу низки постатей, яким судилося відіграти важливу роль в українській історії. Однією з таких постатей був провідник правобережної козащини Семен Палій. Його роль у козацькому повстанні 1702 – 1704 рр., стосунки і подальший конфлікт із гетьманом Іваном Мазепою неодноразово привертала до себе увагу дослідників, адже згадані сюжети є одними з ключових в історії України. Попри це істориків зазвичай цікавив не сам Палій, а ті події, до яких він був причетний. Тож біографія фастівського полковника містить чимало білих плям, а його життєвий шлях маловідомий пересічним громадянам. З огляду на це, у даній статті слід детальніше зупинитися на біографії Семена Палія, оскільки її дослідження сприятиме кращому розумінню його місця в українській історії на зламі XVII – XVIII ст.

Походив Палій із Борзни Ніжинського полку, що на Гетьманщині. Народився він десь на початку 40-х років XVII ст. у козацькій або заможній міщанській родині, у якій здобув непогану освіту [1]. Свою службу він розпочинає в Ніжинському полку Дорошенка. Пізніше, коли він овдовів та видав дочку заміж у 1677 р., йде на Запоріжжя. Там відзначається своїм військовим хистом та організаторськими здібностями. Проте після Бахчисарайської угоди 1681 р. Палій вирішує йти на службу до польського короля Яна III Собеського. Полковник відзначився під час Віденської виправи 1683 р. За хоробрість король надав Палієві полковництво у Фастові [2].

Осадницька діяльність полковника була плідною. До нього стікаються переселенці з Поділля, Волині, Полісся, Галичини, а насамперед, із Гетьманщини, здебільшого контингент невдоволених поволи зростаючою гетьманською владою. Невдовзі Фастів перетворюється на велелюдне місто, стараннями Палія територія його полку невпинно збільшується. Новоприбулі оселяються на неозорих просторах — від Дніпра до Случа й Дністра [2; 3].

Стосунки Палія з відданим королеві правобережним гетьманом Андрієм Могилою складаються не найкращим чином. Фастівський полковник демонстративно тримається незалежно щодо нього. У виступах проти татар приходять на допомогу лише тоді, коли це йому зручно. Чим успішніше проводить полковник колонізацію і популярнішим стає серед козаків, тим незалежніше й самостійніше почувається на Правобережжі. У 1687 – 1688 рр. за могутністю серед правобережних осадників він не має собі рівних. А коли у 1688 р. помирає гетьман Могила, Палій стає найпомітнішою постаттю на Правобережжі [2]. Дуже сильно полковнику додають популярності вдалі бойові виправи проти турків і татар, що здійснюються ним, починаючи від 1684 р. Розголос про них мав місце й при дворах Центральної і Західної Європи [1].

Доволі знаковим у житті Палія стає 1688 р. Відданий польській короні, він уперше намагається зблизитися з гетьманом Мазепою, а через нього — з московським царем. Проте, Вічний мир, укладений між Москвою та Варшавою у 1686 р., стає на перешкоді його планам. Тож не дивно, що перше прохання Палія про підданство від 1688 р. відхиляють. Московські урядовці доручають гетьманові Мазепі порадити полковнику перейти з козаками в Запоріжжя і через деякий час поселитися в Гетьманщині. Друге звернення в 1689 р. також виявляється безплідним. У Варшаві кроки полковника зустрічають доволі негативно. Через це в Немирові в жовтні 1689 р. комендант польського гарнізону заарештовує його, але за наказом короля польського Яна Собеського Палія звільняють на початку 1690 р. [2; 4, с. 166–167].

У 1690 р. Палій двічі виступає у похід проти татар. Наслідком цих походів було спустошення околиць турецької фортеці Кизикермен і знищення чималої кількості кримців. На початку 1691 р. полковник розгромив татарський загін під Очаковом [3]. Відразу ж після останнього походу в 1691 р. вибухає гострий конфлікт між Палієм і королівським комісаром Станіславом Дружкевичем. Козаць-

кий полковник звертається до московського царя, зазначаючи, що не бажає залишатися польським підданим, він погодиться визнати зверхність або царя, або татар. Однак і на цей аргумент з Москви надходить відповідь, що внаслідок союзного договору з Польщею Палію не може бути надано захисту з боку Москви [1].

Тим часом польські військові частини не наступали на Фастів. Ян Собеський шанував Палія як видатного полководця. Крім того, Палій був хитрим. Він надавав допомогу як польському війську, так і гетьманові Лівобережної України [2]. У стосунках з останнім Палій дотримується курсу на пошук порозуміння. На початку 1693 р. він пропонує Мазепі допомогу в боротьбі проти Петрика й татар. Утім невдовзі необхідність у цьому відпадає. У вересні 1693 р. Кримська, Бундзяцька й Ногайська орди знов нападають на Україну і загрожують Києву. Гетьман сам звертається до Палія за допомогою. У жорстких сутичках татар було розгромлено. Відтоді Москва регулярно надсилає платню козакам та полковнику, а Мазепа залучає козаків Правобережжя до вправ [1].

Тоді ж польський коронний гетьман Яблоновський жадає від козацького полковника підтримати польські операції під Кам'янцем і Сороками. Коли ж той не виконує наказу, Яблоновський у своєму листопадовому універсалі 1693 р. наказує козакам і жителям Фастова не коритися Палію, а затримати його як бунтівника. З цією метою до Фастова було спрямовано комісара Бальцера Вільгу. Постоявши під Фастовом, він відступає без усякої боротьби за наказом короля, який втручується у перебіг подій. У лютому повторюється операція, але поляки відходять до Полісся [2; 4, с. 174 – 175].

Згодом Палій укладає перемир'я з Вільгою та зближується з владними польськими колами. Полковник частіше бере участь у польських та важливих для Польщі походах [4]. Утім одночасно й догоджає Мазепі та московському цареві. У березні 1694 р. він разом із кількома лівобережними полками проводить операції проти Кизикермена, влітку — проти Очакова, а у вересні — проти бундзяцьких татар. Настає час, коли до Палія прихильно ставляться і у Варшаві, і у Москві [1].

До 1699 р. Палій зміцнює своє становище в Правобережній Україні. Він виганяє з маєтків Київського воеводства чимало шляхтичів, а залежні селяни стають козаками. Полковник поступово перетворюється на справжнього володаря великої частини Правобережжя [2]. Таке становище Палія аж ніяк не влаштує Мазепу, тож їхні взаємини дещо охолоджуються. І все ж до 1699 р. вони підтримують тісні стосунки [1].

Із смертю Яна Собеського співробітництво польської корони з козаками закінчується. Ще у 1695 р. шляхта примушує претендента на польську корону Августа Саксонського (1697 – 1733) пообіцяти скасувати козацький устрій на Правобережжі. У 1699 р. підписують Карловицький мирний договір, за яким Польща повертає собі фортецю Кам'янець і все Поділля. Улітку 1699 р. польський сейм ратифікує мирний договір з турками. Після виходу універсалу про скасування на Правобережжі козаччини до Фастова прибувають священники за дорученням католицького титулярного єпископа з вимогою до Палія залишити місто. Утім полковник наказує вигнати їх [3, с. 154]. Це призводить до ескалації збройного протистояння. У вересні 1700 р. регіментар Цієнський раптово йде на Фастів загоном чисельністю 4 тис. чоловік, однак зустрічає енергійний опір [2].

У серпні 1702 р. відбуваються воєнні операції під Богуславом, Корсунем і в інших місцевостях, що входили до полків Іскри й Самуся. Населення винищує польську шляхту. А восени Палій вступає на Білу Церкву, яку захоплює в листопаді 1702 р. [2]. У середині січня 1703 р. новий польський гетьман Адам Синявський організує похід проти повстанців. Удар спрямовує проти Брацлавського й Подільського воеводств. Під Ладжином назустріч полякам виступає полковник Абазин з двома тисячами козаків. Однак у жорсткій січі він гине [2].

Остаточно втративши надію на дієву підтримку з боку Мазепи, Палій повертається до своєї старої тактики: вдає, що шукає порозуміння з Річчю Посполитою, не поступаючись при цьому своїми позиціями на Правобережжі. Він поновлює розірвані повстанням зв'язки з королем і коронним гетьманом Любомирським. Протягом усього 1703 р. панує спокій [1].

Новий етап у боротьбі за Правобережну Україну розгортається у 1704 р. Уже в березні 1704 р. Петро I надіслав Палію нову ноту з вимогою передати Білу Церкву Польщі, а свої збройні сили підпорядкувати Августові II, погрожуючи введенням у противному разі гетьманських і російських військ на Правобережжі. У цей час пожвавлюються контакти полковника із Любомирським. Зближення фастівського полковника з польським коронним гетьманом породжує неабиякі підозри та незадоволення з боку Московського царя [2]. Утім й стосунки Мазепи та Палія були дуже напруженими, гетьман вбачає у Палії політичного опонента і прагне його позбутися [3, с. 155–156].

У середині червня 1704 р., використовуючи для дискредитації Палія в очах царського уряду зв'язки полковника з про шведські налаштованими вельможами Речі Посполитої і вперте небажання Палія їхати до Москви, гетьман заарештовує його 1 серпня під Бердичевом та позбавляє полковницьких регалій. Спершу колишнього полковника доправляють до Батурина, а у 1705 р. за наказом царя засилають до Сибіру, до Єлисейська, пізніше його відправляють до Томська.

Здавалося зірка фастівського полковника мала остаточно згаснути у сибірських снігах, але антимосковський виступ гетьмана Мазепи завадив такому розвитку подій. Наприкінці 1708 р. Петро I відправляє Семена Палія на Україну, щоб використати ім'я та авторитет козацького героя у війні проти Мазепи. Під час Полтавської битви 1709 р. Семен Палій перебував у війську разом з козаками гетьмана Івана Скоропадського. У вересні 1709 р. йому повертають уряд білоцерківського полковника. Він знов завзято виганяє з навколишніх земель шляхту і намагається піднести правобережне козацтво, але політична роль Палія доходила свого кінця. У січні 1710 р. він помирає на



Правобережжі, помирає досить своєчасно, щоб не побачити, як роком пізніше, у 1711 р., виплекане ним правобережне козацтво буде фактично знищене Петром I, а саме Правобережжя знов повернуто Речі Посполитій.

Наук. керівн. Яценко В. Б.

Література: 1. Оглоблин О. Гетьман Іван Мазепа та його доба / Олександр Оглоблин ; редактор Любомир Винар ; упорядники Ігор Гирич, Алла Атаманенко. — 2-ге вид., доп. — Нью-Йорк — Київ — Львів — Париж — Торонто, 2001. — 464 с. — Режим доступу : <http://litopys.org.ua/>. 2. Крупницький Б. Гетьман Мазепа та його доба / Борис Крупницький — К. : Україна, 2003. — 240 с. — Режим доступу : <http://www.mazepa.name/hetman-mazepa-ta-yoho-doba/>. 3. Дядиченко В. А. З історії боротьби правобережного козацтва проти шляхетської Польщі (1690 – 1699 рр.) / В. А. Дядиченко // Наукові записки Інституту історії і археології України АН УРСР. — 1946. — Кн. 2 — С. 166–178. 4. Таирова-Яковлева Т. Г. Мазепа / Т. Г. Таирова-Яковлева. — М. : Молодая гвардия, 2007. — 321 с.

Гахова Н. І.

УДК 94(477) "16":929 Грек

Студент 1 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ДАНИЛО ГРЕК – МАЛОВІДОМИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ДИПЛОМАТ ДОБИ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

Анотація. Присвячено статті маловідомого дипломата Гетьманщини Данила Грека. Висвітлено обставини переходу Д. Грека на службу до гетьмана Б. Хмельницького та його роль у дипломатичних взаєминах гетьманів Б. Хмельницького та І. Виговського зі шведами у 1654 – 1658 рр.

Аннотация. Посвящена личности малоизвестного дипломата Гетманщины Даниила Грека. Освещено обстоятельства перехода Д. Грека на службу к гетману Б. Хмельницкому и его роль в дипломатических контактах гетманов Б. Хмельницкого и И. Выговского со шведами в 1654 – 1658 гг.

Annotation. The article is devoted to Danila Grek, a little-known Getmanate's diplomat. The cases of Grek's entering into service to hetman Bohdan Khmelnytsky and Grek's role in the diplomatic relations between Ukrainian hetmans and Swedes in the years 1654 – 1658 are studied.

Ключові слова: козаки, поляки, шведи, московіти, гетьман, посланець, король.

Історія України має чимало видатних постатей, які активно в різні часи прагнули підтримати прагнення керманичів української нації у їхній боротьбі за державність. Особливо багатою на таких діячів є доба козацької революції 1648 – 1657 рр. Плеяда соратників Великого гетьмана презентована такими іменами, як Іван Виговський, Станіслав-Михайло Кричевський, Данило та Іван Нечаї, Іван Богун, Силуян Мужилівський та багато інших славетних генеральних старшин полковників і сотників. Однак попри велику увагу істориків і громадськості до постатей бурхливої Хмельниччини далеко не всі діячі Гетьманщини середини XVII ст. є добре нам відомими. Однією з таких маловідомих постатей є дипломат Богдана Хмельницького при шведському дворі Данило Грек. Висвітленню його життєвого шляху і буде присвячено нашу статтю.

Отже, Данило Грек, він же Данило Камаугер, або Данило Олівеберг, або Олівеберг де Грекані, був державним діячем та дипломатом Гетьманщини доби Богдана Хмельницького. На жаль, нам не відомі, навіть приблизно, дати його народження та смерті. Достеменно відомо, що він був ієромонахом, за походженням греком з Атен [1, с. 243; 2, с. 443]. У літературі зустрічається дві версії щодо появи Данила Грека в Україні. Згідно з першою, він прибув в Україну в 1654 р. разом з антіохійським патріархом Макарієм. Згідно з другою – прибув в Україну як посол шведської королеви Христини [1, с. 243; 2, с. 446]. Сталося це на весні 1654 р. Вочевидь тоді ж він поступив на службу до гетьмана Хмельницького, віддавши, за висловом українського історика Панаса Феденка, "свої

© Гахова Н. І., 2010

знання зв'язки й безперечний дипломатичний хист на службу новоствореній українській державі й служив гетьманові Хмельницькому не тільки за гроші, але й ідейно" [2, с. 443].

Варто зазначити, що саме такі люди, як Д. Грек, і були потрібні Гетьманщині на той час. Колишній польський підканцлер Геронім Радзейовські, що виємігрував до Швеції й підмовляв шведів воювати Річ Посполиту, ще в 1652 році в листі до Хмельницького радив йому надіслати власного грецькомовного представника до шведської королеви [2, с. 451]. Саме Д. Греку і судилося зіграти роль представника Козацької держави при шведському дворі.

У червні 1654 р. Грек разом з іншим своїм одноплемінником Іваном Тафрالی був відправлений гетьманом Хмельницьким до шведської королеви з дорученням домогтися якомога швидшої інтервенції шведів проти Варшави. Це посольство доводить, що, перейшовши під московський протекторат, гетьман не припиняв шукати союзників у боротьбі з Річчю Посполитою. Здійснивши свою місію, посли на початку 1655 р. повернулися на Україну [2, с. 446–450]. У 1655 р. Д. Грек уже був знаний у Варшаві за козацького зв'язкового з Швецією. У березні 1655 р. король Ян II Казимір віддав розпорядження, щоб при проїзді Д. Грека через Литву таємно схопити його [2, с. 450]. Як видно, служба козацького дипломата була вкрай небезпечною. Москва також неприхильно ставилася до зносин гетьмана Хмельницького зі Швецією і усіляко намагалася перешкоджати їм. Винахідливий дипломат, повертаючись зі Швеції до гетьмана у 1655 р., аби мати можливість вільно переміщуватися Московією, видавав себе за посланця Радзейовського до царя.

Нове відрядження до шведів Д. Грек дістав від гетьмана вже у жовтні 1655 р. і вирушив до Карла X Густава, який на той час вже воював у Речі Посполитій [3, с. 254] з-під Львова. Гетьманського посланця супроводжувало 3 тисячі козаків, із якими він дорогою примудрився полонити князя Чарторийського з родиною [1, с. 245]. Становище гетьманського уряду було досить незручне через те, що Москва, допомагаючи козакам у боротьбі проти Польщі, вважала здобуті спільними силами західноукраїнські території за свої. Невдоволений цим, Хмельницький тому й не брав міст у Галичині, щоб не допустити туди московських залог. Про це гетьман сповіщає Шведського короля через Данила в інструкції, писаній зі Львова 8 жовтня 1655 року. Гетьман також повідомляв королю, що він волів би прийняти шведську протекцію і радив йому призначити віце-королем Польщі Г. Радзейовського [2, с. 449]. Однак місія Данила не була успішною, король не поспішав надсилати своїх дипломатів до гетьмана [2, с. 450].

Служачи Гетьманщині, Данило Грек залишався у серці також і грецьким патріотом, змушений у листопаді – грудні 1655 р. перебувати при дворі шведського короля він у своєму листі до Карла X від 12.XI.1655 р. виклав великий план коаліції проти турків у складі України, Швеції, Московщини, Венеції, Англії, Австрії. Це було зроблено для того, щоб захопити Морею (Пелопоннес) і для проведення агітації в Персії. Варто зазначити, що у згаданому плані в центрі Данилової уваги перебували українські козаки, що "не можуть жити без війни" і участь яких для успіху плану була вкрай необхідною [1, с. 247; 2, с. 445].

Наприкінці грудня 1655 р. шведський король відпустив козацького дипломата в Україну, повідомивши через нього гетьмана, що не потребує козацької допомоги у війні з Польщею. Втім невдачі у війні збили пиху з шведського володаря, навесні 1656 р. він мусив відновити контакти з козаками, інтереси яких знову ж таки представляв Д. Грек. Уже у серпні 1656 р. він передав королеві пропозицію Хмельницького про надання військової допомоги у розмірі 10 тисяч осіб і гетьманську вимогу укласти союзну угоду [2, с. 453]. Грек представляв козацькі інтереси й при трансільванському дворі, ведучи переговори з Дьєрдем Ракочі про укладання союзу проти Речі Посполитої. Ділові якості козацького дипломата були відзначені шведським монархом, який наприкінці 1656 р. зажадав від своїх представників при Хмельницькому, щоб гетьман дозволив Грекові їхати з листами від Карла X до господарів Молдавії та Валахії. Проводячи переговори із шведами, восени 1656 р. Данило докладав чималих зусиль, щоб домогтися визнання права козацької держави на Руське і Белзьке воєводство. Дуже опікуючись інтересами Гетьманщини, козацький дипломат щодо питань територіальних прирощень йшов навіть далі гетьманських інструкцій і вимагав із власної ініціативи уступки для України Кракова [1, с. 248–249; 2, с. 454]. Аби підштовхнути шведів до укладання угоди з Гетьманщиною, дипломат на власний розсуд запевняв їх, що Україна розірве союз із Московією. Ця ініціатива не знаходила підтримки в Чигирині, викликаючи невдоволення в гетьмана Хмельницького та генерального писаря Івана Виговського [3, с. 455–456].

У 1657 р. Данило Грек через любовну пригоду облишив черенцтво і перейшов на дипломатичну службу до шведів. У новому амплуа він був шведським резидентом в Молдавії [2, с. 456], однак і на шведській службі Данило Олівеберг, так тепер звали Данила Грека, продовжував опікуватися відносинами між Швецією і Гетьманщиною, виявляючи свою прихильність до козаків під час переговорів. У 1657 р. він часто бував у Чигирині, брав участь у козацько-шведських переговорах, користувався повагою в гетьмана і писаря та викликав невдоволення в інших шведських дипломатів [2, с. 456].

Як представник шведського короля Данило Олівеберг перебував у Чигирині в 1657 – на початку 1658 рр. У 1659 р. він знов перейшов на службу Гетьманщині і перебував при гетьмані Івані Виговському як "військовий секретар". У червні 1659 р. він був нобілітований за поданням гетьмана разом з іншими "значними" представниками Війська Запорозького з боку уряду Речі Посполитої. Після цього інформація про цього козацького дипломата губиться. Один із біографів Данила Грека,



згаданий вище Панас Феденко, зазначав з цього приводу [2, с. 468], що мабуть "на Україні, й полігдесь Данило Грек у громадянській війні, подібно до другого прихильника шведської орієнтації у Війську Запорозькім – Юрія Немирича".

Наук. керієн. Яценко В. Б.

Література: 1. Крип'якевич І. Данило Олівеберг де Грекані. Дипломат часів Хмельниччини / І. Крип'якевич // До 400-річчя від дня народження великого гетьмана : зб. наук. праць. – К. 1995. – С. 243–251. 2. Феденко П. З дипломатичної діяльності Данила Грека (причинок до зносин Б. Хмельницького зі Шведами) / П. Феденко // Праці Українського високого педагогічного інституту ім. Михайла Драгоманова у Празі: науковий збірник. – 1929. – Т. II. – С. 441–468. 3. Владимирський-Буданов М. О взаємовідносинах Богдана Хмельницького із Швецією у 1655 – 1657 рр. / М. Владимирський-Буданов // До 400-річчя від дня народження великого гетьмана : зб. наук. праць. – К. 1995. – С. 253–264.

Заєць О. О.

УДК 94(477)

Студент 1 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ОЦІНКИ ПОСТАТІ ГЕТЬМАНА ІВАНА МАЗЕПИ В НАУКОВІЙ СПАДЩИНІ МИХАЙЛА ГРУШЕВСЬКОГО

Анотація. Проаналізовано зображення постаті Івана Мазепи на сторінках праць Михайла Грушевського, а також як змінювалися протягом життя історика його підходи до оцінки гетьмана Івана Мазепи.

Аннотация. Анализируется образ гетмана Ивана Мазепы в научных работах Михайла Грушевского, а также как в течении жизни историка изменялись его оценки деятельности гетмана Ивана Мазепы.

Annotation. The image of Ivan Mazepa in the works of Mykhailo Hrushevsky are analyzed and also changes in the evaluations of hetman Mazepa during Hrushevsky's life are suggested.

Ключові слова: історик, гетьман, Москва, старшина, меценатство.

Протягом свого плідного наукового життя Михайло Грушевський не раз звертався до постаті гетьмана Івана Мазепи. Хоча науковець і не присвятив гетьманові, на відміну від іншого знаного історика Миколи Костомарова, спеціальної монографії, однак свої оцінки постаті та діяльності гетьмана він доволі чітко зазначив у таких працях, як "Очерк истории украинского народа" (1904), "Шведсько-український союз 1708 р." (1909), "Виговський і Мазепа" (1909), рецензії на монографію Федіра Уманця (1898), відгуку-рецензії під заголовком "Ветхий прах" на статтю професора Юліана Кулаковського (1915) та "Ілюстрованій Історії України", яка була видана вперше у 1911 р. і перевидана у 1920. Варто зазначити, що будучи учнем Володимира Антоновича, одного з провідних істориків "народницького" напрямку в історіографії, М. Грушевський цілковито пройнявся "народницьким" баченням української історії і до кінця життя працював у цій парадигмі. Це доволі сильно позначилося на тих оцінках й підходах, які історик застосував до постаті гетьмана Мазепи.

Саме цим можна пояснити негативну оцінку Грушевським до здійснюваної Мазепою соціальної політики. Наголошуючи, що вона була прямим продовженням державотворчої діяльності Івана Самойловича, дослідник дорікав гетьманові за те, що він опікувався створенням в Гетьманщині аристократичної верстви, зміцнював фіскальну політику, заходився над збільшенням найманих загонів і жорстоко придушував виступи невдоволення рядового козацтва і поспільства проти старшини та гетьманської влади [1, с. 370–371]. Саме у проведенні вкрай непопулярної серед населення Гетьманщини внутрішньої політики історик вбачав одну з головних причин того, що більшість з мешканців України не підтримала його після переходу гетьмана Мазепи на бік шведського короля Карла XII у 1708 р. [2].

Даючи власну оцінку політичним поглядам гетьмана Івана Мазепи, історик дивився на них крізь призму автономізму, адже, на думку вченого, на зламі XVII – XVIII століть то був "камінь спо-

© Заєць О. О., 2010



тикання", загальноукраїнська ідея [3, с. 417–428]. Входячи до кола автономістів, на погляд Михайла Грушевського, Мазепа мусив реагувати на обмеження Москвою автономних прав Гетьманщини, адже на нього тиснула старшина, представники якої відверто казали гетьманові: "очі всіх на тя уповають і не дай Боже на тебе смерті, а як зістанемося в такій неволі, то й кури нас загребуть", "як ми за душу Хмельницького завжди Бога молимо, так навпаки ми і діти наші во вічні роди будемо душу і кості твої проклинати, коли нас за гетьманства свого в такій неволі зіставиш" [4, с. 127]. За цих обставин, як зазначає історик, старий гетьман мусив сам очолити невдоволених або відмовитися від владних амбіцій і поступитись своїм урядом на користь іншого. У 1909 р. у своїй статті "Виговський і Мазепа", що була надрукована в "Літературно-науковому віснику" дослідник висловився з цього приводу таким чином: "Чи був Мазепа щирим автономістом, який тільки під натиском обставин вислужувався централістичній політиці Петра, чи був тільки кар'єристом, що не журився власними принципами, жив за вітром — все одно. Приглушені, але не вбиті автономічні змагання неминуче мусили вибухнути. Старому гетьманові, коли навіть самому не дуже були близькі ті автономічні змагання, треба було сильно призадуматися, яке становище йому зайняти в такій критичній момент, щоб не зістатись за дверима автономічного руху" [3, с. 94–95].

У різний час Михайло Грушевський по-різному оцінював меценатську діяльність гетьмана. У своїх ранніх працях "Очерк истории украинского народа" 1904 р. вчений вважав вияви гетьманом меценатства, позірним з боку гетьмана "Ляха", до якого народ ставився байдуже [5, с. 454–455]. Згодом в "Ілюстрованій історії України" Грушевський висловив думку, що "без сумніву, духовенство, старшина і вся так сказати тодішня українська інтелігенція славила такого щедрого і гоїного гетьмана, і як би не пізніше нещастя, він зістався в пам'яті українській, як незабутній протектор українського духовного і культурного життя. Без сумніву, ці пам'ятки робили сильне враження й на маси народні" [1, с. 368]. Таким чином з часом Грушевський починає переглядати свої висновки щодо Мазепи після періоду своєї активної політичної діяльності.

Окрему увагу у своїх роздумах щодо гетьмана Мазепи М. Грушевський приділяв взаєминам Мазепи з Петром І. У працях, написаних на початку ХХ ст., дослідник, подібно до інших істориків, вважає Івана Мазепу завзятим прихильником промосковської орієнтації і відданим слугою Петра І. Утім саме петровська політика посиленого визиску Гетьманщини, порушення її автономних прав призвели, на думку історика, до розриву з царем і переходу старого гетьмана на бік Карла XII [3, с. 90–91]. В "Ілюстрованій історії України" дослідник припускає: "...що як трапиться якась користина комбінація з Україною, то не пожалує Петро ані Мазепиних гетьманських заслуг, ані його вірності" [3, с. 376]. Оцінюючи сам пасаж, пов'язаний з переходом гетьмана на бік шведського короля, науковець справедливо наголошує на його спонтанності. На думку автора, "Мазепа до останньої хвилини мостив містки на обидва боки, не мав ніяких далекоглядних планів і як би не висилка до нього Меншикова, хто знає чи й відваживсь би йти до шведів" [6, с. 21–22].

Доволі важливим є той факт, що вчинок гетьмана науковець трактував як цілком логічний, зроблений відповідно до політичного курсу, здійснюваного ще засновником Гетьманщини Богданом Хмельницьким. З цього приводу Грушевський зазначав на сторінках своєї праці ("Очерки истории украинского народа"): "Саме по собі це поступування Мазепи і його однодумців не представляло собою нічого надзвичайного, нічого нового. Це була тільки одна зі спроб знайти опору в якій-небудь зовнішній потузі, щоб звільнитися від московського централізму. Швеція була в числі тих держав, на яку Україна пробувала опертися ще при Хмельницькому, і тільки через перерви в тій політиці – тридцятилітній лояльності української старшини, поступування Мазепи та його товаришів виявилось чимось особливим" [7, с. 292].

Підводячи підсумки, зазначимо, що засуджуючи каральні заходи царського уряду проти мазепинців, М. Грушевський висловлює прихильність до постаті гетьмана вкрай стримано. Тільки згодом, побувавши біля керма державної влади і не втримавши корабель державності УНР у революційному штормі, Грушевський починає усвідомлювати усю складність правління, розуміє стан гетьмана та все одно ставиться до нього прохолодно, як до будівничого аристократичної держави. Він не виправдовує його довгої співпраці з Москвою, відкритий перехід на бік шведів пояснює низкою обставин внутрішнього і зовнішньополітичного характеру, які тиснули на гетьмана, і лише діяльність Мазепи на ниві розбудови і піднесення української культури викликає в науковця справжнє захоплення. Тож для Грушевського гетьман Іван Мазепа – це, насамперед, поважний меценат, а вже потім будівничий держави, держави аристократичної, яку історик як представник "народницької історіографії" сприймав украй прохолодно.

Наук. керівн. Яценко В. Б.

Література: 1. Грушевський М. Ілюстрована історія України / М. Грушевський – К., 1990. – 736 с. 2. Грушевський М. Ветхий прах / М. Грушевський // Записки наукового товариства ім. Т. Г. Шевченка. – 1997. – Т. 233 (СХХХІІІ). – С. 466–467. 3. Грушевський М. Виговський і Мазепа / М. Грушевський // Вивід прав України. – Львів : МП Слово, 1991. – С. 89–98. 4. Грушевський М. Шведсько-український союз 1708 р. // Грушевський М. Твори. Історичні студії та розвідки (1906–1916). – Львів : Світ, 2007. – Т. 8. – С. 123–134. 5. Жуковський А. Гетьман Іван Мазепа в оцінці Михайла Грушевського / А. Жуковський // Записки наукового товариства ім. Т. Г. Шевченка. – 1997. – Т. 233 (СХХХІІІ), – С. 452–461. 6. Грушевський М. Ф. М. Уманець. Гетьман Мазепа, историческая монография. / М. Грушевський. – СПб., 1897. – С. 1+455+III // Записки наукового товариства ім. Т. Г. Шевченка. – 1898. – Т. ХХІ. – С. 20–23. 7. Грушевський М. Очерки истории украинского народа / М. Грушевський. – К. : Либідь, 1991. — 544 с.

Студент 2 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ВЗАЄМИНИ ГЕТЬМАНА ІВАНА МАЗЕПИ ТА ЗАПОРІЗЬКОЇ СІЧІ

Анотація. Розглянуто проблему взаємовідносин Війська Запорізького низового та Московської держави. Зазначено роль у них гетьмана Івана Мазепи та проаналізовано кроки, зроблені цією суперечливою історичною постаттю на шляху становлення окремої самостійної держави України.

Аннотация. Рассматривается проблема взаимоотношений Войска Запорожского низового и Московской державы. Отмечена роль в них гетьмана Ивана Мазепы и проанализированы шаги, осуществленные этой противоречивой исторической фигурой на пути становления отдельного независимого государства Украины.

Annotation. The problem of relations between Zaporozhian Sech and Moscow are analyzed. The role of hetman Ivan Mazepa in it is considered and the steps he has made on the way of building the separate and independent state Ukraine are mentioned.

Ключові слова: антимосковський виступ, кошовий отаман, політична ситуація, реєстрове козацтво, протекторат, мілітарний потенціал.

У березні 2009 р. виповнилася 300-та річниця антимосковського виступу Костя Гордієнка, на той час кошового отамана Запорізької Січі, на підтримку Карла XII та Івана Мазепи. Разом із тим попередні відносини Гордієнка з останнім аж ніяк не можна окреслити як однозначні. Навпаки, відносини Війська Запорізького низового та гетьмана Мазепи містять у собі низку суперечностей і білих плям (наприклад, чи були причиною ворожнечі між гетьманом Мазепою та кошовим Гордієнком лише політичні, а не особистісні аспекти; що призвело до підтримки запорожцями антимосковського виступу Івана Мазепи у 1709 р. тощо). Висвітленню цих питань і буде присвячено це дослідження.

Насамперед, варто зазначити, що саме взаємини Коша та гетьманського уряду були одним з основних чинників, що впливали на розвиток української державності у другій половині XVII ст., то стабілізуючи, то розхитуючи політичну ситуацію у суспільстві. Протистояння між Гетьманатом і Військом Запорізьким низовим виникло і розвивалося ще задовго до початку гетьманства Мазепи. Першим його проявом ще за козацької революції був антигетьманський виступ взимку 1650 р., на чолі із козаком домонтовської сотні черкаського полку Яковом Худолієм. Незадовго до смерті гетьмана Б. Хмельницького у 1657 р. на Запоріжжі знову почалися заворушення, що проходили під гаслами побиття гетьмана і старшини за те, що ті присвоювали собі значну частину грошових поборів із населення, залишаючи запорожцям лише незначну їх частку. Окрім декларованих соціальних мотивів, обидва виступи мали і політичну складову: запорожці прагнуло поширити свою владу на всю територію Гетьманщини, повернувши собі роль провідної політичної сили українського суспільства [1, с. 35 – 36], якою вони були до 1648 р.

Після смерті гетьмана Хмельницького січовики на чолі із кошовим Яковом Барабашем виступили проти нового гетьмана Івана Виговського. До них приєдналася також частина реєстрового козацтва на чолі з полтавським полковником Мартином Пушкарем. У травні 1658 р. гетьман І. Виговський жорстоко придушив цей заколот, але ціна перемоги була занадто високою: залучивши до каральної операції кримських татар, І. Виговський втратив значну кількість своїх прихильників і мусив згодом поступитися булавою [1, с. 37].

Апогеєм впливу Коша на перебіг політичних подій у Гетьманщині за доби Руїни (60 – 80-ті рр. XVII ст.) можна назвати події "Чорної ради" у Ніжині 1663 р., у результаті якої гетьманом було обрано ставленника московського уряду, кошового отамана Низового Війська Івана Брюховецького [1, с. 40].

Укладання Андрусівського миру 1667 р. між Московською державою та Річчю Посполитою Обох Народів, який знаменував собою припинення Польсько-московської війни 1654 – 1667 рр. шляхом розподілу українських земель між двома державами, поглиблювало відокремлення Коша від Гетьманщини [1, с. 41]. У 1668 р. Військо Запорізьке низове стало джерелом нових заворушень. Повстання проти царського уряду на Слобідській Україні очолив кошовий Іван Сірко. Згодом, спираючись на запорожців, він намагався висунути свою кандидатуру на посаду гетьмана на противагу Івану Самойловичу в 1672 р., втім, як зазначає сучасний український історик Віктор Горобець, це

було швидше змагання лідерських амбіцій славетного кошового, а не вияв політичних претензій Коша на владу.

Будучи протягом усієї другої половини XVII ст. подразнювачем спокою в Гетьманщині, Низове Військо дуже успішно користувалося своїм прикордонним статусом, вдало граючи на протистоянні Москви і Варшави. Це, звісно, не могло не бентежити царський уряд. В останній чверті XVII ст. московські урядовці докладали чималих зусиль для встановлення одноосібного протекторату над Запоріжжям. Здійснити це царському урядові вдалося шляхом укладання між Москвою і Річчю Посполитою у 1686 р. "Вічного миру" [2]. Згідно з текстом цієї угоди Запорізькому Кошу заборонялося здійснювати політичні контакти з Річчю Посполитою та Кримським ханством. Більше того, московські урядовці прагнули налагодити систему нагляду за Січчю через побудову низки фортець (Новобогородицька у 1688 р. та Новосергіївська у 1689 р.) тощо [2].

Варто зазначити, що невдовзі після укладання "Вічного миру" обов'язки, пов'язані із наглядом за січовими братчиками та стримуванням їх політичної активності, царський уряд поклав на гетьмана І. Мазепу. Останній бачив у побудові фортець ефективний засіб аби встановити свою владу над Запоріжжям. Запорукою міцної та потужної держави, якою він хотів бачити Гетьманщину, мала стати централізованість і приборкання бунтівних настроїв, якими так славилася Січ. Натомість запорожці вбачали у договорі утиски своїх "прав та вольностей", що непокоїло їх і спонукало до дій у відповідь.

Розбіжності у поглядах на майбутнє між гетьманом та Низовим Військом спричинили до конфронтації. Січ швидко перетворилася на вогнище соціально-політичної опозиції гетьманській владі, охоче приймаючи до себе всіх невдоволених політикою царя та гетьмана [1, с. 41]. Уже наприкінці Кіш жадав знищення зведених на його території фортець, але не отримав на це ані дозволу царя, ані підтримки в короля Речі Посполитої Яна III Собеського, до якого запорожці зверталися за допомогою з цього питання у 1688 і 1689 роках [2]. За цих обставин у 1689 – 1691 рр. Запоріжжя всерйоз розглядало можливість союзу з Портою як один із засобів позбутися нав'язливої опіки Московської держави [2]. Бунтівні настрої Січі знайшли вихід у повстанні самопроголошеного гетьмана Петрика (Петра Іваненка) у 1692 р. Утім останнє, попри часткову підтримку Коша, швидко втратило свою силу і згасло.

Певне порозуміння у взаєминах гетьмана, Москви та Запоріжжя, яке настало у другій половині 90-х рр. XVII ст., було пов'язане з активізацією війни з османами. У 1695 – 1696 рр. Січ активно брала участь в Азовсько-Дніпровських кампаніях на боці Московії, пильнуючи при цьому збереження своїх вольностей. У 1700 р. між Оттоманською Портою та Московським царством було укладено Константинопольський мир, положення якого такі, як: розмежування кордонів, створення буферних зон на кордонах обох держав, установа контролю над активністю прикордонних спільнот, наперед запорожців і кримських татар, містили безпосередню загрозу "правам та вольностям" низового козацтва. Тож не дивно, що невдовзі після укладання мирної угоди взаємнини Низового Війська із Гетьманщиною та Московією знову загострилися.

У 1700 р. Московія в союзі з Данією та Річчю Посполитою Обоих Народів розпочала Північну війну (1700 – 1721 р.) проти шведів. Початок бойових дій призвів до посиленого визиску мілітарного потенціалу запорожців і козацького війська Гетьманщини. Важкі умови, в яких козакам доводилося воювати на території Прибалтики та Литви, і намагання царського уряду зміцнити свій контроль над Запоріжжям посилювали антимосковські настрої на Січі. Не в останню чергу цьому сприяло будівництво на території Вольностей Війська Запорізького низового нової московської фортеці у Кам'яному Затоні, яке тривало з 1701 по 1703 роки.

Першим серйозним проявом невдоволення січовиків політикою Петра I стала підтримка Запоріжжям антимосковського виступу Війська Донського на чолі із отаманом Кіндратом Булавіним у 1707 – 1708 рр. Зазначимо, хоча офіційно Кіш участі у виступі не брав кількість запорожців, які добровільно приєдналися до К. Булавіна, обраховувалася сотнями [2].

Вступ Карл XII у 1708 р. на територію Гетьманщини та приєднання до нього Мазепи не було на Запоріжжі не поміченим. Більш того, в очах гетьмана, його шведських союзників, а також в очах уряду Петра I політична вага Низового Війська істотно зросла. Це й не дивно, адже Січ, яка на той час контролювала шляхи до Криму та Порти і мала у своєму розпорядженні боєздатне 10-тисячне військо, могла б стати чималою допомогою у війні для будь-якої зі сторін. Тому і Мазепа, і Петро I протягом зими 1708 – 1709 рр. активно намагалися схилити запорожців на свій бік [2].

Утім Кіш тривалий час займав вичікувальну позицію. Лише після того, як чергова спроба порозумітися з царем на початку 1709 р. зазнала невдачі (однією з вимог Січі було знищити московські фортеці в землях Війська Запорізького низового, на що Петро I аж ніяк не міг погодитися), запорожці стали на бік Мазепи і Карла XII. Очолив повстання Кость Гордієнко, кошовий отаман, відомий своєю антимосковською позицією. Він зрозумів та підтримав ідею Мазепи зі створення вільної, самостійної Козацької держави [3, с. 151].

Хоча у полум'ї битв 1709 р. оманлива фортуна відвернулася від козаків. 14 травня 1709 р. московські каральні загони полковника Петра Яковлева після запеклого бою здобули та вщент зруйнували Січ, а 28 червня 1708 р. відбулася Полтавська битва, яка завершилася поразкою військ Карла XII та Мазепи й остаточно поховала державотворчі плани старого гетьмана. Розбиті шведські полки відступили до Дніпра, де саме зусиллями запорожців К. Гордієнка було організовано переправу через Дніпро шведського короля та українського гетьмана з найближчим поштом. Урятувавши у такий спосіб від московського полону владних осіб, січовики супроводжували решти розбитої



армії до османських володінь, де разом з іншими й знайшли порятунком, до останнього зберігаючи вірність старому гетьманові [3, с. 154].

Наук. керівн. Яценко В. Б.

Література: 1. Горобець В. М. Запорозький Кіш у політичній структурі козацької України (друга половина XVII — початок XVIII ст.) / В. М. Горобець // Запорозьке козацтво в історії, культурі та національній самосвідомості : матеріали міжнародної наукової конференції. – К. : Запоріжжя, 1997. 2. Яценко В. Б. Взаємовідносини Московської держави та Війська Запорізького низового в контексті інтеграційних перетворень в кінці XVII на початку XVIII ст. [Електронний ресурс] / В. Б. Яценко. – Режим доступу : <http://www.ukrtetga.com.ua/chronology/8/jatcenko.htm/>. 3. Апанович О. Кошовий отаман Війська Запорізького Кость Гордієнко та гетьман України Іван Мазепа – шлях до єднання / О. Апанович // Хроніка 2000. – 1999. – Вип. 31 – 32. – С. 143–155.

Дранкіна А. В.

УДК 336.748.12(477)

Студент 1 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ІНФЛЯЦІЯ В УКРАЇНІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНФЛЯЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Анотація. Визначено поняття "інфляції" та сучасні тенденції інфляційних процесів в Україні.

Аннотация. Определено понятие "инфляция" и современные тенденции инфляционных процессов в Украине.

Annotation. The notion "inflation" and modern tendencies of inflation processes in Ukraine are considered.

Ключові слова: інфляція, гроші, зростання цін, реальна заробітна плата.

Інфляція – це зростання загального рівня цін упродовж певного періоду часу, що супроводжується знеціненням національної грошової одиниці. Тисячі років вартість товарів вимірювалася вартістю золота, яким здійснювалися всі платежі. Протягом усього цього часу ціни мали тенденцію на зниження, а гроші, навпаки, – до подорожчання. Цей факт дуже просто пояснюється у класичній та марксистській економічній теорії, згідно з якими товари мають внутрішню вартість, котра за наявності грошей вимірюється через вартість одиниці благородного металу. Оскільки у золотодобувній промисловості продуктивність праці зростає повільніше, ніж у більшості інших галузей, вартість одиниці грошового металу, якщо і зменшувалася з часом, то повільніше ніж здешевлювали будь-які інші, особливо промислові, товари. На рубежі XIX – XX століть сталися кардинальні зміни: кількість накопиченого золота разом з усіма іншими благородними металами, що могли використовуватися в ролі грошей, назавжди відстала від чисельності всіх інших товарів; золоте забезпечення грошей стало спочатку умовним, а згодом і взагалі зникло з історичної арени, не зменшивши при цьому ролі грошей як засобу платежу в товарообміні. Гроші стали зовсім іншими не за формою, а за змістом.

Інфляція – це стан економіки, який у певних аспектах корисніший для неї, ніж загальне зниження цін. Навіть негативні сторони інфляції можна розглядати як певною мірою корисні для економіки. Так, прямим наслідком інфляції є здешевлення заощаджень, однак це змушує їх власників не тримати гроші в домашніх схованках, а вкладати їх у фінансову систему, що дозволяє використовувати ці кошти як інвестиційні ресурси.

Стосовно України, протягом 2009 року спостерігається стійка тенденція гальмування інфляційних процесів (з 122,3% до 112,3%), що було зумовлено стриманим зовнішнім і внутрішнім попитом.

Показник цінового індексу на споживчому ринку є наслідком поширення світової фінансової кризи та, особливо, девальваційних тенденцій на вітчизняному валютному ринку наприкінці 2008 року. Потужним каталізатором зростання став "ефект переносу" валютного курсу на внутрішні ціни і більшою мірою на імпортні товари (питома вага імпортової складової у споживчому кошику розрахунково становить більш ніж 30%). Через підвищену еластичність за обмінним курсом ефект переносу виявився найбільш вагомим у формуванні цінової динаміки. Крім того, ступінь впливу динаміки обмінного курсу на індекс споживчих цін посилюється інфляційними очікуваннями населення.

На початку 2010 року в Україні спостерігається найвища інфляція серед країн СНД. За перші два місяці 2010 року рівень інфляції в Україні щодо відповідного періоду 2009 року склав 11,3%. У

© Дранкіна А. В., 2010

середньому ж по країнах Співдружності цей показник становить 8 %. Найвища інфляція після України зафіксована у Вірменії (8,2 %), в Росії (7,6 %), в Казахстані (7,4 %), в Білорусі (6,2 %), в Таджикистані (5,4 %) і в Молдові (4,4 %) [1].

У наш час інфляція – один із найбільш хворобливих і небезпечних процесів, що негативно впливає на фінанси, грошову й економічну систему загалом. Інфляція означає не тільки зниження купівельної спроможності грошей, вона підриває можливості господарського регулювання, підриває зусилля з проведення структурних перетворень, відновлення порушених пропорцій. За своїм характером, інтенсивністю, виявам інфляція буває вельми різна, хоч і означається одним терміном. Інфляційні процеси не можуть розглядатися як прямий результат тільки певної політики розширення грошової емісії або дефіцитного регулювання виробництва, бо зростання цін виявляється неминучим результатом глибинних процесів в економіці, об'єктивним наслідком наростання диспропорцій між попитом і пропозицією, виробництвом предметів споживання і засобів виробництва, накопиченням та споживанням і т. д. У результаті процес інфляції – в різних його виявах – носить не випадковий характер, а вельми стійкий. До негативних наслідків інфляційних процесів відносяться: зниження реальних прибутків населення, знецінення заощаджень населення, втрата у виробників зацікавленості у створенні якісних товарів, обмеження продажу сільськогосподарських продуктів у місті сільськими виробниками, в очікуванні підвищення цін на продукти харчування, погіршення умов життя переважно у представників соціальних груп з фіксованими доходами (пенсіонерів, що працюють, студентів, доходи яких формуються за рахунок держбюджету).

Так, в Україні за 2001 – 2009 рр. спостерігається така зміна реальної заробітної плати, що наведена в таблиці.

Таблиця

Динаміка номінальної, реальної зарплати, цін в Україні [3]

Рік	2000	2001	2002	2008	2009
Індекс номінальної зарплати (%)	129,6	135,2	121	133,7	104,9
Індекс цін (%)	125,8	106,1	99,4	122,3	112,3
Індекс реальної зарплати (%)	99,1	119,3	118,2	109,3	90,0

Дані таблиці свідчать, що, наприклад, у 2001 році темп зростання номінальної зарплати становив 35,2 %, ціни за цей період зросли лише на 6,1 %, унаслідок чого реальна заробітна плата, тобто кількість товарів і послуг, які можуть придбати робітники за свою номінальну заробітну плату, зросла відносно 2000 року на 19,3 %. У 2002 році спостерігався також процес зростання реальної заробітної плати, тому що спостерігалось збільшення номінальної заробітної плати при падінні індексу цін на 0,6 %. За 2009 рік реальна заробітна плата зменшилась на 10 %, що є наслідком перевищення темпів зростання цін (12,3 %) над темпом зростання номінальної заробітної плати (4,9 %).

Усе це свідчить про необхідність проведення зваженої соціально-економічної політики стосовно регулювання та стримання інфляції у країні.

Наук. керівн. Бережна Н. І.

Література: 1. www.ukranews.com. 2. www.bank.gov.ua. 3. http://www.ukrstat.gov.ua.

УДК 004.78:658.78

Крюкова К. Ю.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ПЕРЕШКОДИ ЩОДО АВТОМАТИЗАЦІЇ СКЛАДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто перешкоди, пов'язані з неприйняттям працівниками підприємств автоматизації роботи складу, та запропоновано шляхи їх вирішення. Проведено порівняльний аналіз матеріальної та нематеріальної мотивації персоналу підприємств.

Аннотация. Рассмотрены препятствия, связанные с невосприятием работниками автоматизации работы склада, и предложены пути их решения. Проведен сравнительный анализ материальной и нематериальной мотивации персонала предприятий.

© Крюкова К. Ю., 2010



Annotation. The problems of automation of work of the warehouse, connected with perception of the personnel of this process, are discovered. Ways of the decision of these problems are offered. The comparative characteristic of material and non-material motivation is made.

Ключові слова: управління складом, автоматизація складської діяльності, мотивація персоналу.

Висока конкуренція на ринку, поява нових, більш дешевих і достатньо ефективних розробок, які сприяють підвищенню ефективності складської діяльності, змушують переглянути існуючі принципи функціонування підприємства. Виникає необхідність пошуку додаткових можливостей скорочення витрат, реорганізації та реконструкції підприємства з метою підвищення ефективності бізнесу. Йдеться про перебудову бізнесу за допомогою проектів автоматизації. Цей процес охоплює різні аспекти діяльності підприємства. У багатьох випадках він супроводжується певними перешкодами.

Мета статті – дослідити перешкоди, пов'язані з неприйняттям працівниками підприємств автоматизації роботи складу, та запропонувати шляхи їх вирішення.

Вагомий внесок у дослідження складської діяльності та її автоматизації зроблено такими вченими: Акішиною А. В., Іванишином О. В., Мадригою Г. М. [1], Волгіним В. В. [2], Давидовим В. Ю. [3], Кальченковим О. В. [4] та ін. У їх роботах розглядаються питання функціонування логістичних систем, автоматизації складської діяльності, визначення пріоритетних об'єктів інвестування, оцінки ефективності інвестиційних проектів у логістичній діяльності тощо.

Актуальною на даний момент є автоматизація складу за допомогою WMS-програм (Warehouse Management System – система управління складом). Але їх запровадження в діяльність підприємства супроводжується низкою перешкод, з яких основними є:

- а) необхідність персоналу навчатися та звикати працювати по-новому;
- б) WMS-програми потребують кардинальних змін у всіх процесах, що для більшості вітчизняних підприємств є стресовою ситуацією;
- в) не всі керівники підприємств погоджуються прийняти настільки кардинальні зміни;
- г) частина персоналу може явно чи неявно не сприймати такі зміни.

Важливо розуміти, що при впровадженні WMS-програм кардинально змінюються обов'язки та повноваження персоналу складу. Зокрема, до впровадження системи рішення про те, де розмістити той чи інший товар, робітник складу, який управляє автокаром, приймав самостійно. Після впровадження системи полиця, на яку необхідно поставити палету, визначається автоматично. Це спричиняє перешкоди щодо автоматизації складської діяльності та викликає несприйняття у співробітників, адже "система не може розуміти, де краще розмістити палету". Робітники не керуються вказівками програми, що викликає збій усього складського модуля підприємства [5].

Також найпоширенішою є проблема виникнення ситуації, коли "ветерани виробництва" починають перейматися з приводу "утиску" своїх прав та можливості втратити свої переваги як незамінного працівника.

Дослідження вітчизняного досвіду впровадження WMS-програм свідчить про те, що принаймні половина спроб їх запровадження зазнала поразки саме через незмогу менеджерів у короткий строк усунути фактор несприйняття змін. Важливо саме у короткий строк, інакше вся робота буде неефективною [5].

Вважаємо, що основними методами вирішення подібних проблем є, в першу чергу, навчання та мотивація персоналу. Основна мета навчання складського персоналу – це оптимізація часових і трудових витрат. Чим швидше робітник виконає одну операцію, тим більше встигне зробити за зміну. У свою чергу, чим більше завдань робітники складу виконають за встановлений проміжок часу, тим більшою буде продуктивність складу. А отже, підприємство може перейти на оптимальний для нього режим роботи [6].

Для того щоб навчання мало високу ефективність, необхідно пояснити персоналу, які переваги надасть навчання кожному з них і підприємству в цілому. Працівник повинен розуміти свою цінність та причини, чому він повинен засвоїти якнайбільше інформації у процесі навчання. Для цього необхідно поставити мету та розкрити взаємозв'язок між нею та працівником [6].

Установлення показників ефективності роботи, по-перше, дозволить пояснити кожному працівнику мету проходження ним навчальної програми, визначити рівень, на який треба вийти після проходження навчання, а по-друге, покаже результат, який очікує від персоналу керівництво щодо підвищення ефективності роботи складу [2]. Ефективність навчання значною мірою підвищується, коли працівник чітко усвідомлює його мету.

Шляхи усунення перешкод щодо автоматизації складської діяльності підприємств за допомогою мотивації персоналу подані в таблиці.

Таблиця

Шляхи усунення перешкод щодо автоматизації складської діяльності підприємств за допомогою мотивації персоналу

Виявлені перешкоди щодо автоматизації складської діяльності	Мотивація персоналу	
	Матеріальна	Нематеріальна
1	2	3
Необхідність персоналу навчатися та звикати працювати по-новому	Оплата навчання за рахунок підприємства	Побудова ієрархічного ланцюга, який дозволяє працівникам удосконалюватися та просуватися в службовій діяльності

1	2	3
WMS-програми потребують кардинальних змін в усіх процесах, що для більшості вітчизняних підприємств є стресовою ситуацією	Оплата відпочинку за рахунок підприємства	Корпоративні виїзди на природу, походи до тренажерного залу
Не всі керівники підприємств погоджуються прийняти настільки кардинальні зміни	За виконання плану конкретним відділом його керівнику нараховується премія	Різного роду винагороди (подяка, похвала)
Частина персоналу може явно чи неявно не сприймати процес автоматизації складської діяльності	Введення бонусної системи	Різного роду винагороди (подяка, похвала), визначення найкращого співробітника для створення духу змагання

У таблиці відображено можливі варіанти стимулювання автоматизації складської діяльності підприємств за допомогою матеріальної та нематеріальної мотивації персоналу. Безумовно, стимулювання повинно орієнтуватися на результат діяльності і той вклад, який кожний учасник трудового процесу додає у розвиток підприємства. Особливе значення це має, коли мова йде про матеріальну мотивацію. Гроші, безумовно, є сильним стимулом до праці, але людина швидко звикає до нового, більш високого рівня оплати праці. Крім того, не завжди підприємство має достатньо фінансових можливостей для підтримки високого рівня трудової мотивації персоналу лише за рахунок грошових винагород. Тому на даний момент усе частіше використовують нематеріальні стимули. Нематеріальна мотивація може включати: пільги, пов'язані з графіком роботи; різні корпоративні заходи; винагороду та вдячність за внесок у розвиток підприємства; зміну статусу працівників тощо [6, с. 532].

Таким чином, було досліджено перешкоди, пов'язані з неприйняттям працівниками підприємств автоматизації роботи складу, та запропоновано шляхи їх вирішення. Також було проведено порівняльний аналіз різних видів мотивації персоналу. Запропоновані шляхи подолання перешкод щодо автоматизації складської діяльності підлягають подальшому дослідженню на вітчизняних підприємствах.

Наук. керівн. Руденко Г. Р.

Література: 1. Акішина О. В. Організація матеріально-технічного забезпечення виробництва як об'єкт логістичних рішень / О. В. Акішина, Л. Р. Іванишин, Г. М. Мадрига // Вісник НУ "Львівська політехніка". – 2004. – № 499. – С. 132–136. 2. Волгин В. В. Логистика приемки и отгрузки товаров / В. В. Волгин. – М.: ИТК "Дашков и К^о", 2006. – 460 с. 3. Давыдов В. Ю. Реконструкция склада: сложные задачи – простые решения [Электронный ресурс] / В. Ю. Давыдов // Современный склад. – 2010. – № 1 – Режим доступа : <http://www.ssklad.ru>. 4. Кальченко О. В. Основи логістики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ebk.net.ua>. 5. Голод Е. Р. Эффективность внедрения складских систем / Е. Р. Голод [Электронный ресурс] // Современный склад. – 2009. – № 4. – Режим доступа : <http://www.ssklad.ru>. 6. Волгин В. В. Склад: организация, управление, логистика / В. В. Волгин. – М.: ИТК "Дашков и К^о", 2005. – 732 с. 7. Селюченко Н. С. Оптимізація запасів підприємства з врахуванням взаємозамінності факторів виробництва / Н. С. Селюченко, В. П. Кічор // Вісник НУ "Львівська політехніка". – 2005. – № 6. – С. 375–379.

УДК 004.78:658.78

Дерека В. В.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АВТОМАТИЗАЦІЇ СКЛАДСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Проаналізовано WMS-системи, розробниками яких є вітчизняні та зарубіжні компанії, та виявлено переваги використання існуючих систем автоматизації складської діяльності. Досліджено досвід компаній з питань розробки та впровадження WMS-систем на українських та російських підприємствах.

Аннотация. Проанализированы WMS-системы, разработчиками которых являются отечественные и зарубежные компании, и выявлены преимущества использования существующих систем автоматизации складской деятельности. Проанализирован опыт компаний в вопросах разработки и внедрения WMS-систем на украинских и российских предприятиях.

© Дерека В. В., 2010



Annotation. WMS-systems which are developed by domestic and foreign companies are analyzed and the advantages of usage of existing automation systems of warehouse activity are revealed. The exam-ines experience of the companies in questions of development and introduction of WMS-systems at Ukrainian and Russian enterprises is studied.

Ключові слова: складська діяльність, WMS-система, автоматизація, логістика.

На даний момент у зв'язку з усвідомленням необхідності використання логістики та її принци-пів у діяльності підприємств важливою є автоматизація різних видів діяльності. Ефективне управління складом є одним із ключових логістичних завдань та інструментом надання сервісу високого рівня.

Мета статті – дослідити існуючі системи автоматизації складської діяльності підприємств та виявити їх переваги.

На даний момент існує гостра необхідність у скороченні сумарних витрат підприємства, в тому числі і складських. Це пов'язано з підвищенням конкуренції, а також обмеженістю ресурсів.

Вивченню складської логістики присвячені праці таких учених: А. М. Гаджинського [1], В. В. Вол-гіна [2], А. Б. Максимовського [3], С. А. Тарана [4], Г. П. Манжова [5].

Автоматизація складської діяльності – це комплексне рішення, яке складається з автоматизованого складського устаткування і спеціального програмного забезпечення [6].

Виробники пропонують широкий асортимент складського устаткування для автоматизації – від конвеєрів для транспортування і підйомників до комплексних висотних складів. Це дозволяє оптимізувати практично всі логістичні процеси на складі. З цією метою пропонується впроваджувати WMS-систему (Warehouse Management System), яка дозволяє істотно скорочувати час на виконання складських операцій, зменшувати їх вартість та кількість помилок. WMS-система становить сис-тему управління складськими процесами [7].

Автоматизація складу може проводитися з різною мірою участі людини у складських проце-сах. Це залежить від цілей та економічної обґрунтованості діяльності конкретного підприємства. Зарубіжний досвід показує, що впровадження WMS-систем підвищує ефективність функціонування складу будь-якого розміру та типу [6 – 11].

Аналіз вітчизняних і зарубіжних систем автоматизації складської діяльності поданий у таблиці.

Таблиця

Аналіз систем автоматизації складської діяльності підприємств

WMS-система	Розробники та користувачі	Застосування	Термін упровадження	Вартість
Logistic Vision Suite	Розробник: компанія "Ant Technologies", м. Москва. Користувачі: "ABX Logistics", "SELA – Wear & Accessories", концерн "Henkel"	3PL-ринки; великі логістичні компанії; дистрибуторські склади; розподільчі центри; склади на виробництві	Швидке впровадження	Не вказано
Tiger-PRO	Розробник: компанія "Креор", м. Пенза. Користувачі: ТОВ "Буктранс", будівельний супермаркет "СтройМар"	складські комплекси; контейнерні та митні термінали; вантажні термінали аеропортів; малий і середній бізнес	Швидке впровадження	Не вказано
Qguar WMS Pro	Розробник: Quantum International Ltd., м. Київ. Користувачі: корпорація "Roshen", "Славутич", "Carlsberg Group", ВАТ "Житомирський маслозавод ТМ "Рудь"	склади із широкою номенклатурою і великим обсягом складських операцій; розподільчі центри та комерційні склади; складські комплекси виробничих підприємств	50 робочих днів	Ліцензія 1 робочого місця – 1000 євро. Навчання користувача – 4500 грн
1С-Логістика: Управління складом	Розробник: спільне рішення фірми "1С" та компанії AXELOT, м. Москва. Користувачі: Газпром-нефть-Нефтесервис, ПТГ "Мистерия"	невеликі магазини; великі розподільчі центри; склади готової продукції промислового підприємства в різних сферах діяльності	Не вказано	1 робоче місце – 31 500 руб.
Фрегат-Складська логістика	Розробник: Фрегат-корпорація, м. Москва. Користувачі: ТОВ "Агросовгаз Северо-Запад", "Росбытхим" (м. Москва та м. Санкт-Петербург)	Бізнес: - великий; - середній; - малий	Не вказано	1 робоче місце – 8000 руб. Консультація – 3 год. 4000 руб.
БУХта: Складський комплекс	Розробник: компанія "БУХта", м. Санкт-Петербург. Користувачі: Міжнародна транспортно-експедиторська фірма "LOGWIN", аптечна мережа "ФАР-МАКОР", "Тиккурила"	Технологія управління складом у режимі реального часу для: 3-PL-операторів; дистрибуції; виробництва	Не вказано	Ліцензія 1 робочого місця – 19 900 руб, навчання 1 людини – 4 300 руб.



У таблиці подано характеристику та сфери застосування WMS-систем, які пропонується впроваджувати в діяльність підприємств. Як було встановлено, основними користувачами систем "Logistic Vision Suite", "Qguar WMS Pro", "1С-Логістика: Управління складом", "Фрегат-Складська логістика" та "БУХта: складський комплекс" є великі підприємства з великими складськими площами. Користувачами системи "Tiger-PRO" є, в основному, середні та малі підприємства.

Перевагами "Logistic Vision Suite" є гнучкість та адаптивність, які зумовлені об'єктно-орієнтованою архітектурою системи. Взаємозв'язок елементів у кожній операції відбувається на рівні їх атрибутів. Окрім інноваційної реалізації атрибутів, система управління складом відрізняється адаптивним дуплексним інтерфейсом з ERP-системою, а також можливістю використання різноманітних одиниць виміру. Перевагою також є наявність центру підтримки прийняття рішень [7].

"Tiger-PRO" є апаратно-програмним комплексом, який дозволяє швидко й ефективно вирішувати завдання, пов'язані з управлінням складом. Перевагою цієї системи є орієнтація на широке коло користувачів та здатність успішно працювати у складських комплексах, на контейнерних, митних і вантажних терміналах аеропорту. "Tiger-PRO" має можливість налаштовуватися відповідно до конкретних вимог того чи іншого підприємства [8].

"Qguar WMS Pro" – це комплексне рішення автоматизації управління складськими процесами на підприємствах різного типу та розміру. Перевагами цієї WMS-системи є великий вибір спеціалізованих функцій, що дозволяють забезпечити управління загальною товарною масою, яка належить різним контрагентам. Використання сучасних інформаційних та логістичних технологій, а також можливість інтеграції з різноманітними зовнішніми приладами автоматизації прирівнює "Qguar WMS Pro" до провідних рішень складського обліку світового рівня. Використання цієї системи дозволяє скоротити логістичні витрати, оптимізувати процес дистрибуції, контролювати кожну ланку ланцюга постачання та підвищити рівень якості обслуговування споживачів. Система має такі функціональні блоки, як радіотермінали, автоматична ідентифікація, облік поверненої тари, консолідація складу та ін. [9].

"1С-Логістика: Управління складом" використовує переваги нової технологічної платформи "1С-Підприємство 8.1", що дозволяє в реальному часі здійснювати управління інтенсивними складами з підключенням великої кількості радіотерміналів збору даних. За допомогою даної WMS-системи вдається скоротити кількість помилок та час проведення всіх логістичних операцій, збільшити точність обліку товарів на складі та уникнути витрат, що стосуються обмеженого строку реалізації товарів. Відмінною рисою системи є легкість та простота адаптації до умов роботи практично будь-якого складського комплексу, специфіки його технологічних й організаційних потреб [10].

Перевагами "Фрегат-Складської логістики" є можливість створення необмеженої кількості складів та складських груп, моделювання складських операцій і будь-яких схем руху товарів, урахування додаткових витрат, здійснення обліку товарів за індивідуальними кодами, партіями, серіями, штрихкодами та іншими характеристиками, а також отримання оперативних даних та формування аналітичної звітності [11].

"БУХта: складський комплекс" є універсальною системою управління складом. Рішення може бути застосоване в будь-якій сфері. Однією з переваг рішення є можливість роботи з будь-якими типами палет і вантажів. За допомогою цієї WMS-системи можна обробити великі обсяги різного типу вантажу, зважаючи на специфіку широкого асортименту. Одним з основних завдань управління складським комплексом є організація ефективного управління ресурсами [12].

Таким чином, усі розглянуті системи в цілому є гнучкими та адаптивними, що підсилює актуальність їх використання в умовах швидкоплинності економічних процесів у країні та світі. Вибір WMS-системи для впровадження залежить від специфіки, розміру і типу підприємства та його діяльності. Важливим показником є вартість рішення. Було встановлено, що найдешевшою є система "Фрегат-Складська логістика", а найдорожчою – система "Qguar WMS Pro". Подальшому вивченню підлягають недоліки рішень, які можна виявити шляхом практичного використання кожної із систем.

Наук. керівн. Руденко Г. Р.

Література: 1. Гаджинский А. М. Современный склад. Организация, технологии, управление и логистика : учеб.-практ. пособ. / А. М. Гаджинский. – М. : Проспект, 2005. – 173 с. 2. Волгин В. В. Склад. Логистика, управление, анализ / В. В. Волгин. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2008. – 768 с. 3. Максимовский А. Внутренняя логистика склада в условиях кризиса / А. Максимовский // Дистрибуция и логистика. – 2009. – № 2. – С. 48–51. 4. Таран С. А. Как организовать склад: практические рекомендации профессионала / С. А. Таран. – М. : Изд. "Альфа-Пресс", 2006. – 160 с. 5. Манжосов Г. П. Современный склад / Г. П. Манжосов. – М. : КИА центр, 2002. – 256 с. 6. Schaefer Noell. Автоматизация склада [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.schaefer-noell.com.ua/avtomatizaciya.php. 7. Logistic Vision Suite. – Access mode : www.ant-tech.ru/. 8. TIGER-PRO. – Access mode : www.conwarehouse.ru/raspr.php. 9. Qguar WMS. – Access mode : www.qguar.com.ua/index.php?id=15. 10. 1С-Логистика: Управление складом. – Режим доступа : axelot.ru/prod/mans. 11. Фрегат-Складская Логистика. – Режим доступа : www.frigat.ru/136/. 12. WMS "БУХта: Складской Комплекс". – Режим доступа : www.buhta.ru/wms.html.

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОХОДЖЕННЯ МИТНИХ ПРОЦЕДУР В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто зарубіжний та вітчизняний досвід проходження митних процедур при перевезенні вантажів через державний кордон. Проаналізовано заходи, які дозволяють скоротити час митної обробки вантажів та усунути довгі черги у пунктах пропуску, таким чином знижуючи витрати російських та українських підприємств при перетині ними кордону.

Аннотация. Рассмотрен зарубежный и отечественный опыт прохождения таможенных процедур при перевозке грузов через государственную границу. Проанализированы мероприятия, которые позволяют сократить время таможенной обработки грузов и устранить длинные очереди в пунктах пропуска, таким образом снижая затраты российских и украинских предприятий при пересечении ими границы.

Annotation. The foreign and domestic experience of passing customs procedures for freight across the state border are considered. The measures which enable to reduce the time and eliminate long lines at checkpoints, thus cutting down the costs of Russian and Ukrainian enterprises as they cross the border are analyzed.

Ключові слова: митна процедура, обробка вантажів, логістизація митної справи.

У сучасних умовах ринкової конкуренції та міжнародного співробітництва підприємства, які співпрацюють із зарубіжними організаціями, намагаються у будь-який спосіб зменшити власні витрати. Пошуком нових можливостей підвищення ефективності управління матеріальними та супутніми їм потоками займається логістика. Будь-яка зовнішньоторговельна операція пов'язана з перетином товарами та транспортними засобами митного кордону і проходженням необхідних митних процедур (митний контроль, митне оформлення), що істотно збільшує строки здійснення таких операцій. Практика розвинених країн свідчить про необхідність плідної співпраці митних адміністрацій з бізнес-структурами та застосування принципів логістики у діяльності митних органів України.

Мета статті – проаналізувати зарубіжний досвід щодо проходження митних процедур та розробити рекомендації щодо вдосконалення цього процесу в Україні на засадах логістики.

Міжнародні перевезення вантажів потребують додаткових операцій та процедур, які пов'язані з перетином кордону. За рахунок цього виникають такі проблеми:

- а) тривалість митних процедур займає багато часу, що призводить до зниження продуктивності транспорту;
- б) у пунктах пропуску через митну територію України виникають довгі черги транспорту;
- в) втрата часу за рахунок огляду вантажу митними органами.

Вивченню сутності й організації митних процедур присвячені праці та публікації таких учених: Стаханова Д. В., Стаханова В. Н. [1], Самолаєва Ю. М. [2], Смирнова І. Г. [3], Коцана Н. Н. [4] та інших авторів.

В основі митної справи повинна знаходитися логістична організація процесу митної переробки вантажів, що поєднує процеси реалізації митних режимів, пов'язаних з фізичним переміщенням зовнішньоторговельних вантажів через митний кордон. Логістика повинна забезпечити погодженість матеріальних (товарних), інформаційних і фінансових потоків, оптимальну технологію переміщення товарів через митний кордон з метою прискорення цього процесу, а також відпрацювання стандартних логістичних вимог до митних режимів, тобто до митниць, і до учасників зовнішньоторговельної діяльності [5].

Успіх логістизації митної справи, на думку Євсєєвої К. О., визначається не лише сприятливим зовнішнім середовищем, але і внутрішньою організацією самого процесу митної переробки вантажів. Митна інфраструктура визначається як комплекс технічних засобів митного контролю, експертизи та зв'язку, матеріально-технічної бази митних органів, що забезпечує умови митного регулювання зовнішньоекономічної діяльності [6].

Пропонується вдосконалити проходження митних процедур за рахунок таких узагальнених заходів:

- а) реконструювання та новітнє технічне обладнання пунктів пропуску на митній території країни;
- б) організація пунктів спрощеного пропуску, складів тимчасового зберігання та інших об'єктів митної інфраструктури;
- в) використання інформаційних технологій для документообігу між митними органами та суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.
- Аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду впровадження цих заходів поданий у таблиці.

Таблиця

Аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду впровадження узагальнених заходів удосконалення проходження митних процедур

Захід	Зарубіжний досвід	Вітчизняний досвід
1. Технічне обладнання пунктів пропуску	- Росія, Ленінградська область, Выборзька митниця: організовано Міжнародний автомобільний пункт пропуску (МАПП) "Торф'янівка" з використанням рентгенівської апаратури огляду вантажів; - на різних ділянках держкордону Росії з 2008 р. функціонують 40 мобільних і 7 стаціонарних інспекційно-оглядових комплексів [7]	- надання Європейським Союзом Державній митній службі України 9 мобільних рентгенівських сканерів Rapiscan Eagle M4507 для контролю великогабаритних вантажів; - в Україні ці мобільні сканери будуть використовуватися в пунктах пропуску через кордон Рава-Руська, Краковець, Ягодин, Кучурган, Одеса-порт, Порубне, Бачевськ, Ужгород і Чоп [8]
2. Організація пунктів спрощеного пропуску, складів тимчасового зберігання	- Росія, Москва, аеропорт "Внуково": організовано термінал зі спрощеного митного оформлення вантажів із Туреччини (процедура займає 1,5–2 години). У поштово-вантажному комплексі товари зважують, оглядають та відправляють до складу тимчасового зберігання [9]	- Україна, Харків: з 2008 р. функціонує новий вантажно-митний термінал на Південній залізниці. Площа терміналу – 5,5 тис. кв. м, для зберігання вантажів – 1,2 тис. кв. м. Термінал розрахований на прийом до 700 вагонів на місяць; - планується відкриття таких терміналів в Одесі, Дніпропетровську, Луганську і Донецьку [10]
3. Використання інформаційних технологій у митній діяльності	- Росія: розроблено Федеральну цільову програму "Електронна Росія (2002 – 2010 рр.)", яка передбачає впровадження електронної форми декларування товарів; - Росія та Фінляндія: у 2008 р. розроблено заходи щодо вирішення проблеми черг на пунктах пропуску. У 2009 р. впроваджено систему електронного митного декларування, яка прискорює процес митного оформлення вантажів [11]; - Росія, Вологодська область, ВАТ "Череповецький "Азот": у 2009 р. випущена перша в регіоні митна декларація з використанням технології електронного декларування [12]	- в Україні впроваджено багатofункціональну систему "Електронна митниця" (e-Customs) в Державній митній службі України. Система e-Customs надає можливість оформлення імпорتنих та експортних операцій через подання декларацій виключно в електронному вигляді [13]

Як свідчить таблиця, вітчизняні митні служби та організації, які співпрацюють з ними, активно використовують зарубіжний досвід з удосконалення проходження митних процедур.

Використовуючи досвід Росії, в Україні найближчим часом почнуть застосовувати мобільні рентгенівські сканери Rapiscan Eagle M4507 для контролю великогабаритних вантажів. Ці сучасні системи сканування прискорюють процес контролю й успішно допомагають боротися з контрабандою товарів. Весь вантаж, незалежно від товщини контейнера, видно на екрані монітора [14].

Керівництво України і Європейського Союзу досягло відповідних домовленостей щодо оснащення митних пунктів спеціальною технікою, яка буде надана в рамках проекту "Постачання мобільного інспекційного устаткування і систем рентгенівського сканування митним службам України" [8].

Доцільним шляхом вирішення проблем з розмитнення вантажів є створення митних терміналів (термінальних підприємств). Термінальні підприємства є самостійними господарюючими суб'єктами, створеними для надання складських і транспортно-експедиційних послуг. Таке нововведення та широке розповсюдження необхідне для того, щоб вантажний транспорт не заходив до міст. На даний момент існують митні ліцензійні склади тимчасового зберігання, спрощені пункти пропуску тощо [6].

Рекомендації щодо вдосконалення проходження митних процедур стосуються відкриття термінальних підприємств в Україні, що є пріоритетним для великих вітчизняних підприємств. Зважаючи на зарубіжний досвід, це дозволить значно прискорити проходження вантажів територією України та перейти на європейський рівень співробітництва підприємств та митних органів [15].

Світовий досвід ефективного проходження митних процедур та процедур логістики доводить необхідність створення електронних інформаційних систем, а європейський досвід – що для цього необхідно уніфікувати митні процедури країн світу. З цією метою розроблено систему "Елек-



тронна митниця", яка покликана впорядкувати потік інформації за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій системи митних органів [15].

Рекомендації щодо вдосконалення проходження митних процедур в Україні також виявляються у впровадженні електронного декларування (електронний спосіб обміну інформацією між митними органами та організаціями, які оформлюють вантажі на митниці), що сприятиме підвищенню якості митного регулювання, адміністрування й скороченню часу і витрат [6].

Таким чином, було проаналізовано зарубіжний досвід щодо проходження митних процедур та розроблено рекомендації щодо вдосконалення цього процесу в Україні. Було запропоновано використовувати новітнє технічне обладнання та впроваджувати електронні інформаційні системи на вітчизняних пунктах пропуску вантажів. Застосування рекомендованих заходів удосконалення митних процедур є важливим управлінським рішенням, яке дає можливість підвищити ефективність міжнародних перевезень вантажів. Подальшому дослідженню підлягає пошук нових шляхів удосконалення митних процедур та практичне використання зарубіжного досвіду щодо їх проходження в Україні.

Наук. керівн. Руденко Г. Р.

Література: 1. Стаханов Д. В. Таможенная логистика / Д. В. Стаханов, В. Н. Стаханов. – М. : ПРИОР, 2000. – 96 с. 2. Самолаев Ю. Н. Основы таможенной логистики : учебное пособие / Ю. Н. Самолаев. – М. : Альфа-М ; ИНФРА-М, 2008. – 304 с. 3. Смирнов І. Г. Митна логістика та митна справа як чинники ефективності зовнішньої торгівлі України / І. Г. Смирнов // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2006. – № 1(24). – С. 27–33. 4. Коцан Н. Н. Контрольно-пропускна, фінансово-економічна та логістична функції митної діяльності України / Н. Н. Коцан // Географія і сучасність : зб. наук. пр. НПУ ім. М. П. Драгоманова. – К. : Наукова думка, 2002. – Вип. 7. – С. 188–196. 5. Пономарьова Н. В. Аналіз логістичної організації процесу митної переробки вантажів [Електронний ресурс] / Н. В. Пономарьова, Т. В. Столяр. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com>. 6. Євсєєва К. О. Актуальні проблеми митно-транспортних систем України [Електронний ресурс] / К. О. Євсєєва. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com>. 7. Фури на митниці просвічують рентгеном [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.autoline.com.ua/news_transport.php?code=061219171422. 8. Таможню оснастят рентгеновскими сканерами для крупногабаритных грузов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.automototruck.com/index.php?t=6&id=4601>. 9. Во "Внукове" открылся терминал по упрощенному таможенному оформлению грузов из Турции [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.tvc.ru/AllNews.aspx?top=20&rubid=8b77ea18-1a54-4829-9e60-17c81-7abe74f>. 10. В Харькове открылся таможенный терминал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mbroker.at.ua/publ/2-1-0-56>. 11. Россия и Финляндия примут меры, которые помогут сократить очереди на границе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.automototruck.com/index.php?t=6&id=5047>. 12. ОАО "Череповецкий "Азот" выпустил первую в регионе электронную таможенную декларацию [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.azot.phosagro.biz/pages/page_1.php?id_page=253&id_text=4161. 13. Митники готуються перейти на електроніку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/news/4ae70897739e0>. 14. Дуров А. Проблема развитости инфраструктуры – одна из самых болезненных [Электронный ресурс] / А. Дуров. – Режим доступа : <http://www.vesti.ru/doc.html?id=323794>. 15. Новини. Автомобільно-залізничний митний термінал відкрився в Харкові [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.gortransport.kharkov.ua/news/news.php?news_id=6996.

Чепіга В. В.

УДК [005.591.4:658.7](477)

Студент 3 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО АУТСОРСИНГУ В УМОВАХ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ

Анотація. Виявлено й досліджено переваги та недоліки передачі на аутсорсинг логістичних функцій підприємств. Проаналізовано рівні впровадження логістичного аутсорсингу на вітчизняних підприємствах.

Аннотация. Выявлены и исследованы преимущества и недостатки передачи на аутсорсинг логистических функций предприятий. Проанализированы уровни внедрения логистического аутсорсинга на отечественных предприятиях.

© Чепіга В. В., 2010

Annotation. The advantages and disadvantages of the redirecting of the logistic functions for the outsourcing of the enterprises are defined and researched. The levels of the implementation of the logistics outsourcing at the domestic enterprises are analysed.

Ключові слова: логістичний аутсорсинг, функціональні сфери логістики, логістичні функції.

Питання доцільності використання логістичного аутсорсингу в умовах українського ринку є дуже актуальним, тому що він є тим інструментом, який, як свідчить закордонний досвід, надасть вітчизняним підприємствам відчутні конкурентні переваги.

Мета статті – виявити переваги та недоліки передачі на аутсорсинг логістичних функцій і проаналізувати рівні його впровадження на вітчизняних підприємствах.

Дослідженням аутсорсингу в області логістики займалися такі вчені, як Чухрай Н. І. [1], Шарчук Т. В. [2], Зозульов О. В. [3], Анікін Б. А. [4], Хейвуд Дж. Б. [5] та ін.

Логістичний аутсорсинг – це придбання у третьої сторони послуг з управління запасами, транспортування товарів, їх складування та послуг з управління всіма, пов'язаними з цими операціями, бізнес-процесами [6]. Логістичний аутсорсинг є однією із найсучасніших бізнес-моделей, що дає змогу досягти підприємству реальних конкурентних переваг, але супроводжується труднощами під час впровадження в умовах специфіки розвитку національного бізнесу. Для того щоб визначити доцільність передачі тієї чи іншої функції на аутсорсинг, необхідно розглянути її з позиції кількох аспектів: якості, вартості, строки виконання тощо (таблиця).

Таблиця

Переваги та недоліки використання аутсорсингу у функціональних сферах логістики

Функціональна сфера логістики	Переваги передачі функції на аутсорсинг	Недоліки передачі функції на аутсорсинг
Постачання	Покращення зв'язків з постачальниками; відсутній тривалий та дорогий процес організації поставок	Можливі збої у постачанні з вини провайдера чи у зв'язку з поганим інформаційним обміном між ним та аутсорсерадацем
Виробництво	Збереження власних потужностей та їх концентрація на основних елементах виробничого процесу	Якість субдеталей та комплектуючих може не відповідати нормам і якості основних деталей
Збут	Відсутня потреба у власних великих складських площах; суттєво скорочуються витрати на збереження продукції, надання інформаційно-консультативних послуг клієнтам стосовно товару; скорочуються транспортні витрати та витрати на сортування, фасування, пакування; ефективніше вивчаються смаки споживачів	Послаблення контакту з клієнтом за умови недобросовісного виконання аутсорсерадацем своїх обов'язків
Складування	Немає необхідності в додаткових інвестиціях на будівництво складських приміщень, їх оснащення та підтримку	Відсутня можливість контролю кількості продукції чи матеріалів на складі провайдера, можливе її псування та неналежний облік
Транспортування	Досвід логістичного провайдера у транспортному управлінні, кваліфікований персонал, розвинена інфраструктура; відсутня потреба мати власний автопарк та обслуговувати його, підвищення швидкості виконання транспортних операцій	Можливе неякісне транспортування у випадку невідповідної кваліфікації провайдера; можливе недобросовісне завищення транспортних тарифів, довжини маршрутів тощо

Як свідчить таблиця існує достатньо переваг використання логістичного аутсорсингу підприємствами. Та все ж існують певні недоліки його використання. Варто відзначити, що аутсорсинг у будь-якому разі пов'язаний, у першу чергу, з ризиками, і це відіграє дуже важливу роль при вирішенні питання щодо його використання. Також він передбачає певну реструктуризацію корпоративних процесів і зовнішні зв'язки підприємства, тому необхідно зважати на виявленні переваги та недоліки.

В умовах українського ринку формально представлені логістичні провайдери всіх чотирьох рівнів (1PL, 2PL, 3PL, 4PL). Але фактично функціонують лише перші два, в той час як у Європі та США, навпаки, понад 60 % виробників вдаються до послуг спеціалізованих логістичних фірм, працюючи з ними за схемами 3PL і 4PL, тобто віддають на аутсорсинг усю логістику [7].

Логістика першого рівня (**first part logistics** – 1PL) – це внутрішня логістика, де всі послуги з транспортування, складського зберігання, митних операцій і супутнього сервісу зосереджені всередині компанії-замовника. В Україні більше половини офіційного ринку логістичних послуг зосереджено всередині компанії-замовника, і в цій частині складське господарство має визначальне значення. Про це свідчать приклади таких компаній, як "Орлан-Транс" у вантажоперевезеннях, "Укрвино" та "Тетра Пак" в області складського сервісу, які вдалися до створення власних підрозділів, не знайшовши якісної пропозиції на ринку [7].



Логістика другого рівня (**second part logistics** – 2PL) – це зовнішня логістика. У цьому випадку одна або декілька компаній-провайдерів виконують для замовника базові логістичні послуги – транспортування і складське зберігання. Якщо транспортна логістика, зосереджена на перевезеннях, загалом задовольняє потреби промисловості та торгових компаній, то на складське обслуговування попит значно переважає пропозицію. Сьогодні часто на українському ринку пропонують склади, які не відповідають найпростішим вимогам складування [7]. Професійних складів, які б відрізнялися висококласним обладнанням та професійним менеджментом, недостатньо.

Логістика третього рівня (**third part logistics** – 3PL) – це зовнішня логістика. Логістичні послуги цього рівня зосереджені на комплексному управлінні процесами транспортування та зберігання вантажів. Це означає, що компанія-провайдер не тільки транспортує вантаж, але й виконує всі послуги експедиції (в тому числі і послуги з митного оформлення). Вона здійснює не тільки складське зберігання, а також бере на себе обов'язки маркування вантажів [7]. Провайдер 3PL також управляє субпідрядниками, наймаючи їх для виконання послуг другого рівня.

Логістика четвертого рівня (**fourth part logistics** – 4PL) – це зовнішня і внутрішня логістика. Компанія-провайдер, виконуючи функції 3PL провайдера логістичних послуг, також виконує функції планування логістичних операцій, найму та координації роботи субпідрядників інших рівнів, управління фінансовими транзакціями, ведення документації тощо. 4PL-провайдер є інтегратором усієї логістики на підприємстві. Він становить поєднання стратегічного управління логістичними ланцюгами, оперативного управління реалізацією та виконання стратегічних рішень. На українському ринку вже функціонує компанія, до структури якої входить 4PL-оператор – це компанія "Метро Кеш енд Керрі". Протягом чотирьох років своєї роботи на українському ринку ця компанія не користувалася послугами сторонніх логістів. Східноєвропейський досвід було впроваджено і в Україні [2].

Зауважимо, що простішим та менш ризикованим є використання логістики першого та другого рівнів (1PL і 2PL), що користується більшим попитом на українському ринку, зокрема, тому що рівень вітчизняного логістичного сервісу на даний момент надзвичайно низький.

Таким чином, було виявлено переваги та недоліки передачі на аутсорсинг логістичних функцій в умовах вітчизняного ринку. Досліджено послуги логістичних провайдерів чотирьох рівнів й доведено доцільність передачі конкретних функцій підприємств на аутсорсинг. Подальше дослідження необхідно спрямувати на розробку рекомендацій щодо використання 3PL та 4PL провайдерів у діяльності вітчизняних підприємств.

Наук. керівн. Руденко Г. Р.

Література: 1. Чухрай Н. І. Логістичні рішення щодо аутсорсингу / Н. І. Чухрай // Логістика. – 2007. – № 6. – С. 37–39. 2. Шарчук Т. В. Логістичний аутсорсинг – шлях до оптимізації управління бізнес-процесами підприємства [Електронний ресурс] / Т. В. Шарчук. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/VNULP/Logistyka/2008_633/index.html. 3. Зозульов О. Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації / О. Зозульов, О. Микало // Економіка України. – 2009. – № 8. – С. 16–24. 4. Аникин Б. А. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций / Б. А. Аникин. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 184 с. 5. Хейвуд Дж. Брайан. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ / Хейвуд Дж. Брайан. – М. : Вильямс, 2008. – 176 с. 6. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Outsourcing>. 7. http://www.kontrakty.com.ua/show/ukr/print_article/34/4720068183.html.

Фесенко Е. И.

УДК 658.84

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ТЕХНИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

Аннотация. Определена сущность мобильного маркетинга, рассмотрены его основные задачи и технологии. Проанализировано достоинства и недостатки технических инструментов, которые используются для общения с потребителем через мобильный телефон.

Анотація. Визначено сутність мобільного маркетингу, розглянуто його основні завдання та технології. Проаналізовано переваги та недоліки технічних інструментів, що використовуються для спілкування зі споживачем через мобільний телефон.

© Фесенко Е. И., 2010

Annotation. The essence of the mobile marketing is certified, its basic tasks and technologies are considered. Dignities and lacks of technical instruments which are used for socializing with an user through a mobile telephone are analysed.

Ключевые слова: мобильный маркетинг, SMS-маркетинг, MMS-маркетинг, IVR, WAP – реклама, Bluetooth-маркетинг

В условиях современной рыночной экономики маркетинг выступает одним из важнейших инструментов бизнеса. В связи с большой конкуренцией многие предприятия возлагают большие надежды на возможности маркетинга. В свою очередь, маркетологи исследуют рынок, пытаются найти новые способы, методы и технологии продвижения товаров и услуг. Быстрый рост новых технологических способствует и появлению современных видов маркетинга, одним из которых является мобильный маркетинг.

В соответствии с законодательством Украины, в нашей стране отсутствуют запреты рекламы с использованием телефонной связи [1]. Среди ученых, которые занимаются исследованием мобильного маркетинга, следует назвать таких, как М. Ляховская, Ю. Коваленко, Н. Гриник. Однако, этот вид маркетинга остается не достаточно изученным, в связи с динамичным развитием маркетинговых и мобильных технологий, что и обусловило актуальность исследования.

Целью исследования является подробное изучение мобильного маркетинга и его технологий. Для достижения указанной цели в работе были поставлены и решены такие задачи: уточнено сущность понятия "мобильный маркетинг", рассмотрены технические инструменты этого вида маркетинга, проанализированы их достоинства и недостатки.

Появившись не так давно, мобильный маркетинг сегодня уже достаточно прочно вошел в мировую практику. Ежедневно тысячи пользователей становятся участниками разнообразных акций, голосований, викторин, рассылок с помощью своего мобильного телефона. По данным iKS-Consulting, на конец января 2010 г. количество сотовых пользователей Украины составило 55,367 млн, при населении Украины 45,96 млн проникновение составило 120,4 % [2]. Таким образом, на национальном рынке сформировались необходимые условия для того, чтобы мобильный телефон стал наиболее эффективным каналом для прямой маркетинговой коммуникации.

Специалисты по-разному определяют сущность мобильного маркетинга. Например, М. Ляховская указывает, что мобильный маркетинг – высокоэффективный, динамично развивающийся канал коммуникации с целевой аудиторией посредством мобильных устройств [3]. По мнению Ю. Коваленко, мобильный маркетинг – это разнообразные маркетинговые коммуникации с использованием сотовых телефонов [4]. В настоящее время на рынке мобильной связи существует множество компаний, которые предлагают в Украине маркетинговые услуги с использованием телефона ("Детальная реклама", "Мобильная сторона жизни", M-Research, Ионмобайл и др.). Они определяют мобильный маркетинг как комплекс маркетинговых мероприятий, направленный на продвижение товаров или услуг с использованием средств мобильной связи.

Таким образом, можно сделать вывод, что мобильный маркетинг – новый вид маркетинга, в основе которого лежит использование мобильных технологий в комплексе маркетинговых коммуникаций для продвижения товаров и услуг.

На сегодняшний день мобильный маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций, может использоваться многими компаниями в любом сегменте рынка. Главное преимущество данного вида маркетинга – мобильность, возможность за короткое время собирать и разбирать реквизит, перемещать акции по разным точкам. Эффективность мобильного маркетинга зависит от правильности формулировки целей и задач, которые ставит компания, используя телефонную связь в продвижении своих товаров или услуг. К наиболее типовым задачам, которые могут быть решены с помощью мобильного маркетинга, можно отнести:

- формирование заданного имиджа бренда, позиционирование;
- информирование аудитории о качествах бренда или товара;
- увеличение количества осведомленной о бренде аудитории;
- формирование community потребителей вокруг бренда;
- поддержка через мобильный канал идеи и сценария основной рекламной кампании, идущей в традиционных СМИ: на TV, outdoor, печати и тому подобное;
- стимулирование продаж;
- повышение лояльности клиентов [4].

Решить ряд разнообразных задач можно используя целый арсенал технических и маркетинговых решений, которыми обладает мобильный маркетинг. Среди технических инструментов, которые используются для общения с потребителем через мобильный телефон [5]:

SMS-маркетинг – диалоги и рассылки через короткие текстовые сообщения. Следует отметить, что SMS пользуются больше 80 % украинских абонентов.



MMS-маркетинг – то же, что и SMS, но уже в цвете, со звуком и видео. Не является широко распространенной среди абонентов, поскольку только 20 – 25 % украинских абонентов пользуются MMS.

WAP и мобильный Интернет – это упрощенные веб-сайты в телефоне, на которых тоже можно размещать рекламу (графические баннеры, текстовые ссылки). На сегодня около 6 млн украинских абонентов пользуются WAP и видят рекламу на мобильных сайтах.

Bluetooth-маркетинг – реклама, которая привязана к месту. Передатчик действует до 15 – 20 м и может посылать изображения, звук и видео на телефоны, на которые включен прием Bluetooth файлов.

IVR (Interactive Voice Response) – системы интерактивного голосового ответа, так называемые голосовые меню, пользуясь которыми, любой человек общается с автоматизированным звуковым интерфейсом – автоинформатором.

Мобильные рекламные игры – это реклама в играх, которые абоненты закачивают себе на мобильный. На базе этой технологии можно строить долгодействующие диалоги рекламодателя с потребителем через игру.

Каждый инструмент мобильного маркетинга имеет как положительные, так и отрицательные характеристики (таблица). Выбор эффективного технического средства – залог успешной маркетинговой кампании.

Таблица

Положительные и отрицательные характеристики средств мобильного маркетинга

Основные средства	Достоинства	Недостатки
SMS-маркетинг	Свежесть и интерес. Широта охвата. Низкая стоимость. Снижение трудовых и временных затрат. Передача информации на любое расстояние. Оценка результативности по числу обратившихся после нее клиентов. Отбор адресатов. Оперативность	Ограничение по объему и формату передаваемой информации. Обилие рекламы вызывает раздражение. Не все адресаты умеют читать SMS (к ним могут относиться некоторые пожилые люди и дети)
MMS-маркетинг	Свежесть и интерес. Передача информации на любое расстояние. Отбор адресатов. Снижение трудовых и временных затрат	Не все адресаты умеют читать MMS. Обилие рекламы вызывает раздражение. Не все телефоны оснащены функцией MMS
WAP-маркетинг	Свежесть и интерес. Передача информации на любое расстояние в любое время. Снижение трудовых и временных затрат. Быстрый доступ к сайтам. Урезанные дизайнерские возможности	Не все клиенты умеют пользоваться WAP. Долгое введение логина, пароля, текста сообщения. Не все телефоны оснащены WAP. Дороговизна для клиентов
IVR (голосовые сервисы)	Передача информации на любое расстояние. Возможность передачи большого объема информации. Снижение трудовых и временных затрат. Автоматизация процесса. Удаляется фактор смущения клиента. Клиент самостоятельно выбирает необходимую ему информацию в удобное время	Ограничение средств представления товара (только звук). Необходимость высокой заинтересованности аудитории
Игры и программы	Снижение трудовых и временных затрат. Большая заинтересованность клиента	Обилие рекламы вызывает раздражение. Некоторые мобильные телефоны не поддерживают такие программы и игры
Bluetooth-маркетинг	Отбор адресатов. Максимальная приближенность к товару. Результативность, так как товар можно сразу здесь же и приобрести. Снижение трудовых и временных затрат. Взаимодействие в нужное время и в необходимом месте. Богатые возможности коммуникации. Бесплатность и простота передачи	Взаимодействие с клиентом только на добровольной основе. Некоторые мобильные телефоны не оснащены функцией Bluetooth. Привязаны к точке расположения персонального компьютера, на котором установлена программа

Сегодня в Украине тема мобильного маркетинга достаточно актуальна и требует детального изучения, с целью использования новейших технологий в продвижении товаров и услуг. Главная задача маркетолога – выбрать оптимальный инструмент, с учетом его достоинств и недостатков.



Рассмотренные инструменты должны стать составляющей частью эффективной маркетинговой политики предприятия, которая позволит стимулировать продажи, информировать клиентов, формировать имидж и бренд, повышать лояльность клиентов.

Научн. рук. Огиенко С. О.

Литература: 1. Закон Украины "О рекламе" от 3 июля 1996 г. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39. – Ст. 181. 2. iKS-Consulting: портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://iksconsulting.ru/news/3150607.html>. 3. Ляховская М. Путь к сердцу потребителя лежит через его телефон? Мобильные маркетинг и реклама: как это работает / М. Ляховская // Маркетинг Менеджмент. – 2008. – № 5. 4. Коваленко Ю. Мобильный маркетинг: основные этапы подготовки кампании / Ю. Коваленко // Рекламные технологии. – 2006. – № 7. – С. 12–15. 5. Гриник Н. Мобильный маркетинг: новый эффективный инструмент для продажи / Н. Гриник // Маркетинг и реклама. – 2008. – № 4. – С. 63–66. 6. Голубков Е. Основы маркетинга : учебник / Е. Голубков. – М. : ФинПресс, 2003.

УДК 658.7

Корицкая А. Н.

Студент 3 курса
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОСНОВНЫХ КОНЦЕПЦИЙ ЛОГИСТИКИ

Аннотація. Осуществлен сравнительный анализ концепций логистики и выявлены их преимущества и недостатки. Установлена степень внедрения концепций логистики в деятельность отечественных предприятий.

Анотація. Здійснено порівняльний аналіз концепцій логістики та виявлено їх переваги і недоліки. Встановлено ступінь впровадження концепцій логістики в діяльність вітчизняних підприємств.

Annotation. The comparative analysis of the concepts of the logistics is realized and its advantages and disadvantages are identified. The degree of the implementation of the concepts of the logistics to the activity of the domestic enterprises is fixed.

Ключевые слова: концепции логистики, виды деятельности предприятия.

В современных условиях эффективное управление и организация деятельности предприятий невозможны без применения логистического подхода. Перспективы успешного развития есть только у тех предприятий, которые внедряют в свою практику логистические концепции, основанные на опыте зарубежных предприятий. Их опыт показывает, что для любого предприятия центральным является вопрос прибыльности в результате наилучшего удовлетворения нужд потребителей. При этом основное внимание направлено на потребителя, выполнение его запроса в самые короткие сроки с минимальными затратами для предприятия.

Целью исследования является осуществление сравнительного анализа концепций логистики и установление степени их внедрения в деятельность отечественных предприятий.

Несмотря на большое количество исследований и публикаций, касающихся внедрения концепций логистики в деятельность предприятий, вопросы их использования все еще остаются не достаточно изученными. Эта проблема была затронута в работах зарубежных ученых Д. Бауэрсокса, Д. Клосса, М. Р. Линдерса, Г. Е. Фирона, а также в работах российских ученых Л. Б. Миротина и В. И. Сергеева. За последнее десятилетие также появились работы отечественных ученых, в которых исследуются современные проблемы логистики, Е. В. Крикавского, В. Е. Николайчука, В. В. Смирчинского, Ш. В. Прекопа и др.

Сравнительный анализ концепций логистики и примеры их использования на практике отечественными предприятиями приведены в таблице.

© Корицкая А. Н., 2010

Анализ основных концепций логистики

Цели	Преимущества	Недостатки	Использование
1	2	3	4
Just In Time (Точно в срок)			
Полная синхронизация поставок с процессами производства и реализации: производственные запасы подаются небольшими партиями непосредственно в нужные точки производственного процесса, минуя склад, а готовая продукция сразу отгружается покупателям	Уменьшение сроков производства конечного изделия. Сокращение издержек на хранение товара. Повышение гибкости производства при изменении параметров товара. Повышение производительности труда. Сокращение сроков подготовки к производству. Повышение контроля качества. Рационализация графика производства. Минимизация необязательной работы. Минимизация сбоев на производстве. Снижение вероятности перепроизводства	Увеличение транспортных расходов. Зависимость от экономической ситуации в стране. Зависимость от поставщиков. Возникновение дополнительной работы, которую необходимо осуществить при разгрузке. Возникновение простоев, в случае, если вся работа будет выполнена, а новые материалы еще не привезены. Сложности при внедрении концепции	Компания "ПОЧТОВО-ГРУЗОВОЙ КУРЬЕР", Киев, ЗАО "Мотордеталь-Правекс", Конотоп [1; 2]
MRP I – Materials requirements planning (Планирование потребностей в материалах)			
Удовлетворение потребности в материалах, компонентах и комплектующих для планирования производства и доставки потребителю Поддержка низких уровней запасов материальных ресурсов и готовой продукции Планирование производственных операций, расписаний доставки, закупочных операций	MRP оперирует данными не о прошлом потреблении, а о будущих потребностях. Снижение объема запасов, то есть экономия финансов, площадей, персонала и т.д. Повышение скорости оборачиваемости запасов. Отсутствие задержек, вызванных нехваткой материалов. Уменьшение количества срочных заказов. Возможность использования данных MRP для планирования других видов деятельности как на предприятии, так и в цепи поставок	Значительный объем вычислений и предварительной обработки данных. Увеличение затрат на обработку заказов и транспортировку при стремлении предприятия еще больше сократить запасы материальных ресурсов. Нечувствительность к кратковременным изменениям спроса. Увеличение количества отказов из-за большой размерности системы и ее сложности	ОАО "Харьковский тракторный завод", Харьков, ГП НПКГ "Заря"- "Машпроект", Николаев, ООО "Тесис", Киев [1; 2]
Lean Production (Бережливое производство)			
Обеспечение высоких стандартов качества продукции. Снижение производственных издержек. Обеспечение быстрого реагирования на потребительский спрос. Учитывание необходимости переналадки оборудования	Повышение уровня качества, уменьшение затрат на производство и сокращение времени выполнения заказа обеспечивают конкурентоспособность предприятия на рынке и увеличение объемов сбыта. Увеличение объемов сбыта укрепляет экономическое и финансовое положение предприятия, что дает возможность инвестировать средства в производственную базу предприятия, улучшение условий труда и мотивацию работников. Улучшение производственной базы предприятия и наличие заинтересованного квалифицированного персонала создают благоприятные условия для дальнейшего совершенствования предприятия путем совершенствования основных процессов	При низком уровне управления использование концепции может оказаться неэффективным. Необходимость в больших инвестициях. Сопrotивление работников новшества	Не выявлено

1	2	3	4
MRP II – Manufacturing resource planning (Планирование производственных ресурсов)			
Оптимальное формирование потока материалов, полуфабрикатов (в том числе находящихся в производстве) и готовых изделий. Интеграция всех основных процессов, реализуемых предприятием: снабжение, управление запасами, производство, продажа и дистрибуция, планирование, контроль за выполнением плана	Снижение запасов. Улучшение обслуживания клиентов, рост продаж. Увеличение производительности труда рабочих. Снижение затрат на закупку. Сокращение сверхурочных работ. Снижение необоснованно завышенных транспортных тарифов	При финансовом анализе в рамках MRP II не учитываются косвенные затраты (накладные расходы), инвестиционные платежи, график финансовых потоков	ЗАО "Артемовский завод по обработке цветных металлов", Артемовск [2]
ERP I – Enterprise resource planning (Планирование ресурсов предприятия)			
Информационная система для идентификации и планирования всех ресурсов предприятия, которые необходимы для осуществления закупок, производства, продаж и учета в процессе выполнения клиентских заказов. Методология эффективного планирования и управления всеми ресурсами предприятия, которые необходимы для осуществления закупок, производства, продаж, и учета при выполнении заказов клиентов в сферах производства, дистрибуции и оказания услуг	Позволяет использовать одну интегрированную программу вместо нескольких разрозненных. Единая система может управлять обработкой, логистикой, дистрибуцией, запасами, доставкой, выставлением счетов-фактур и бухгалтерским учетом. Реализуемая в ERP-системах система разграничения доступа к информации в комплексе с другими мерами информационной безопасности предприятия предназначена для противодействия внешним угрозам (промышленному шпионажу) и внутренним (хищениям). Внедряемые ERP-системы нацелены на максимальное удовлетворение потребностей предприятия в средствах управления бизнесом	Недоверие руководителей предприятий высокотехнологическим решениям приводит к слабой поддержке проекта, что делает осуществление проекта труднореализуемым. Нежелание подразделений предприятий предоставлять конфиденциальную информацию уменьшает эффективность использования данной концепции. Множество проблем, связанных с функционированием ERP, могут возникать из-за недостаточного вложения средств в обучение персонала, а также в связи с недоработанностью политики занесения и поддержки актуальности данных в ERP	ОАО "Харьковский тракторный завод", Харьков, ГП НПКГ "Заря"- "Машпроект", Николаев, ООО "Тесис", Киев, ЗАТ "Харьковский плиточный завод" Харьков [1; 2]
ERP II – Enterprise Resource and Relationship Processing (Управление ресурсами и взаимоотношениями предприятия)			
Концепция направлена на автоматизацию внешних связей и на создание так называемого "виртуального предприятия", отражающего взаимодействие предприятия, поставщиков, партнеров и потребителей, состоящее из автономно работающих, предприятий или временного объединения предприятий, работающих над одним проектом, программой и др.	Позволяет оптимизировать процессы закупок и продаж. Информация о заказах, полученных через Интернет, интегрируется с данными склада, отделов доставки, продаж, сервисных центров, что позволяет создать единый профиль клиента, эффективно обрабатывать заказы и быстро отвечать на них, создавать и хранить данные обо всех его обращениях, анализировать их и прогнозировать новые обращения	Трудность внедрения и использования этой концепции. Недоверие руководителей предприятия к нововведениям. Недостаток в квалифицированных кадрах	Не выявлено

1	2	3	4
CSRP – Customer Synchronized Resource Planning (Планирование ресурсов, синхронизированное с покупателем)			
Используется интегрированная функциональность ERP и осуществляется планирование производства и сбыта. Предлагаются действенные методы и приложения для создания продуктов с повышенной ценностью	Повышение качества товаров. Снижение времени поставки. Повышение ценности продуктов для покупателя. Снижение производственных издержек. Создание инфраструктуры, приспособленной для создания продуктов, удовлетворяющих нужды потребителей	Трудности с поддержкой носителей информации, отличных от жестких дисков (только СУБД Informix поддерживает магнито-оптические накопители) и практическая невозможность построения гетерогенных систем хранения. Недоверие руководителей предприятия к нововведениям. Недостаток в квалифицированных кадрах.	Не выявлено

Согласно данным таблицы каждая концепция обладает определенными преимуществами и недостатками. Кроме того, не все рассмотренные концепции логистики внедрены в деятельность отечественных предприятий. Проведенный анализ показал, что используемые концепции имеют разную степень внедрения:

а) высокая степень внедрения в деятельность отечественных предприятий принадлежит концепциям ERP I и MRP I;

б) средняя степень внедрения в деятельность отечественных предприятий принадлежит концепции Just In Time;

в) низкая степень внедрения в деятельность отечественных предприятий принадлежит концепциям MRP II, Lean Production, ERP II и CSRP.

Таким образом, проведенный сравнительный анализ концепций логистики установил, что в целом степень их внедрения в деятельность отечественных предприятий довольно низкая. Это связано с устоявшимися стереотипами, с недоверием руководства предприятий нововведениям, недостатком квалифицированных кадров и др. Дальнейшее исследование необходимо направить на разработку рекомендаций по внедрению концепций логистики в деятельность отечественных машиностроительных предприятий.

Научн. рук. Руденко А. Р.

Литература: 1. http://msynt.chat.ru/ccpm/CCPM_logist_r.htm. 2. <http://ukrlogistica.com.ua>.

Путятіна Ю. Г.

УДК 658.7

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІЛІСНОЇ СИСТЕМИ ЛОГІСТИКИ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено цілісну систему логістики торговельного підприємства, її суть, зміст, основи організації та принципи інтеграції.

Аннотация. Исследована целостная система логистики торгового предприятия, ее суть, содержание, основы организации и принципы интеграции.

Annotation. Integral logistic system of the trade enterprise, its essence, content, basis of organization and principles of integration are studied.

Ключові слова: торговельна логістика, система логістики торговельного підприємства, логістична інтеграція.

У сучасних умовах розвитку, які характеризуються процесами інтеграції та глобалізації, а також з переходом України від індустріальної економіки к ринковим відносинам, росту конкуренції, вступу України до СОТ, фінансової кризи перед торговельними підприємствами постає актуальна проблема зміцнення їх конкурентного статусу. Це можливо реалізувати завдяки своєчасному та в повному обсязі задоволенню основних вимог споживачів щодо рівня обслуговування. Ця вимога ті-



сно пов'язана зі змістом концепції логістики, яка набула великого поширення в діяльності підприємств у ролі інструменту оптимізації потокових процесів і управління витратами, пов'язаними з переміщенням товарних й інших матеріальних ресурсів у просторі та часі. Для торговельних підприємств ця концепція є привабливою насамперед тому, що вона пропонує чітку систему принципів, заходів і засобів для забезпечення наявності необхідної товарної маси в підприємствах торгівлі шляхом виконання комплексу логістичних операцій.

Таким чином, для успішної діяльності підприємства у сфері торгівлі необхідне дослідження комплексної та цілісної системи логістики торговельного підприємства, її суті, змісту, структури, організації та інтеграції тощо, що є досить актуальним на сьогоднішній день.

Метою статті є дослідження цілісної системи логістики торговельного підприємства, її суті, змісту, основ організації та принципів інтеграції. Для досягнення мети статті були поставлені та вирішені такі завдання: розглянути поняття, сутність та зміст торговельної логістики; проаналізувати її організацію у торговельному підприємстві, а також дослідити принципи та напрями інтеграції логістики торговельного підприємства.

Означена проблема не є новою. Проблеми застосування концепції логістики та логістичного підходу щодо управління діяльністю підприємств в умовах ринкових відносин були предметом дослідження таким провідних іноземних вчених, як Д. Дж. Бауерсокс та Д. Дж. Клосс [1], Д. Уотерс [2], М. Р. Ліндерс та Х. Е. Фірон [3], Д. Р. Сток та Д. М. Ламберт [4]. Серед вітчизняних вчених можна виділити Анікіна Б. А. [5], Гаджинського А. М. [6], Дрожжина О. М. [7], Кальченка А. Г. [8] та ін.

Комплекс логістичних операцій і процесів, які здійснюються торговельним підприємством з метою доведення товарних потоків до кінцевих споживачів товарів споживчого призначення, слід вважати логістикою торговельного підприємства [9].

Таким чином, на думку автора, під поняттям торговельної логістики, або логістики торговельного підприємства, слід розуміти процес планування, впровадження та контролю раціонального та ефективного руху матеріального та супутніх йому потоків, а також управління ними з використанням логістичного підходу в торговельній сфері.

Міщук І. П. стверджує, що основними функціональними напрямками діяльності торговельного підприємства при формуванні системи логістики є забезпечення процесів просторового переміщення товарної маси в логістичному ланцюгу, розвиток інфраструктури оптової та роздрібною торгівлі, здійснення комплексу внутрішньомагазинних і складських торгово-технологічних операцій і їх інформаційний супровід (документальне оформлення операцій надходження або відпуску товарів), виконання операцій зберігання товарів, їх підготовки до продажу, кількісних і якісних перетворень товарних партій, організація перевезень торговельних вантажів, організація логістичного обслуговування споживачів тощо [9].

Основним завданням управління системою логістики підприємств торгівлі слід вважати, на думку І. П. Міщука, створення інтегрованої системи регулювання і контролю матеріальних й інформаційних потоків, яка б забезпечувала доведення потрібного товару необхідної якості у необхідній кількості в обумовлені місце і час з мінімальними витратами. При цьому учасники створення логістичних ланцюгів повинні орієнтуватися на координацію всіх процесів товаропросування, починаючи від кінцевих операцій товаровиробника та закінчуючи сервісом споживача, й інтеграцію всіх функцій управління процесами розподілу готової продукції та послуг, починаючи від визначення мети, закінчуючи контролем якості логістичного сервісу [9].

Кальченко А. Г. виділяє такі основні питання, які вирішуються торговельною логістикою: планування й організації закупівель товарів у товаровиробників; планування й організації доставки закуплених товарів на бази і склади комерційних посередників; організації приймання, розміщення, зберігання товарів на базах та складах комерційних посередників; управління товарними запасами у сфері торгівлі; планування й організації продажу товарів покупцям; організації передпродажного та післяпродажного обслуговування споживачів [8].

Але, на думку автора, цей перелік не є вичерпним, тому що їх набір також повинен визначатися сукупністю зовнішніх і внутрішніх факторів торгівлі і, в першу чергу, формами її організації.

На думку автора, на організацію торговельної логістики на підприємстві впливають такі фактори, як: діяльність логістичних посередників, завдяки яким відбувається рух матеріального потоку від виробника до споживача, тобто, крім функцій, пов'язаних з комерцією, посередники виконують дуже важливі логістичні функції; регулювання сервісних систем; форми власності підприємств комерційного посередництва.

Кальченко А. Г. запропонував блок-схему організації торговельної логістики, яка передбачає таку послідовність логістичних операцій:

- 1) планування закупівель товарів для наступного перепродажу;
- 2) вибір форм організації закупівель;
- 3) організація закупівель товарів для наступного перепродажу;
- 4) вибір форм управління запасами;
- 5) управління запасами товарів;
- 6) вибір форм організації поставок;
- 7) планування й організація поставок товарів споживачам;
- 8) вибір форм обслуговування споживачів;
- 9) організація обслуговування споживачів [8].

Таким чином, на думку автора, є суттєві відмінності логістичної організації торгівлі від традиційної, що обумовлюються потенційною можливістю одержання ефекту інтеграції зусиль всіх учасників процесу фізичного переміщення товарів у сфері комерційного посередництва.



Основними принципами логістичної інтеграції є:

- 1) координація всіх процесів товароруку, починаючи із закупівлі товарів і закінчуючи поставкою їх споживачам (логістична координація);
- 2) інтеграція управління й контролю за матеріальними потоками (управлінська інтеграція);
- 3) єдина технологія матеріального потоку, включаючи комплекс послуг, що надаються клієнтам торговельного підприємства (технологічна інтеграція);
- 4) адаптація логістичних систем до змінюваних умов внутрішнього і зовнішнього середовища торговельної логістики (адаптивна інтеграція);
- 5) раціональна організація всіх елементів торговельної логістики, забезпечення їх узгодженості (організаційна інтеграція) [8].

Конкретні форми інтеграції торговельної логістики визначаються найрізноманітнішими факторами, починаючи від технологічної узгодженості основних ланок логістичного ланцюжка, і закінчуючи економіко-правовими обмеженнями монополізації сфери торгівлі, що встановлюються державою. Узагальнюючи теорію і практику торговельної логістики, можна виявити найбільш загальні напрями її інтеграції (рисунок) [8].



Рис. Основні напрями інтеграції торговельної логістики [8]

Основними напрямками внутрішньофірмової інтеграції є:

- 1) технологічна інтеграція, що має вираз у розробці єдиної технології матеріального потоку торговельного підприємства;
- 2) функціональна інтеграція, що може бути представленою створенням інтегрованої системи управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками;
- 3) комплексна інтеграція, що становить синтез технологічної та функціональної інтеграції [8].

Але, на думку автора, внутрішньофірмової інтеграції логістики недостатньо, оскільки вона не впливає на фактори зовнішнього середовища і повинна бути доповненою внутрішньогалузевою та міжгалузевою логістичною інтеграцією.

Напрямами внутрішньогалузевою інтеграції є:

- 1) горизонтальна інтеграція, що базується на узгодженні інтересів торговельних підприємств-конкурентів;
- 2) вертикальна інтеграція, що передбачає поєднання логістичних зусиль представників різних підгалузей торгівлі;
- 3) комбінована інтеграція, що сполучає вигоди двох попередніх форм внутрішньогалузевої інтеграції [8].

Але найбільший вплив на діяльність торговельних підприємств, на думку автора, має міжгалузева інтеграція.

Основними формами міжгалузевої інтеграції є:

- 1) регресивна інтеграція, що полягає у намаганні торговельного підприємства жорстко контролювати основних постачальників товарів (товаровиробників);
- 2) прогресивна інтеграція, суть якої полягає в тому, що торговельне підприємство намагається одержати чи поставити під жорсткий контроль інші підприємства торговельної інфраструктури (наприклад, підприємства транспорту, зв'язку тощо);
- 3) конгломератна інтеграція, що сполучає елементи інших форм міжгалузевої інтеграції [8].

Таким чином, створення цілісної системи логістики на торговельному підприємстві забезпечує його пристосування до змін ринкового середовища, якості управління, надійності взаємодії і вирішення завдань підприємства, а також ефективності його діяльності в цілому. Тобто концепція логістики та її інструментарій є реальним інструментом забезпечення стійкого розвитку торговельного підприємства, а також раціонального та ефективного руху матеріального та супутніх йому потоків.

Також для успішного розвитку підприємства повинні бути досягнуті інтеграційні процеси як у середині самого підприємства, так і на галузевому та міжгалузевому рівнях, які сприяють високим темпам поліпшення діяльності підприємства в цілому.

Наук. керівн. Колодізева Т. О.

Література: 1. Бауэрсонс Д. Логистика: интегрированная цепь поставок / Дональд Дж. Бауэрсонс, Дейвид Дж. Клосс. – 2-е изд. – М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2005. – 640 с. 2. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок / Д. Уотерс ; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с. 3. Линдерс М. Р. Управление снаб-

женням и запасами / М. Р. Линдерс, Х. Е. Фирон. – М. : Виктория Плюс, 2002. – 768 с. 4. Сток Д. Р. Стратегическое управление логистикой / Д. Р. Сток, Д. М. Ламберт. – Изд. 4-е. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 797 с. 5. Логистика : учебник для вузов / Б. А. Аникин, В. В. Дыбская, А. А. Колобов и др. ; под ред. проф. Аникина Б. А. – Изд. 3-е, перераб., доп. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 368 с. 6. Гаджинский А. М. Логистика : учебник для вузов / А. М. Гаджинский. – Изд. 11-е, перераб., доп. – М. : ИТК Дашков и К, 2004. – 432 с. 7. Дрожжин А. И. Логистика / А. И. Дрожжин. – М., 2007. – Режим доступа : www.e-college.ru. 8. Кальченко А. Г. Логистика : підручник / А. Г. Кальченко. – К. : КНЕУ, 2003. – 284 с. 9. Міщук І. П. Логистика торговельного підприємства: зміст, напрямки, проблеми [Електронний ресурс] / І. П. Міщук. – Режим доступу : www.nbu.vu.gov.ua.

УДК 331.211(477)

Ключнікова М. О.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

НОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ ДЛЯ РОБІТНИКІВ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотация. Розглянуто суть нової системи оплати праці робітників [Оплата з ризиком] аналізується доцільність та можливість її застосування на українських підприємствах.

Аннотация. Рассматривается суть новой системы оплаты труда рабочих [Оплата с риском] анализируется целесообразность и возможность её применения на украинских предприятиях.

Annotation. The essence of the new compensation package system for workers [Wages with the risk] is studied, the expediency and the possibility of using the new system on the Ukrainian enterprises are analyzed.

Ключові слова: оплата праці, матеріальна мотивація.

Готовність і бажання людини виконувати свою роботу є одним із ключових чинників успіху функціонування організації. Механічне примушення до праці не може дати високих позитивних результатів.

Мета дослідження – виявити нові підходи до формування системи оплати праці робітників та проаналізувати доцільність і можливість їх застосування на українських підприємствах.

Для вирішення проблем відповідності ефективності діяльності співробітника і розміру зарплати, яку він отримує, на заході використовується система [Pay for Performance] – [Плата за виконання] (далі, для зручності, – PFP). Під PFP розуміється застосування будь-яких методів оплати праці, при яких винагорода, що її отримує працівник, залежить від індивідуальних і групових досягнень у діяльності.

Яскравим прикладом творчого підходу до реалізації системи PFP є схема [Оплата з ризиком] яку використовує керівництво компанії Хегох, що займається інформаційними технологіями, для оплати праці співробітників. Вона передбачає, що задля отримання надбавок за свою роботу, робітники відмовляються від певного відсотка своєї заробітної плати, але за умови ефективної роботи отримують суму як мінімум вдвічі більшу, ніж та, від якої вони відмовилися [1, с.173].

На українських підприємствах систему [Оплата з ризиком] доцільно застосовувати як систему оплати праці робітників відрядної форми.

Для цього необхідно ввести новий показник – [розрахункова тарифна ставка] який розраховується шляхом ділення заробітної плати робітника за певний період (не має значення за якою системою оплати праці вона була нарахована) на кількість відпрацьованих ним за цей період нормо-годин.

Система [Оплата з ризиком] передбачатиме, що робітнику пропонуватиметься виконати значно більше від звичайного завдання.

Якщо робітник на нього погодиться, то його заробітна плата збільшиться порівняно з отримуваною раніше, бо вона нараховуватиметься за збільшеною розрахунковою тарифною ставкою. При цьому від робітника вимагається лише чітке виконання такого завдання, а його перевиконання оплачуватиметься за звичайною тарифною ставкою відповідного розряду, бо робити це за збільшеною розрахунковою тарифною ставкою для підприємства дуже дорого та невигідно.

У разі невиконання робітником завдання, на встановлення якого він дав згоду, заробітна плата йому нараховуватиметься за нижчою від розрахункової тарифною ставкою, що призведе до її зменшення порівняно зі звичайною.



Якщо ж робітник не погодиться на збільшене завдання, то він продовжуватиме працювати у звичайному ритмі та отримувати заробітну плату згідно з діючою на підприємстві системою оплати праці.

Таким чином, представлений підхід до формування системи оплати праці забезпечує значне швидке та контрольоване зростання продуктивності праці робітників на підприємстві, що, безумовно, означає збільшення виробництва, чого можна також досягти за допомогою найму нових робітників та оплати їхньої праці на звичайних умовах.

Основним та вирішальним недоліком системи оплати праці «Плата з ризиком» порівняно з наймом нових робітників є те, що зростає собівартість одиниці продукції. Але існують і такі переваги: метод розвитку виробництва при її застосуванні – інтенсивний; підприємство не витрачає кошти на підбір персоналу; не витрачається час на сам процес підбору нових робітників, пристосування робітника до роботи та умов праці, на його адаптацію у новому колективі.

Отже, умовами, в яких доцільно та можливо застосувати систему «Плата з ризиком» для формування заробітної плати робітників українських підприємств, є:

- відсутність часу або можливості найняти нових робітників;
- отримання додаткового прибутку від додаткової продукції;
- значне перевищення збільшеним завданням звичайного;
- низький середній відсоток втрат робочого часу за організаційно-технічними причинами;
- наявність фізичної можливості робітника виконати підвищене завдання;
- виконання підвищеного завдання не шкодитиме здоров'ю робітника;
- рівень підвищеного завдання дорівнює або є вищим за необхідний підприємству для вчасного виконання замовлення.

Для визначення приросту прибутку від додаткової продукції необхідно користуватися такою формулою:

$$\Delta\P\% = \frac{[I_p \times (Dfpr_{zp} \times I_{ep} + (1 - Dfpr_{zp}))] - [Dzp \times I_{ep} \times I_{ztc} + Dnr + Dzv \times (Dfpr_{zp} \times I_{ep} + (1 - Dfpr_{zp})) + Dnv]}{I_p - I_c} \times 100 - 100,$$

де I_c – індекс собівартості продукції у звітному періоді, її індекс дорівнює 1;

I_p – індекс рентабельності у звітному періоді;

Dzp – індекс витрат на заробітну плату основних робітників, що згодні на підвищення завдання та систему оплати праці «Плата з ризиком»

Dnr – індекс витрат на заробітну плату решти основних робітників;

I_{ep} – індекс збільшення завдання основним робітникам, які дали на це згоду;

I_{ztc} – індекс збільшення та зменшення розрахункової тарифної ставки;

Dzv – індекс інших змінних витрат;

$Dfpr_{zp}$ – індекс фонду робочого часу основних робітників, що згодні на підвищення завдання та систему оплати праці «Плата з ризиком»

Dnv – індекс постійних витрат.

Таким чином, розрахувавши приріст прибутку у плановому році, керівництво підприємства зможе зробити висновок про доцільність застосування системи оплати праці «Плата з ризиком». Якщо цей показник більше нуля, то підприємство отримуватиме додатковий прибуток від випуску додаткової продукції, якщо ж приріст прибутку менше нуля, то підприємство нестиме збитки від випуску додаткової продукції.

Представлений підхід до оплати праці не має аналогів в Україні, але його доцільно впроваджувати для оплати праці працівників вітчизняних підприємств, бо відмова робітника від частки своєї заробітної плати заради отримання змоги заробити більше буде ефективно стимулювати його покращити продуктивність своєї праці та дасть можливість на власний розсуд (враховуючи всі обставини: стан здоров'я, бажання та ін.) обирати чи не обирати більш напружений графік роботи. З іншого ж боку, підприємство працюватиме більш ритмічно (тобто планові показники будуть відповідати фактичним) та не втрачатиме гроші від невиконаних вчасно замовлень.

Наук. керівн. Потьомкін С. К.

Література: 1. Баран Р. Досвід закордонних країн у системі мотивації та стимулювання персоналу / Р. Баран // Регіональна економіка. – 2005. – № 1. – С. 169–176.

Студент 2 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ СТАНУ СУДОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Анотація. Наведено аналіз роботи судової системи України та розглянуто проблеми, які потребують реформування.

Аннотация. Приведен анализ работы судебной системы Украины и рассмотрены проблемы, которые требуют реформирования.

Annotation. An analysis of the judicial system of Ukraine is made and the problems that require reform are studied.

Ключові слова: судова система; судова влада; суд; судді; судова реформа.

У сучасних умовах значно зростає роль судової системи в захисті конституційних прав і свобод громадян, законних інтересів підприємств та державних структур. У Конституції нашої держави передбачено, що судова влада є однією із трьох гілок влади, при цьому ні першою, ні другою чи третьою, а рівною [1]. На жаль, Україна поки що не завжди розраховує на закон. У всіх цивілізованих правових державах сформована ідея презумпції довіри до суду. У нашій країні, навпаки, суспільство традиційно обережно відноситься до судової гілки влади.

У лютому 2002 року Верховна Рада України прийняла Закон України "Про судоустрій України" [2]. З прийняттям цього Закону вирішено низку питань щодо організації судової влади, забезпечення діяльності судів, здійснення суддівського самоврядування, як однієї з найважливіших гарантій забезпечення незалежності судів і суддів. Але судова система нашої держави все ще не повністю відповідає вимогам часу, а отже тематика даної статті в даний час є актуальною.

Питанням судочинства в Україні присвячені роботи таких вітчизняних учених: Бандурки О. М., Пономаренка В. С., Понікарова В. Д., Ялдіна І. В., Стаматіної М. В., Назаренка Д. В. та ін. Але, незважаючи, на значну кількість наукових праць є достатня кількість невирішених проблем.

Аналізуючи роботу судової системи можна відзначити основні види порушень у діяльності судів:

1. Недотримання строків розгляду справ. Так, із порушенням строків, встановлених Цивільним процесуальним кодексом України, залишаються нерозглянутими в середньому 200 тис. цивільних справ позовного й окремого провадження, що становить приблизно 25 % від усіх справ.

2. Невиконання норм про звільнення від кримінальної відповідальності. Державна судова адміністрація у своєму огляді зазначила порушення судами вимог розділу IX Кримінального кодексу України. Деякі судді звільняються від кримінальної відповідальності у зв'язку з дійовим каяттям або у зв'язку з примиренням винного з потерпілим осіб, які вчинили тяжкі злочини та злочини середньої тяжкості, хоча таке право в судді виникає лише відносно осіб, які скоїли невеликий злочин. Такі самі зловживання суддів виявлено при звільненні від кримінальної відповідальності у зв'язку із зміною обстановки. Окремі суди звільняють від кримінальної відповідальності за цією підставою осіб, які вчинили тяжкі та особливо тяжкі злочини.

3. Незадовільна якість розгляду справ судами першої інстанції. Кількість рішень місцевих загальних судів, скасованих або змінених в апеляційному порядку, зростає з кожним роком. Майже кожна четверта розглянута апеляція на вирок (ухвалу, постанову) суду апеляційними судами задовольняється.

Серед причин зазначених порушень слід назвати такі:

1. Відсутність чітких обґрунтованих напрямів реформування судової системи.

Реформа судової гілки влади має бути виваженою та перш за все забезпечувати доступність правосуддя, проте на даному етапі реформування судової системи здійснюється без урахування наслідків та доцільності впровадження новацій. Так, Концепція вдосконалення судівництва для утвердження справедливого суду в Україні відповідно до європейських стандартів передбачає складну чотириланкову організацію судової системи. Така побудова системи судів ускладнює доступ громадян до правосуддя та суперечить Конституції, яка визначає три інстанційні функції суду та відповідні три ланки суду.



2. Недостатнє фінансування.

Матеріальне забезпечення судів навіть на рівні законодавчо визначених коштів унеможливується через невиконання приписів щорічного Закону про Державний бюджет. Також не треба запліщувати очі на аварійний стан будівель, де знаходяться суди, тому що працювати в таких умовах дуже важко, відповідно знижується працездатність людини, а також системи взагалі. Держава не забезпечує канцелярськими товарами у потрібній мірі, люди повинні витратити власні кошти для купівлі даних товарів.

3. Недостатні заробітні прати робітників суду.

Завантаженість роботою дуже велика, але подяка за це не вимірюється повною мірою. Люди повинні виконувати свою роботу поза робочим часом, у свої вихідні, залишаючись після робочого дня на своїх місцях. Але все це не фінансується. Тобто не заохочує людину до праці. Але, з іншого боку, великі обсяги роботи повинні бути виконаними, інакше працівник буде покараний.

4. Перевантаження судів.

Кожного року зростає кількість справ і матеріалів, які надходять до судів. У той же час збільшення загальної чисельності суддів місцевих загальних судів було не суттєвим. Тому судді повинні перевиконувати свій план, тому на кінець року залишається великий залишок справ, що не є правильним. Людина просто фізично не може впоратися з такою чисельністю роботи. За таких умов суддя не може здійснювати правосуддя без порушення процесуальних строків розгляду справ.

5. Недоступність правосуддя.

Серед проблем, що перешкоджають громадянам реалізувати своє право на доступне правосуддя, слід виокремити:

нечітке визначення та розмежування юрисдикції судів;

ускладнену судову процедуру;

відсутність системи правової допомоги малозабезпеченим громадянам.

6. Неefективний механізм виконання судових рішень.

Рівень виконання судових рішень залишається низьким. Причинами неefективного виконання судових рішень є незадовільний стан організаційного і матеріального забезпечення виконавчої служби, відсутність можливості виконати судові рішення через протидію боржників (наприклад, обмеження доступу виконавця до приміщення або майна боржника), безкарність дій боржника.

7. Недосконалість системи формування суддівського корпусу та механізму дисциплінарної відповідальності суддів.

Діючі процедура призначення, обрання на посаду судді та існуючий порядок підготовки і розгляду матеріалів для призначення на посаду професійного судді вперше чи обрання безстроково є занадто складним та тривалим. Крім того, під час підбору кадрів на посади суддів має місце неналежний рівень підготовки деяких кандидатів, які претендують на посаду професійного судді вперше.

Отже, видно, що судова система зовсім не досконала і потребує змін, тому що такий подальший стан судочинства може призвести до поглиблення проблематики даної системи. Розглянуті проблеми потребують таких реформ: підвищення вікового цензу суддів; прийняття на роботу тільки кваліфікованих кадрів з досвідом роботи; контролювання вищими судами нижчих за виконанням строків розглядання справ; достатнє фінансування з бюджету; достойні заробітні плати; розширення штату, що приведе до меншої завантаженості суддів; забезпечення правової допомоги малозабезпеченим людям; організаційне й матеріальне забезпечення виконавчої служби, яке забезпечить ефективність виконання судових рішень.

Сьогодні наша держава знаходиться у складному стані. Перед органами влади стоять питання щодо реорганізації багатьох напрямків політичного, економічного, соціального й правового аспектів [3]. Тобто вищезазначені проблеми судової системи повинні бути реалізовані в окремій реформі, яка зможе досконала відновити діяльність однієї з гілок влади України й головним завданням якої стане створення незалежної і справедливої судової влади.

Наук. керівн. Назаренко Д. В.

Література: 1. Конституція України // Відомості Верховної Ради. – 1996. – № 30. – С. 141. 2. Закон України "Про судоустрій України" // Відомості Верховної Ради. – 2002. – № 27–28. – С. 180. 3. Понікаров В. Д. Порядок судового захисту економічних інтересів : навч.-практ. вид. / В. Д. Понікаров, І. В. Ялдин, М. В. Стаматіна, Д. В. Назаренко. – Харків : РВФ "Арсис, ЛТД", 2009. – 232 с.

Студент 4 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Анотація. Обґрунтовано роль податкової політики, досліджено погляди вітчизняних вчених і зарубіжний досвід щодо вирішення проблеми ефективності податкової політики в умовах фінансової кризи. Запропоновано напрями удосконалення механізму функціонування податкової політики в умовах фінансової кризи.

Аннотация. Обоснована роль налоговой политики, исследованы взгляды отечественных ученых и зарубежный опыт относительно решения проблемы эффективности налоговой политики в условиях финансового кризиса. Предложены направления усовершенствования механизма функционирования налоговой политики в условиях финансового кризиса.

Annotation. The role of tax policy is grounded, the ideas of domestic scientists and foreign experience in relation to the decision of problem of the efficient tax policy in the conditions of financial crisis are explored. Directions of improvement of tax policy in the conditions of financial crisis are offered.

Ключові слова: антикризова податкова політика, податкове регулювання, податкова політика, фінансова криза.

Актуальність дослідження основних напрямів трансформації механізму податкового регулювання обумовлена тим, що національна податкова політика повинна визначатися не тільки потребами наповнення дохідної частини бюджету, але й базуватися на аналізі нестійкого економічного становища на даному етапі, орієнтуватися на довгострокові цілі стимулювання конкурентоспроможності вітчизняних виробників. У зв'язку з цим проблема податкової політики держави визначається в оптимізації величини фінансових ресурсів, що централізуються в бюджеті, а також коштів, які залишаються в розпорядженні підприємства. А в умовах фінансової кризи, яка охопила більшість країн світу, роль податкової політики надзвичайно важлива.

Огляд останніх досліджень і публікацій підтверджує, що в Україні зростає інтерес до проблем розбудови податкової системи, удосконалення системи оподаткування. Об'єктом наукових досліджень дедалі частіше виступають інструменти податкової політики та їхній вплив на основні макроекономічні показники й окремі сектори економіки. Вони проаналізовані у працях вітчизняних економістів Ю. Іванова, В. Ільяшенко, В. Мельника та ін. Водночас дослідження питань взаємовпливу податкової політики та нестабільного економічного становища вимагає поглибленого аналізу, оскільки ефективність податкової політики – одна з найбільш актуальних проблем в умовах фінансової кризи.

Метою статті є розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення механізму функціонування податкової політики в умовах фінансової кризи.

Ключовим завданням для подолання негативних проявів фінансової кризи є вибір заходів стимулювання у фіскальній сфері країни. По-перше, такі заходи повинні стосуватися конкретних проектів, які принеситимуть максимальну віддачу в короткий термін. По-друге, ці проекти слід реалізовувати у тих галузях, які згодом забезпечать стабілізацію та розвиток економіки. По-третє, податкові стимули на короткі терміни мають обумовлювати збільшення доходів громадян, що не мають доступу до кредитних ресурсів [1, с. 96].

Таким чином, в Україні існує потреба підвищення ефективності податкової політики за декількома напрямками.

Так, необхідно переорієнтувати податкове регулювання і стимулювання з виробничо-бізнесової спрямованості на соціальну [2, с. 14]. Такі зміни мають передбачати заходи, що стимулюватимуть зростання доходів населення та платоспроможний попит. При цьому сукупні доходи населення повинні бути збільшені шляхом їх перерозподілу між індивідами з метою запобігання зростанню інфляції.



Одним із шляхів реалізації зазначеного є зміщення податкового навантаження на платників з високими доходами. Також необхідно терміново ввести неоподатковуваний мінімум і прогресивну шкалу ставок податку з доходів фізичних осіб, враховуючи зарубіжний досвід. Так, в Індонезії були зменшені щомісячні податкові відрахування з доходів громадян у січні та червні 2009 року на 25 %. Уряд Чилі скоротив суму податку з доходів на 15 % для громадян, які у 2008 році отримали доходів менш ніж 3,4 тис. дол., а також знизив податки на 7 % для громадян, які мали дохід більш ніж 3,4 тис. дол. [3].

Іншим напрямом підвищення ефективності податкової політики є введення податку на нерухоме майно (нерухомість). Для запобігання негативним соціальним наслідкам упровадження цього податку доцільно встановити на перехідний період (три календарних роки) підвищений рівень неоподаткованого мінімуму майна фізичних осіб. Для юридичних осіб як компенсація пропонується вирахування (на умовах податкового кредиту) сплаченої суми податку на майно з податкових зобов'язань з податку на прибуток без права перенесення від'ємної різниці на наступні податкові періоди [4, с. 114].

Доцільність введення податку на нерухомість підтверджує зарубіжний досвід. Наприклад, в Угорщині цей податок запроваджено з 2010 року. Ставка на нерухомість вартістю до 140 тис. дол. складає 0,25 %. Для нерухомості вартістю від 140 до 235 млн – 0,35 %, для майна вартістю більш ніж 235 млн дол. – 0,5 % [3]. За рахунок проведених змін у законодавстві уряд Угорщини планує збільшити дохідну частину бюджету за рахунок упровадження податку.

На думку автора, актуальним є реформування податку на додану вартість. При цьому європейський досвід засвідчує обґрунтованість і доцільність використання диференційованих ставок ПДВ. Так, Фінляндія зменшила ставку податку на додану вартість з 17 % до 12 %. У Франції з січня 2009 року перейшли з щоквартального відшкодування ПДВ на щомісячне. В Бельгії ставку ПДВ для витрат, пов'язаних з будівництвом нового житла, зменшено з 21 % до 6 %. У Китаї ставку ПДВ для малих підприємств на початку 2009 року зменшено з 6 % до 3 %, а норми відшкодування цього податку з 1 лютого збільшено. Це дозволить залишити у розпорядженні підприємств текстильної промисловості додатково 731 млн дол. Такі дії влади є важливою економічною та соціальною підтримкою цієї галузі [3].

Запровадження знижених ставок, зокрема щодо товарів першої необхідності, неодноразово обґрунтовувалося вітчизняними вченими [2, с. 14; 4, с. 116]. Отже, раціонально стимулювати платоспроможний попит за рахунок зменшення податкової ставки ПДВ до 18 % і введення пільгової (зниженої) 10-процентної ставки податку для товарів першої необхідності з одночасним скасуванням звільнення від оподаткування операцій з поставки відповідних груп товарів.

В умовах фінансової кризи потрібно раціонально здійснювати витрати на соціальні програми. Так, виплата допомоги громадянам у кінцевому підсумку може призвести до зменшення зацікавленості частини населення в підвищенні власного життєвого рівня, зниження економічної активності, що негативно вплине на рівень виробництва у країні. Також необхідно враховувати можливість бюджету щодо фінансування соціальних програм на середньо- і довгостроковому перспективу. Таким чином, соціальні видатки нераціонально використовувати як стимул розвитку економіки чи як антикризовий захід, адже нарощування таких видатків можливе лише за умов поступального розвитку економіки.

Отже, для вирішення проблеми підвищення ефективності податкової політики в умовах фінансової кризи найбільший інтерес становлять державні закупівлі товарів та послуг. Найефективнішими з них, з регулятивної точки зору, є ті, які стосуються купівлі матеріалів для будівництва об'єктів загальносуспільного значення (будівництво доріг, реалізація плану підготовки до Євро – 2012). Фінансування таких закупівель і замовлень не може здійснюватися повністю за рахунок держбюджету, тому необхідно залучати інвестиції приватного сектору [2, с. 16].

Актуальною залишається проблема розробки простих і зрозумілих податкових норм для суб'єктів господарювання.

Нормативно-правова база оподаткування є складною, неоднорідною та нестабільною, а окремі законодавчі норми – недостатньо узгоджені, суперечливі. Такий стан правової бази може бути виправданий на початковому етапі формування податкової системи, однак неприйнятний на даному етапі розвитку економіки.

Чимало норм мають неоднозначне тлумачення під час їх застосування, що негативно позначається на діяльності підприємницьких структур, знижує привабливість національної економіки для іноземних інвесторів та ускладнює діяльність вітчизняних підприємств, особливо середнього і малого бізнесу [5, с. 24].

У результаті проведеного дослідження в умовах поглиблення фінансової кризи, її масштабного впливу на реальний сектор економіки, бюджетну сферу і домашні господарства пропонується вдосконалити податкову політику за такими напрямками:

- 1) здійснення оцінки впливу тіньової економіки на податкову базу на основі методології оцінки взаємовпливу тіньової та офіційної економіки з використанням відповідних математичних моделей;
- 2) реформування системи оподаткування фізичних осіб на основі упровадження прогресивної шкали. Включити до складу податкового кредиту з податку з доходів фізичних осіб сплати комунальних послуг, відрахувань на державне соціальне страхування;
- 3) введення податку на нерухомість за помірними диференційованими ставками;
- 4) упровадження неоподаткованого мінімуму доходів громадян у розмірі мінімальної заробітної плати;
- 5) зменшення податку на додану вартість до 18 % і впровадження пільгової ставки в розмірі 10 % для товарів першої необхідності;



б) збільшення державних витрат на закупівлю товарів і послуг, зокрема тих, що стосуються купівлі матеріалів для будівництва об'єктів загальносуспільного значення; раціональне здійснення витрат на соціальні програми з урахуванням негативного ефекту від їх надмірного збільшення;

б) розгляд і затвердження Податкового кодексу, що дозволить значно поліпшити механізм адміністрування податків і зборів, стабілізувати процеси стягнення податків, поповнити бюджети різних рівнів, зменшити надмірне податкове навантаження на суб'єктів господарювання.

Таким чином, з метою подолання проявів фінансової кризи уряд повинен прийняти програму антикризових заходів, яка має передбачати затвердження основних напрямків податкової політики на найближчу перспективу.

Наук. керівн. Найденко О. Є.

Література: 1. Ільяшенко В. А. Формування державної податкової політики в Україні: монографія / В. А. Ільяшенко, О. В. Покатаєва; Класичний приватний університет. – Запоріжжя: КПУ, 2009. – 196 с. 2. Мельник В. М. Фіскальна політика держави в умовах фінансової кризи / В. М. Мельник // Фінанси України. – 2008. – № 11. – С. 11–17. 3. Кузнецов К. О. Податкова політика: зарубіжний досвід [Електронний ресурс] / К. О. Кузнецов. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/>. 4. Іванов Ю. Б. Податкова політика в контексті антикризового регулювання економіки / Ю. Б. Іванов // У кн. Ліберманівські читання: економічна спадщина та сучасні проблеми: монографія / під заг. ред. докт. екон. наук, проф. Пономаренка В. С., докт. екон. наук, проф. Кизима М. О., канд. екон. наук, доц. Зими О. Г. – Харків: ФОП Лібуркіна Л. М.; ВД «ІНЖЕК», 2009. – С. 108–120. 5. Варналій З. С. Особливості податкової політики України на сучасному етапі / З. С. Варналій // Наук. вісн. Нац. ун-ту Держ. податк. служби України (економіка, право). – 2008. – № 2. – С. 20–31.

УДК 005.915:005.343

Яртим І. А.

Студент 4 курсу
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Застосовано та вдосконалено методику проведення рейтингової оцінки конкурентоспроможності та фінансового стану для підприємств коксохімії та металургії України.

Аннотация. Применено и усовершенствовано методику проведения рейтинговой оценки конкурентоспособности и финансового состояния для предприятий коксохимии и металлургии Украины.

Annotation. The methods of rating evaluation of competitive ability and financial position for enterprises of cokechemistry and metallurgy in Ukraine are adapted and improved.

Ключові слова: рейтинг, оцінка, конкурентоспроможність, фінансовий стан.

В умовах ринкових відносин та загострення конкурентної боротьби в лідируючих позиціях залишаються тільки ті підприємства, які здатні до швидких змін в організації управління, до постійного оновлення виробництва тощо.

Існує декілька методичних підходів для проведення рейтингової оцінки, але кожен з них розглядає лише окремі аспекти порівняння підприємств з точки зору їх конкурентоспроможності та фінансового стану взагалі.

Метою даної роботи є застосування та вдосконалення методології проведення рейтингової оцінки конкурентоспроможності та фінансового стану коксохімічних та металургійних підприємств України.

Для досягнення вищезазначеної мети поставлені такі завдання: розглянути суть рейтингової оцінки, провести факторний аналіз діяльності підприємств, обраних для дослідження, за допомогою

© Яртим І. А., 2010



методу експертних оцінок визначити показники, що будуть покладені в основу побудови рейтингу, побудувати рейтинг промислових підприємств, виходячи з аналізу їх діяльності.

Можна назвати досить багато авторів, які займалися вивченням проблеми комплексної рейтингової оцінки підприємств різних галузей економіки. Серед них: Іонова А. Ф., Берднікова Т. Б., Буєвич С. Ю., Ковалев В. В., Мних Є. В., Селезньова С. С., Черкасов І. О., Шеремет Ф. Д.

Теорія аналізу фінансів, підприємництва та економіки підприємства розглядає поняття фінансовий стан не лише як якісну характеристику його фінансів, але як і явище, що може бути кількісно виміряне. Цей принциповий висновок дозволяє сформулювати загальні принципи побудови науково обґрунтованої методики оцінки фінансового стану, рентабельності та ділової активності підприємства, незалежно від форми власності та виду діяльності.

При розробці управлінських рішень з метою спільного обліку та співставлення різних факторів, часткового уникнення невизначеності широко використовуються рейтинги. Слово «рейтинг» перекладається як «оцінка» й коріннями воно йде до латинського «ratio», що означає «розум; розрахунок; міркування; відношення» [1].

Підсумкова рейтингова оцінка враховує усі найважливіші параметри (показники) фінансово-господарської та виробничої діяльності підприємства, тобто господарської активності в цілому. При її побудові враховуються дані про виробничий потенціал підприємства, рентабельність його продукції, ефективність використання виробничих та фінансових ресурсів, стан та розміщення коштів, їх джерела та інші показники. Тому вибір та обґрунтування вихідних показників фінансово-господарської діяльності повинні здійснюватись згідно з досягненнями теорії фінансів підприємства, виходити з цілей оцінки.

З огляду на досить великий обсяг статистичних даних про діяльність підприємств як метод моделювання й оцінки факторів потенціалу обраний факторний аналіз. Він дозволяє виділити та оцінити не лише вплив чітко визначених, явних факторів, але й наявність латентних, не видимих з першого погляду чинників, але вплив яких на підсумковий, результативний показник може бути вагомим.

Для проведення розрахунків факторного аналізу використаний модуль Factor Analysis і Principal Components (головних компонентів) ліцензійного статистичного пакета Statgraphics Plus 5.1 International Professional. За допомогою компонента Factor Analysis із розрахованих вхідних показників були обрані 5 факторів, які разом складають 82,61 % їх мінливості. Структура факторів наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Фактори стану процесів розвитку потенціалу підприємств [2]

Назва фактора	Показники, що формують фактор
Ефективності діяльності підприємства	рентабельність сукупного капіталу, операційний прибуток на 1 грн виручки від 1 реалізації, чистого прибутку на 1 грн виручки від реалізації та коефіцієнта автономії
Достатнього ступеня адаптивності потенціалу	коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт швидкої ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт обіговості оборотного капіталу і коефіцієнт обіговості власного капіталу
Незалежності діяльності підприємства	коефіцієнт маневреності власних обігових коштів та рентабельність інвестиційної діяльності
Ділової активності підприємства	оборотність кредиторської заборгованості та фондвіддача основних виробничих фондів
Фінансової результативності	коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості та валовий прибуток на 1 грн виручки від реалізації

Отримані фактори були покладені в основу побудови рейтингу, в якому підприємства будуть рангуватися в порядку зростання рейтингової оцінки. Для кожного аналізованого підприємства значення його рейтингової оцінки визначається за формулою (1):

$$R_j = \sum k_i \times (X_{1cp} + X_{2cp} + X_{ncp})_{F_m}, \quad (1)$$

де R_j – рейтингова оцінка для j-го підприємства;
 k_i – вагові коефіцієнти факторів, призначувані експертом;
 $(X_{ncp})_{F_m}$ – показники, які відносяться до m-го фактора.

Для визначення вагових коефіцієнтів використаний метод експертних оцінок, погодженість яких оцінено за величиною коефіцієнта конкордації, що обчислюється за формулою (2) [12, с. 348]:

$$W = 12S / n^2 (m^3 - m), \quad (2)$$

де S – сума квадратів відхилень всіх оцінок рангів кожного об'єкта експертизи від середнього значення;
n – кількість експертів;
m – кількість спостережень (кількість факторів).

Розрахунок вагових коефіцієнтів наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Розрахунок коефіцієнта конкордації

Назва фактора	Сума балів фактора	Ваговий коефіцієнт фактора	Середнє відхилення (гр.4 – р.4)	Квадратичне відхилення (гр. 4) ²
Ефективності діяльності підприємства	20	0,282	5,8	33,64
Достатнього ступеня адаптивності потенціалу	19	0,268	4,8	23,04
Незалежності діяльності підприємства	11	0,155	-3,2	10,24
Ділової активності підприємства	10	0,141	-4,2	17,64
Фінансової результативності	11	0,155	-3,2	10,24
Середнє значення за факторами = (20+19+11+10+11) / 5 = 14,2				0,155
Сума квадратичних відхилень				94,8

$$W = 12 \times 94,8 / 4^2 (5^3 - 5^2) = 12 \times 94,8 / 16 (125 - 25) = 0,711.$$

Для визначення узагальненої оцінки порядкового рейтингового номера було замінено числові значення відповідно до вербально-числової шкали (табл. 3). За основу взято вербально-числову шкалу Харрінгтона, яка досить широко використовується в експертних оцінках для характеристики ступеня вираження критеріальних властивостей.

Таблиця 3

Шкала Харрінгтона

№ п/п	Зміст рівня градації	Числове значення градації	Значення рейтингового числа, що відповідає градації
1	Дуже висока	0,3 – 0,4	до 3,6721
2	Висока	0,2 – 0,3	0,36722 – 4,0
3	Середня	0,1 – 0,2	4,01 – 5,9
4	Низька	0 – 0,1	вище 6,0

Функцію Харрінгтона побудовано за допомогою компонента Plot функції Probability Distribution Normal (рисунок).

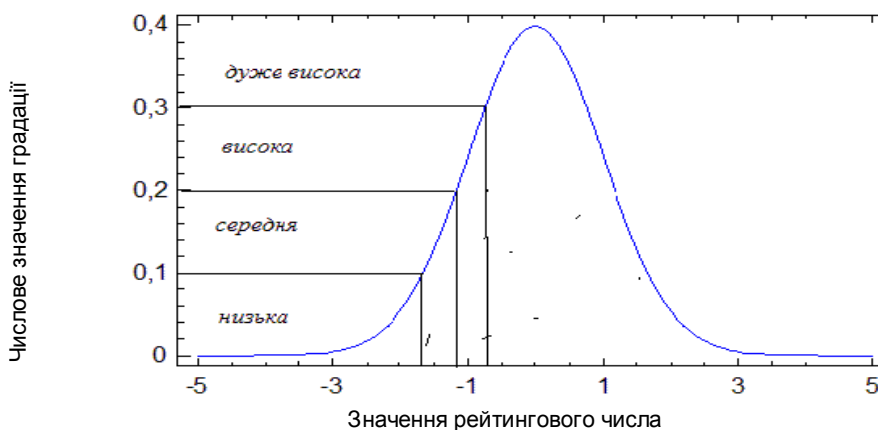


Рис. Функція належності Харрінгтона

Таким чином, підприємства з дуже високим рейтинговим числом займають найвищу позицію в рейтингу і навпаки.

Науковим результатом дослідження є вдосконалення методики рейтингової оцінки конкурентоспроможності та фінансового стану підприємств за рахунок використання комплексу статистичних методів. Використання цих методів дає можливість більш точно оцінити становище підприємств та виокреслити пріоритети щодо загальної оцінки їх діяльності.

Наук. керієн. Петряєва З. Ф.

Література : 1. Ионова А. Ф. Финансовый анализ : учебник / А. Ф. Ионова, Н. Н. Селезнева. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 624 с. 2. Петряева З. Ф. Организация і методика економічного аналізу : навчальний посібник. Ч. 2 / З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – 240 с. 3. Баканов М. И. Теория экономического анализа : учебник / М. И. Баканов, А. Д. Шеремет. – 4-е изд., доп. и перераб. – М. : Финансы



и статистика, 2001. – 416 с. 4. Горелик О. М. Финансовый анализ с использованием ЭВМ : [учебное пособие] / О. М. Горелик, О. А. Филиппова. – М. : КНОРУС, 2007. – 272 с. 5. Николаева М. А. Методы и алгоритмы построения рейтингов / М. А. Николаева, О. Ф. Юнцевич // Информационные технологии. – 2003. – № 12. – С. 7–18. 6. Пястолов С. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / С. М. Пястолов. – 3-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2004. – 336 с. 7. Савицкая Г. В. Экономический анализ : учебник / Г. В. Савицкая. – 11-е изд., испр. и доп. – М. : Новое знание, 2005. – 651 с. – (Экономическое образование).

Бурдовіцина А. А.

УДК 005.915

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

АНАЛІЗ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотация. Розкрито поняття фінансової стійкості підприємства; визначено фінансову стійкість підприємства ЗАТ ЗМБК "Коктебель"; зроблено розрахунок порогу рентабельності і запаса фінансової стійкості.

Аннотация. Раскрыты понятия финансовой устойчивости предприятия; определена финансовая устойчивость предприятия ЗАО ЗМБК "Коктебель"; произведен расчет порога рентабельности и запаса финансовой устойчивости.

Annotation. The concepts "financial stability of the enterprise" is studied; the financial stability of the enterprise CJSC "FBFC Koktebel" is determined. The account of a threshold of profitability and stock financial stability is made.

Ключові слова: фінансова стійкість, зона безпечності, маржинальний метод, багатофакторна модель.

За ринкових умов господарювання дослідження фінансової стійкості підприємств та визначення шляхів її поліпшення набуває особливого значення, оскільки стійкий фінансовий стан окремих господарюючих суб'єктів є передумовою добробуту робітників підприємства, своєчасного і в повному обсязі виконання бюджету, стабілізації економіки країни в цілому. Значна кількість підприємств в Україні відчуває нестачу обігових коштів. За своєчасної розробки та впровадження заходів, спрямованих на поліпшення фінансової стійкості в довгостроковому періоді, такі підприємства можуть збільшити свій майновий потенціал, відновити платоспроможність та прибутковість.

Різні аспекти проблеми дослідження економічної стійкості суб'єкта господарювання знайшли своє відображення у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних авторів, таких, як Стоянова Є. С., Бочаров В. В., Балабанов І. Т., Ізмайлова К. В., Селезнева Н. Н., Грачов А. В., Савицька Г. В., Забродський В. А. та ін. [1 – 9].

Аналіз економічної літератури свідчить про наявність різноманітних тлумачень сутності фінансового стану та визначень фінансової стійкості підприємства, а також про відсутність єдиної точки зору щодо методології і способу обчислення показників оцінки фінансового стану підприємства. Тому важливим є уточнення поняття фінансової стійкості.

Результати аналізу дозволяють зробити висновок, що більшість учених до ознак фінансової стійкості відносять: оптимальне співвідношення власного та позикового капіталу, а також основних та обігових коштів; платоспроможність; ефективне формування, розподіл й використання фінансових результатів.

Отже, фінансова стійкість – комплексне поняття, яке перебуває під впливом різноманітних фінансово-економічних процесів. Тому її слід визначити як такий стан фінансових ресурсів підприємства, результативності їхнього розміщення й використання, при якому забезпечується розвиток виробництва чи інших сфер діяльності на основі зростання прибутку й активів при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності.

Фінансова стійкість характеризується за допомогою абсолютних і відносних показників. Абсолютні показники фінансової стійкості: наявність власних обігових коштів; наявність власних обігових коштів і довгострокових джерел; загальна величина основних джерел коштів для формування запасів.

На основі цих трьох показників розраховуються величини, які дають оцінку розміру джерел для покриття запасів, формують трикомпонентний показник та дозволяють визначити тип стійкості підприємства.

© Бурдовіцина А. А., 2010

За даними фінансової звітності підприємства ЗАТ ЗМВК "Коктебель" було визначено його фінансовий стан. Підприємство використовує власні обігові кошти й довгострокові кредити для покриття витрат. Таким чином, підприємство має нормальну фінансову стійкість, яка відображає можливість підприємства своєчасно та в повному обсязі розрахуватися із кредиторами та інвесторами, а також свідчить про ефективне використання позикових коштів і високу прибутковість виробничої діяльності.

Необхідно зазначити, що такий тип фінансування запасів є "нормальним" з точки зору фінансового менеджменту.

Поряд із цим оцінка фінансової стійкості передбачає аналіз факторів формування показників, які характеризують стабільність функціонування підприємства з позиції забезпечення прибутковості операційної діяльності. Серед цих показників чільне місце належить порозу рентабельності та запасу фінансової стійкості, розрахунок яких проводиться за інформацією форми № 2 "Звіт про фінансові результати".

У 2009 році порівняно з 2008 роком при збільшенні операційного доходу на 68 066 тис. грн (12,91 %) операційні витрати зросли на 16 936 тис. грн (3,58 %). Підсумком такої динаміки стало збільшення прибутку від операційної діяльності на 51 130 тис. грн, що становить 93,32 % та вказує на значне покращення роботи підприємства. Серед операційних витрат змінні витрати зменшилися на 262 432,56 тис. грн (71,41 %), а постійні витрати, навпаки, збільшилися на 2 291,61 тис. грн (2,18 %).

Позитивним з точки зору динаміки фінансової стійкості підприємства є не лише зменшення абсолютного показника порогу рентабельності (на 216 409,27 тис. грн, або 62,43 %), а й зменшення його питомої ваги в операційному доході з 65,74 до 21,88 %. Тобто якщо в базовому році для покриття операційних витрат використовувалася сума операційного доходу, яка становила 65,74 % від фактичного доходу, то вже у звітному році – відповідно 21,88 %. Запас фінансової стійкості збільшився з 34,26 до 78,12 %, тобто рівень даного показника став набагато вищим і свідчить про стабільність роботи сільськогосподарського підприємства за критерієм забезпечення прибутковості операційної діяльності.

Щоб поглибити економічний аналіз, можна побудувати багатофакторні рівняння регресії, використовуючи сучасні методи і засоби обчислювальної техніки. Застосування множинної регресії підвищує практичну цінність одержаних результатів і розширює діапазон їх використання. Розрахунки в ході кореляційно-регресійного аналізу, застосованого в даній роботі, здійснені з використанням ліцензійного статистичного пакета Statgraphics Plus 5.1 International Professional.

Була отримана доброякісна модель, що показує, як впливають на коефіцієнт фінансового ризику п'ять змінних ознак: X1 – коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості; X2 – коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості; X3 – коефіцієнт чистої рентабельності продаж; X4 – питома вага позичкового капіталу у валюті балансу; X5 – коефіцієнт поточної ліквідності.

Проведені розрахунки показали, що у рівнянні множинної регресії змінні ознаки всі прямо впливають на коефіцієнт фінансового ризику, а питома вага позичкового капіталу у валюті балансу, навпаки, має зворотний зв'язок. Також необхідно зазначити, що найбільш впливовими на результативну ознаку є коефіцієнт поточної ліквідності та питома вага позичкового капіталу. Не суттєво впливає коефіцієнт чистої рентабельності продаж. Дану модель можна застосовувати на підприємстві для прийняття управлінських рішень.

Сутність фінансової стійкості визначається на підприємстві ефективним формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів. Адаже в умовах організації ринкових форм господарювання перед підприємствами стоїть проблема зміцнення фінансової стійкості. Зміцнення рівня фінансової стійкості підприємства залежить від повноти досягнення тактичних цілей. В умовах кризи, яка супроводжує перехідний період, основними тактичними цілями є: усунення неплатоспроможності підприємства; відновлення фінансової стійкості підприємства; зміна фінансової стратегії з метою прискорення економічного зростання [10, с. 317–319].

У той же час стійкість того чи іншого підприємства не завжди є наслідком недостатньої ефективності його діяльності. У хиткому стані може опинитися й ефективно функціонуюче підприємство. Криза може бути результатом недостатньо високого рівня менеджменту, прояву впливу яких-небудь несприятливих факторів (наприклад, неплатоспроможність замовника, що важко або неможливо було передбачити).

Наук. керівн. Петряєва З. Ф.

Література: 1. Балабанов И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта / И. Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 456 с. 2. Бочаров В. В. Финансовый анализ / В. В. Бочаров – СПб. : Интер, 2001. – 240 с. 3. Грачев А. В. Анализ и управление финансовой деятельностью предприятия : учебно-практическое пособие / А. В. Грачев. – М. : Финпресс, 2002. – 208 с. 4. Забродский В. А. Экспертная система диагностики деятельности предприятий / В. А. Забродский, Л. Трескунова, Л. И. Янов // Бизнес-Информ. – 2005. – № 21 – 22. – С. 88–93. 5. Иваниенко В. В. Финансовый анализ : учебное пособие / В. В. Иваниенко. – 2-е изд. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2003. – С. 57. 6. Измайлова К. В. Финансовый анализ : навчальний посібник / К. В. Измайлова. – К. : МАУП, 2000. – 152 с. 7. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – Мн. : ИП "Экоперспектива", 2002. – 498 с. 8. Селезнева Н. Н. Финансовый анализ : учебное пособие / Н. Н. Селезнева. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 480 с. 9. Стоянов Е. А. Экспертная диагностика и аудит финансово-хозяйственного положения предприятия / Е. А. Стоянов, Е. С. Стоянова. – М. : НКЦ "Перспектива", 2003. – 90 с. 10. Цал-Цалко Ю. С. Финансовый анализ : підручник / Ю. С. Цал-Цалко. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 415 с.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто проблеми розвитку публік рилейшнз в Україні та причини їх виникнення, а також розроблено науково-практичні рекомендації щодо їх вирішення.

Аннотация. Рассмотрены проблемы публик рилейшнз в Украине и причины их возникновения, а также разработаны научно-практические рекомендации по их решению.

Annotation. The problems of public relations in Ukraine and their causes are studied and scientific and practical recommendations for their solution are suggested.

Ключові слова: публік рилейшнз, громадськість, суспільна думка, проблема, криза, потреба, держава, спеціалісти.

Сьогодні кожному зрозуміло, що наша незалежна країна повинна ефективніше вливатися у світовий процес. На жаль, Україна не зовсім готова до цього – не вистачає глибокого розуміння змісту, методів і прийомів діяльності фахівців з публік рилейшнз. Коло людей, у більшості любителів, що почали займатися або цікавитися питаннями зв'язків з громадськістю, залишається невеликим і недостатньо кваліфікованим. В Україні практично відсутня продумана система підготовки кадрів за спеціальністю "Публік рилейшнз". Загальні спецкурси, які викладають в окремих навчальних закладах, не можуть задовольнити потреби українського суспільства. Не зможуть зробити цього і запрошені із західних країн фахівці з публік рилейшнз. Вітаючи їх просвітницьку діяльність, не варто забувати, що західний досвід не у всьому придатний для української культури і ментальності. Це один із доказів того, наскільки нагальною є потреба формування в нашій країні власної високопрофесійної, цивілізованої системи зв'язків з громадськістю [1, с. 89]. Потрібно щоправда відзначити, що деякі кроки в цьому напрямку вже робляться.

У рамках структур Верховної Ради України, адміністрації Президента, Кабінету Міністрів під вивісками прес-служб почали функціонувати відділи або підрозділи, які виконують функції зв'язків з громадськістю. Такого роду підрозділи створені і у структурах окремих міністерств і відомств, зокрема, МЗС України, МВС, Міністерства оборони та ін. Укомплектовують служби зв'язків з громадськістю комерційні банки, інші організації підприємницької діяльності. Проте всі вони страждають одним загальним недоліком. Функції цих служб зводяться в основному до інформування громадськості або поширення реклами. Їх переважно прес-посередницька діяльність часто носить безсистемний характер, відрізняючись, як правило, нетривалістю акцій, розрахованих на моментальний, одноразовий ефект. Вони реагують на події (функція реагування) замість того, щоб випереджати негативні моменти, розробляти і здійснювати тривалі програми, розраховані на перспективу (проектуюча функція), на створення стійкої позитивної репутації своєї організації або установи [2, с. 318–321].

Завдання створення позитивної репутації (позитивного іміджу) нових для України державних, громадсько-політичних, господарсько-економічних та інших інститутів суспільства, доброзичливого ставлення громадськості до них сьогодні набуває особливої актуальності. Молода незалежна держава переживає системну кризу. Причин такого невтішного становища надзвичайно багато. Їх можна пояснити історично успадкованими внутрішньоекономічними і зовнішньополітичними обставинами, недосконалістю законотворчого процесу і т. д. Метою даної роботи є дослідження проблем розвитку публік рилейшнз в Україні та шляхів їх вирішення.

Проте майже ніхто не звертає уваги на обставину іншого роду. Йдеться, зокрема, про те, що в нашому суспільстві дуже низький рівень взаєморозуміння і конструктивної взаємодії державних органів влади, їх управлінських структур, політичних партій і громадських формувань, підприємницьких, комерційних та інших нових інститутів ринкового зразка. Відносини між ними пояснюються не тільки недосконалістю законодавчої бази, покликаної регулювати ці відносини, а й відсутністю в кожного з цих інститутів прагнення чітко сформулювати свої інтереси і суспільну значущість власної діяльності, налагодити співпрацю один з одним задля загальнодержавних, загальнонародних інтересів за часів історичних випробувань, що випали на долю України [3, с. 451].

Одночасно спостерігаємо підвищення рівня недовіри з боку громадськості, різних соціальних груп до інститутів влади, ключових державних і політичних діячів, до створюваних ринкових структур.

І, нарешті, Україна як молода незалежна держава все ще перебуває в не цілком сприятливому положенні на міжнародній арені, тривалий час не може досягти бажаного взаєморозуміння з країнами ближнього і далекого зарубіжжя. Зрушення, що відбулися останнім часом у зовнішній політиці України, дещо змінили її імідж. Сьогодні вже певною мірою можна стверджувати, що налаго-

джуються контакти з офіційними структурами багатьох зарубіжних країн, встановлено й досягнуто порозуміння з окремими керівниками ряду держав світу.

Однак, якщо говорити про зв'язки України, її окремих державних і недержавних утворень з широкою зарубіжною громадськістю, з окремими її групами, особливо з впливовими підприємницькими та фінансовими колами провідних країн світу, тут контактів і розуміння зовсім мало. І справа не тільки в тому, що наше ринкове законодавство не викликає в них довіри. Під впливом різного роду обставин, а особливо завдяки інформації, поширюваної неукраїнськими засобами комунікації, а також з огляду на наші власні непрофесійні дії у цій сфері і відсутність продуманої інформаційної роботи серед зарубіжної аудиторії, в уяві широкої світової громадськості все ще домінує мало інформована і не зовсім сприятлива для України думка. В Україні на замовлення міжнародних політичних і наукових центрів проводяться численні соціологічні дослідження, в тому числі й міжнародні порівняльні. Напевно, і ми могли б на паритетних засадах скористатися цими центрами для з'ясування громадської думки населення інших країн про Україну.

На розвиток системи зв'язків з громадськістю зобов'язані звернути належну увагу керівні політичні структури України. Занадто помітним став розрив між надіями народу на поліпшення свого становища і можливостями держави бути на рівні цих надій, особливо з огляду на перехідний стан українського суспільства, об'єктивні труднощі, які необхідно долати на цьому шляху [4, с. 129]. Щоб не втратити історичного шансу на демократичні перетворення у процесі побудови молодого незалежної країни в період світової кризи, ключовим завданням державних і політичних структур України повинне стати встановлення взаєморозуміння з широкою громадськістю, розгортання довготривалої програми роз'яснювальної та просвітницької роботи серед населення, особливо серед найбільш вразливих його верств, що сильніше за всіх страждають у цей період. Уникнути соціального вибуху в країні допомогли б професійно діючі структури, які мають справу з громадськістю, що в Україні, на жаль, ще не набули загального характеру [5, с. 25].

Отже, для подолання конфронтації між різними інститутами всередині країни, між ними і населенням різних регіонів, а також для створення і збереження позитивного образу молодого української держави у світі, на думку автора, слід: 1) звернутися до світового досвіду та знань у цій галузі; 2) провести соціологічні дослідження для з'ясування громадської думки населення інших країн про Україну; 3) провести підготовку фахівців з публік рилейшнз; 4) провести своєрідний лікнеп серед керівного та адміністративного персоналу, державних і недержавних службовців. Ці та багато інших заходів приведуть до формування в нашій країні власної високопрофесійної, цивілізованої системи зв'язків з громадськістю.

Науковим результатом даного дослідження є розробка науково-практичних рекомендацій щодо розвитку публік рилейшнз в Україні. Перспективою подальших наукових досліджень у даному напрямі є розробка програм державної підтримки розвитку публік рилейшнз.

Наук. керівн. Мішин О. Ю.

Література: 1. Богданов Е. Н. Психологические основы публик рилейшнз / Е. Н. Богданов. – СПб. : Питер, 2003. – 208 с. 2. Королько В. Г. Основы публик рилейшнз. / В. Г. Королько. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 528 с. 3. Шейнов В. П. Скрытое управление человеком (Психология манипулирования) / В. П. Шейнов. – М. : ООО "Издательство АСТ", 2001. – 848 с. 4. Кеворков В. В. Политика и практика маркетинга на предприятии : учебно-методическое пособие / В. В. Кеворков, С. В. Леонтьев. – М. : ИСАПИ, Бизнес-Тезаурус, 1999. – 192 с. 5. Орлов А. И. Основные идеи современного маркетинга / А. И. Орлов // Маркетинг успеха. – 2000. – № 12. – С. 21–39.

УДК 658.031

Литвин А. М.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

СУЩНОСТЬ И ВИДЫ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Рассмотрены понятие и суть ценовой политики, анализ факторов, на которых она основывается, а также различные направления ценовой политики, которыми руководствуются предприятия в зависимости от того, какие задачи они перед собой ставят. Немаловажная роль уделена вопросу ценовой стратегии и краткому анализу видов ценовой политики, используемых фирмами.

Анотация. Розглянуто поняття та сутність цінової політики, аналіз факторів, на які вона спирається, а також різноманітні напрямки цінової політики, якими керуються підприємства залежно від того, які завдання вони перед собою ставлять. Чимала роль приділяється питанню цінової стратегії та скороченому аналізу видів цінової політики, що використовуються фірмами.

© Литвин А. М., 2010



Annotation. The notion and essence of price policy, analysis of factors on which it is grounded and also different directions of price policy that are used by the enterprises depending on what problems they put before itself are considered. The attention is paid to the role of price strategy and short analysis of types of price policy, used by companies.

Ключевые слова: ценовая политика, ценовая стратегия, ценовая дифференциация, цена.

Суть ценовой политики предприятия заключается в том, чтобы устанавливать на товары (услуги) такие цены и так варьировать ими в зависимости от положения на рынке, чтобы обеспечить намеченный объем прибыли и решать другие задачи предприятия. Цена на продукт для предприятия является не только важным фактором, определяющим его прибыль, но и условием успешной реализации товаров. Она остается важным показателем, несмотря на повышение роли неценовых факторов в процессе современного маркетинга. Цена, если она неправильно определена, окажет решающее воздействие на процесс покупки товара. Для установления цены необходимо учесть: расходы покупателя, доход продавца, условия конкуренции.

Ценовая политика предприятия может основываться на :
издержках (находится точка безубыточности как нижний предел цены);
спросе (чем выше спрос на продукцию, тем выше цена);
конкуренции (предлагается иметь цены примерно на 10 % ниже, чем у конкурентов).

Управление ценами может осуществляться с помощью системы скидок и возврата части оплаты. Например, при покупке товара на определенную сумму, покупатель может спустя некоторое время получить часть денег, затраченных на покупку товара, или получить на эту сумму определенное количество товара из представленного ассортимента.

При отсутствии условий для нормального свободного ценообразования следует либо жестко ограничить сферу действия свободных цен, либо, допуская их свободное движение, осуществлять их государственное регулирование. Поэтому представляется возможным определение основных задач ценовой политики.

При постановке перед собой данных задач, прежде всего, фирме предстоит решить, каких именно целей она стремится достичь с помощью конкретного товара.

Основная цель и задача ценовой политики в масштабах рынка – добиться прекращения производства, ограничить темпы инфляции, создать стимулы для товаропроизводителей, добиться увеличения доходов за счет производства, а не цен.

Обеспечение выживаемости становится основной целью и задачей фирмы в тех случаях, когда на рынке слишком много конкурентов-производителей и царит острая конкуренция или резко меняются потребности клиентов.

Чтобы обеспечить нормальную работу предприятий и сбыт производимых товаров, фирмы вынуждены устанавливать низкие цены в надежде на благожелательную ответную реакцию потребителей. Выживание на мировом рынке для предприятия становится в этом случае важнее прибыли. До тех пор пока сниженные цены покрывают издержки, попавшие в трудное положение фирмы могут еще некоторое время продолжать коммерческую деятельность.

Многие фирмы стремятся максимизировать текущую прибыль. Они производят оценку спроса и издержек производства применительно к разным уровням цен и выбирают такую приемлемую цену, которая обеспечит максимальное поступление текущей прибыли и наличности и максимальное возмещение затрат. Во всех подобных случаях текущие финансовые показатели для фирмы важнее долговременных.

Другие фирмы хотят быть лидерами по показателям доли рынка из соображения, что компания, которой принадлежит самая большая доля рынка, будет иметь самые низкие издержки и самые высокие долговременные прибыли. Добиваясь лидерства по показателям доли рынка, они идут на максимально возможное снижение цен. Вариантом этой цели является стремление добиться конкретного приращения доли рынка.

Фирма может поставить себе главной целью и задачей добиться, чтобы её производимый товар был самым высококачественным из всех, предлагаемых на рынке. Обычно это требует установления на него достаточно высокой цены, чтобы покрыть издержки на достижение высокого качества и проведение дорогостоящих научных исследований в области конструкторских разработок.

Немаловажным фактором в развитии фирм является выбор ценовой стратегии. Она составляет содержание концепции предприятия в определении цен на свою продукцию. Этим определяется планирование выручки и прибыли предприятия от продажи товара. Предприятию, работающему в рыночных условиях, прежде всего, необходимо выработать стратегию и принципы определения цен, руководствуясь которыми оно может решать стоящие перед ним задачи.

Отсутствие четко определенной ценовой стратегии способствует неопределенности в принятии решений в этой области различными службами предприятия (если оно имеет сложную структуру), может привести к несогласованности этих решений и в последствии иметь ослабление позиций предприятия на рынке, потери в выручке и прибыли.

Фирма не просто назначает ту или иную цену, она создает целую систему ценообразования, охватывающую разные товары и изделия в рамках товарного ассортимента и учитывающую различия в издержках по организации сбыта в разных географических регионах, различия в уровнях спроса, распределении покупок по времени и прочие факторы. Кроме того, фирма действует в условиях постоянно меняющегося конкурентного окружения и иногда сама выступает инициатором изменения цен, а иногда отвечает на ценовые инициативы конкурентов. Фирма устанавливает исходную цену, а затем корректирует ее с учетом различных факторов, действующих в окружающей среде.

Рассмотрим основные виды ценовой политики, которые используют фирмы:

1. Политика "издержки плюс прибыль" предполагает установление цены путем прибавления намеченной или запланированной прибыли к подсчитанным общим затратам на производство и сбыт товара. В этом случае решение о производстве товара будет принято, если прогнозная рыночная цена будет не меньше суммы издержек и намеченной прибыли.

2. Политика ценовой дифференциации. При принятии решений по ценам и выборе ценовой политики фирмы необходимо учитывать ценовую эластичность спроса. Важнейшей способностью продавца должно быть его умение дифференцировать цены, то есть назначать высокие цены там, где спрос низкоэластичен, и снижать цены там, где спрос высокоэластичен.

3. Политика следования за лидером означает установление цен, ориентированных на уровень цен компании, являющейся лидером в отрасли. Как правило, такие компании имеют возможность провести рыночные исследования и определить эластичность спроса по цене на тот или иной товар. Другие фирмы, имеющие более ограниченные ресурсы, доверяют компании-лидеру и следуют за ней в своей ценовой политике.

4. Политика убыточного лидера применяется при комплексной продаже, когда основной товар (лидер) продается совместно с другими сопутствующими товарами.

5. Политика психологического ценообразования основана на знании психологии людей и применяется в основном на рынках потребительских товаров. Психологическое ценообразование используется при продаже в престижных магазинах по более высоким ценам. Однако высокая цена не всегда означает высокое качество, но создает такую иллюзию. Часто незначительно снижают цену, например вместо цены в 8 гривен устанавливают 7 гривен 99 копеек, — это тоже элемент политики психологического ценообразования.

6. Политика повышенных цен на товары с уникальными характеристиками. Предлагаемые товары и услуги отличаются от существующих на рынке по качеству, времени доставки потребителям, послепродажному сервису и т. д. Процесс определения надбавки к цене начинается со сравнения указанных характеристик с лучшими и худшими по отрасли, с учетом мнения потребителей.

7. Политика снижения цен проводится в целях стимулирования спроса и увеличения рыночной доли. Эта политика может быть эффективна в условиях расширяющегося спроса на этапе роста объема продаж.

8. Политика повышения цен может проводиться, когда фирма уверена, что конкуренты готовы последовать за ней. Такое положение возможно, когда производственные мощности работающих на рынке фирм загружены полностью, а спрос продолжает расти.

Таким образом, ценовая политика отражает общие цели фирмы, которые она стремится достичь, формируя цены своей продукции. Политика цен — это общие принципы, которых предприятие придерживается в сфере установления цен на свои товары или услуги. С помощью различных методов ценообразования устанавливают конкретную цену в зависимости от определенных обстоятельств или поставленных целей. Для принятия окончательного решения по ценам, менеджер должен рассмотреть все предлагаемые варианты расчета цен. В процессе установления цены продукции предприятие (фирма) должно четко определить цели, которые оно хочет достичь. Чем яснее представление о них, тем легче устанавливать цены новой продукции.

Научн. рук. *Иваниченко В. В.*

Литература: 1. Ковалев А. И. Маркетинг в системе управления предприятием / А. И Ковалев, В. В. Войленко // Развитие предприятия и конкурентоспособность : сб. МДНТП. — М., 2002. — 384 с. 2. Лен Роджерс. Маркетинг в малом бизнесе / Лен Роджерс. — М. : Аудит, 1996. — 244 с.

УДК 336.771.1(477)

Вознюк О. Ю.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОСНОВНЫХ ЭТАПОВ ЛИКВИДНОСТИ БАНКА

Анотація. Розглянуто зміст етапів аналізу ліквідності комерційних банків; уточнені перелік і зміст мікроекономічних факторів, які визначають рівень ліквідності вітчизняних банків.

Анотация. Розглянуто зміст етапів аналізу ліквідності комерційних банків; уточнені перелік і зміст мікроекономічних факторів, які визначають рівень ліквідності вітчизняних банків.

© Вознюк О.Ю., 2010



Annotation. The content of the stages of the analysis of the commerce banks liquidity is researched; the list and the content of the microeconomic factors which determine the level of the liquidity of national banks is specified.

Ключевые слова: анализ, ликвидность, этапы анализа ликвидности банков, микроэкономические факторы, финансовое состояние.

Ликвидность банка является одним из основных и наиболее сложных факторов, определяющих его финансовую устойчивость.

Сегодня, в связи с серьезными проблемами на макроэкономическом уровне, проявляющимися в кризисе производства, платежном кризисе, инфляции, поддержка ликвидности коммерческими банками значительно осложняется.

Проведение финансового анализа в банке имеет огромное значение, поскольку на основании его результатов руководство оценивает существующую и разрабатывает перспективную политику банка, определяет эффективность отдельных видов операций и планирует развитие их новых видов. Таким образом, исходя из результатов финансового анализа руководство банка разрабатывает меры по укреплению финансового состояния банка [1].

Анализ ликвидности позволяет выявить потенциальные и реальные тенденции, свидетельствующие об ухудшении ликвидности баланса банка, провести анализ факторов, вызвавших развитие отрицательных тенденций, и принять соответствующие меры по корректировке ситуации, этим и обусловлена актуальность исследования.

Целью исследования является выделение основных этапов ликвидности банка, а также ключевых факторов, воздействующих на ее определение.

Основные этапы анализа ликвидности банка автором рассмотрены в виде схемы (рис. 1).

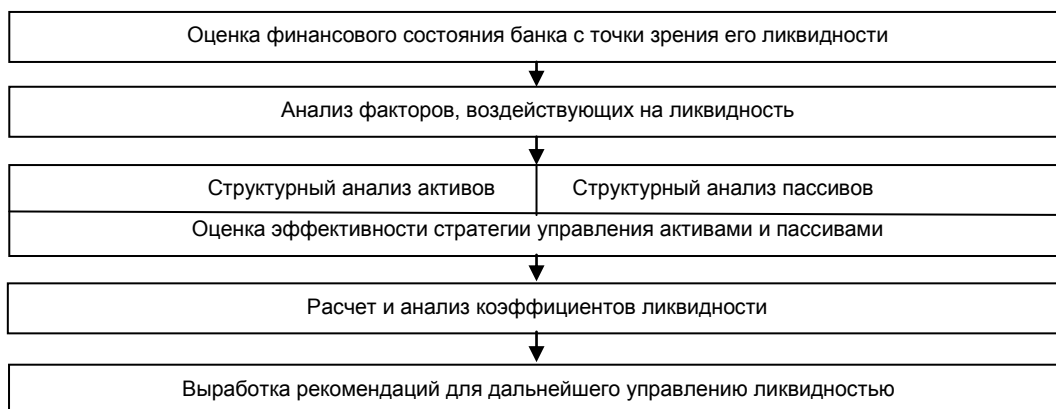


Рис. 1. Основные этапы анализа ликвидности банка [2]

Далее автором рассмотрены более подробно каждый из этапов анализа ликвидности банка.

I этап. Оценка финансового состояния банка с точки зрения его ликвидности.

Данный этап является подготовительным. На этом этапе осуществляется определение ликвидности банка на момент начала анализа, здесь перед финансовым аналитиком стоит задача определения базы, исходной точки для дальнейшего анализа. Если данный этап не выявляет серьезных проблем в области ликвидности и платежеспособности, то имеет смысл провести дальнейший анализ с целью определения тенденций и перспектив развития ситуации.

II этап. Анализ факторов, воздействующих на ликвидность [3].

На ликвидность банка воздействует огромное количество факторов разнонаправленного действия. Поэтому, при выявлении складывающихся отрицательных тенденций в области ликвидности, финансовым аналитиком банка необходимо выявить основные факторы, вызвавшие эти тенденции, проанализировать их воздействие и выработать рекомендации по изменению политики банка с целью предупреждения негативных последствий [4].

Эти факторы по механизму воздействия можно разделить на две группы [1]:

1. Макроэкономические факторы (экзогенные) — через них осуществляется воздействие внешней среды на деятельность коммерческого банка и, как следствие, на его ликвидность.

2. Микроэкономические факторы (эндогенные) — действуют на уровне самого банка и связаны с его политикой. В отличие от действия макроэкономических факторов, воздействие в некоторых банках не может ограничить, микроэкономические факторы напрямую связаны с его деятельностью, поэтому, изменяя политику банка, можно ограничить воздействие факторов, вызывающих неблагоприятные изменения в ликвидности.

По мнению автора в группе микроэкономических факторов следует выделить следующие:

- 1) качество управления деятельностью банка;
- 2) достаточность собственного капитала банка;
- 3) качество и устойчивость ресурсной базы банка;
- 4) степень зависимости от внешних источников заимствования;
- 5) сбалансированность активов и пассивов по суммам и срокам;

- 6) доходность активов банка;
 - 7) рискованность активов банка;
 - 8) структура и диверсификация активов.
- III этап. Анализ активов и пассивов банка.*

Как следует из определения, ликвидность коммерческого банка — это его способность обеспечить своевременное выполнение в денежной форме своих обязательств по пассиву, и, следовательно, она определяется сбалансированностью активов и пассивов баланса, то есть степенью соответствия сумм и сроков размещенных активов и привлеченных банком пассивов [3].

Различают горизонтальный и вертикальный анализ балансовых данных.

Горизонтальный анализ строится на определении динамики удельного веса определенных групп активов и пассивов.

Вертикальный анализ строится на определении удельного веса отдельных групп и видов активных и пассивных операций. Для целей анализа ликвидности целесообразно перегруппировать активы (рис. 2) и пассивы (рис. 3) следующим образом.

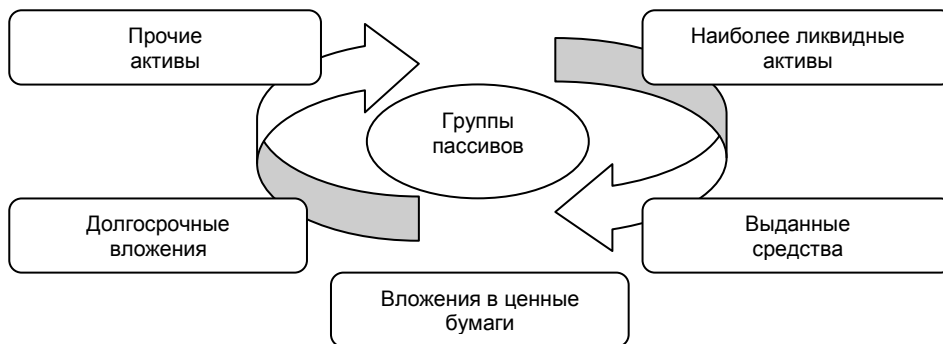


Рис. 2. Группы активов, выделяемые при структурном анализе

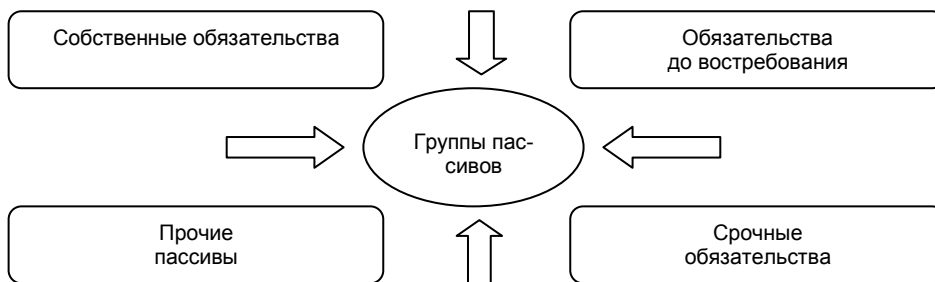


Рис. 3. Группы пассивов, выделяемые при структурном анализе

IV этап. Расчет и анализ коэффициентов ликвидности.

Данные, получаемые на этом этапе анализа, должны быть учтены как при составлении краткосрочных рекомендаций относительно поддержания ликвидности, так и при выработке глобальной стратегии деятельности банка.

Коэффициентный анализ является разновидностью количественного анализа деятельности банка, и его применение к анализу ликвидности на практике имеет огромное значение [5].

Национальный банк обязывает коммерческие банки рассчитывать и соблюдать следующие обязательные нормативы ликвидности:

- 1) норматив мгновенной ликвидности Н4;
- 2) норматив текущей ликвидности Н5;
- 3) норматив краткосрочной ликвидности Н6.

Рассмотрим сущность и порядок расчета этих коэффициентов.

Норматив мгновенной ликвидности Н4 определяется как отношение суммы высоколиквидных активов банка к сумме обязательств банка по счетам до востребования.

Минимально допустимое значение данного норматива установлено на уровне 20 %, то есть банк должен быть способен своевременно и полно ответить не менее, чем по 1/5 обязательств до востребования. Для этого ему необходимо держать на своем балансе достаточное количество высоколиквидных активов, однако оно не должно быть избыточным, так как это может привести к снижению уровня доходности из-за уменьшения доли работающих активов.

Норматив краткосрочной ликвидности Н5 определяется как отношение активов первичной и вторичной ликвидности и обязательств с периодом погашения до 30 дней [6].

Минимально допустимое значение норматива Н5 установлено в размере 40 %, то есть банк должен быть в состоянии покрыть 40 % обязательств, которые возникнут в течение месяца, за счет ликвидных активов.



Норматив краткосрочной ликвидности Н6 определяется как отношение ликвидных и суммарных активов банка.

Минимально допустимое значение норматива Н6 установлено Национальным банком на уровне 20 %, то есть по меньшей мере 1/5 часть активов банка должна быть вложена в ликвидные активы, и доля работающих активов может максимально составлять 80 % [5].

У етап. Вироботка рекомендацій для дальнішого управління ліквідністю.

Заключительным и наиболее важным этапом анализа ликвидности банка является подведение итогов по всем вышеупомянутым этапам анализа, подготовка аналитических материалов о положительных и отрицательных сторонах деятельности банка, структуре и сбалансированности его активов и пассивов, количественных и качественных показателей ликвидности, выработка рекомендаций для дальнейшего управления ликвидностью и составление прогнозов развития банка [2].

На основе изложенной информации можно отметить, что выделяют пять основных этапов определения ликвидности, которые аналитики должны учитывать при анализе деятельности коммерческих банков. Это позволит выявить потенциальные и реальные тенденции, свидетельствующие об ухудшении ликвидности баланса банка, провести анализ факторов, вызвавших развитие отрицательных тенденций, и принять соответствующие меры по корректировке ситуации.

Таким образом, научным результатом данного исследования является уточнение перечня и содержания микроэкономических факторов, которые влияют на ликвидность коммерческих банков.

Перспективой дальнейших исследований в данном направлении является усовершенствование методического обеспечения анализа ликвидности коммерческих банков.

Научн. рук. Мишин А. Ю.

Литература: 1. Ваніна Н. Н. Аналіз фінансового стану підприємства / Н. Н. Ваніна // Енциклопедія бухгалтера та економіста. – 2009. – № 5(209). – С. 22–32 2. Прокопенко І. Ф. Методика і методологія економічного аналізу : навч. посіб. / І. Ф. Прокопенко, В. І. Ганін. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 430 с. 3. Коношенкова Т. М. Як проаналізувати показники ліквідності та платоспроможності / Т. М. Коношенкова // Податкове планування. – 2005. – № 1. – С. 36–40. 4. Бутинець Ф. Ф. Аналіз діяльності комерційного банку / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : Рута, 2001. – 384 с. 5. Щибиволок З. И. Анализ банковской деятельности : учебн. пособ. / З. И. Щибиволок. – К. : Знання, 2006. – 312 с. 6. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства : навч. посібн. / В. О. Мец. – К. : Вища школа, 2003. – 278 с.

Руденко А. В.

УДК [338.1:658.8.031](477)

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМКИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Анотація. Досліджено складову частину стратегії діяльності будь-якого підприємства та його маркетингову цінову політику, яка визначає не тільки ціну на вироблений продукт, який реалізується, але й розраховує його майбутню цінову стратегію.

Аннотация. Исследуется составная часть стратегии деятельности любого предприятия и его маркетинговая ценовая политика, которая определяет не только цену на изготовленный продукт, который реализуется, но и рассчитывает его будущую ценовую стратегию.

Annotation. The component of strategy of any enterprise and its marketing pricing policy, which determines not only the price of manufactured product that is sold, but expects its future price strategy is studied.

Ключові слова: маркетинг, ціна, інформація про ціни, аналіз цінової політики, планування ціни, пристосування ціни.

В умовах розвитку ринкових відносин в Україні значення ціни постійно зростає. Особливо це має значення при постійному зростанні конкуренції на ринку, яка змушує підприємства постійно

© Руденко А. В., 2010



знижувати ціни на свої товари при незменшенні якості продукції. Як свідчать проведені дослідження, на підприємствах проблемам управління процесами ціноутворення приділяється недостатньо уваги. У більшості випадків ціна визначається на підставі попиту та пропозиції, яка склалася на ринку, без визначення та врахування інших чинників і тих змін, які відбуваються в навколишньому середовищі.

Розробка і здійснення цінової політики на підприємстві має велике значення у визначенні економічної стратегії та кінцевої мети діяльності підприємства – збільшення добробуту власників підприємства за рахунок збільшення прибутку. А це може бути досягнуто за рахунок зменшення витрат підприємства, пристосування ціни до тієї економічної ситуації, яка склалася в зовнішньому економічному середовищі та перспективи подальшого розвитку підприємства.

Проблемами цінової політики та управління цінами займаються багато вчених та фахівців як в Україні, так і за кордоном. До них можна віднести вітчизняних фахівців Колесникова О. В., Корінева В. Л., Тормоса Ю. Г., Шварчука Л. О. та ін. Серед іноземних фахівців проблемами ціноутворення займаються такі, як Єсіпов В. Є., Левшин Ф. М., Уткін Е. А. та ін. Наукові роботи цих вчених присвячені загальним та особливим проблемам ціноутворення або в них розглядаються окремі частини цінової політики. У більшості з цих робіт не визначаються підходи до вирішення проблеми розробки маркетингової політики ціноутворення підприємства в комплексі як складової загальної економічної стратегії підприємства [1].

Метою роботи є визначення сутності маркетингової цінової політики на підприємстві, її складових елементів та їх характеристики, напрямів удосконалення методичних підходів до розрахунку ціни.

Ціна – це єдиний елемент традиційного маркетингу, який забезпечує підприємству реальний дохід. Ринкова ціна не є незалежною змінною, її значення залежить від інших елементів маркетингу, а також від рівня конкуренції на ринку й загального стану економіки. Маркетингова цінова політика – це система маркетингового дослідження ціни, її визначення, постійний моніторинг та зміни залежно від зміни економічного середовища, яке оточує підприємство. Розробка маркетингової цінової політики є за своєю суттю достатньо складним процесом, який складається з окремих складових частин. До головних з них відносяться: інформаційне забезпечення ціноутворення, аналіз цінової політики, планування ціни, пристосування та регулювання ціни.

Одним з елементів маркетингової цінової політики є ціновий аналіз. У загальному, широкому змісті аналіз становить спосіб пізнання явищ, який базується на розчленуванні цілого на складові елементи та вивчення їх за всіма багатоваріантними зв'язкам та залежностями. Особливістю економічного аналізу є те, що він відноситься до абстрактно-логічного методу вивчення економічних явищ, тобто в цьому виді його головною рисою є абстракція.

Аналіз маркетингового ціноутворення виконує функції. До найважливіших з яких відносяться:

- вивчення – сутність цієї функції полягає в тому, що у процесі його проведення вивчається характер дії економічних законів, установлення тенденцій економічних явищ та процесів у конкретних умовах діяльності підприємства. Виконання цієї функції також передбачає вивчення причин відхилень, які можуть зустрічатися у практичній діяльності підприємства.

- Так, наприклад, зміна діючого законодавства в ціноутворенні впливає на збільшення (зменшення) витрат і зменшує прибуток підприємства;

- оцінка – аналіз ціноутворення повинен проводити оцінку результатів діяльності підприємства, визначення тенденцій змін, причин і факторний зв'язок між різними показниками та напрямками діяльності;

- визначення резервів – у процесі виконання цієї функції проводиться не тільки визначення та знаходження резервів зниження цін, а й розробляються різні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства та розширення його частки на ринку. Вони розробляються з метою досягнення цього завдання та використання цих резервів.

Таким чином, можна сказати, що маркетинговий аналіз ціноутворення становить систему особистих знань, пов'язаних з дослідженнями тенденцій господарчого розвитку, науковим обґрунтуванням планів, прийняттям управлінських рішень, контролем за їх виконанням, оцінкою досягнутих результатів та пошуком резервів підвищення ефективності діючої системи ціноутворення підприємства [2].

Важливішою частиною маркетингової цінової політики є планування ціни та пристосування її до конкретних вимог економічної ситуації, яка складається в навколишньому середовищі. Виділяють три види планування:

- стратегічне – воно здійснюється на період від одного року й далі (як правило, на період не більше трьох років);

- поточне планування – цей вид планування базується на розробленій загальній маркетинговій стратегії ціноутворення, економічній стратегії підприємства на поточний період і розробляється за окремими видами товарів та ринками;

- оперативне планування – його сутність полягає в розробці ціни на короткостроковий період (до одного місяця) [2].



Розробка маркетингових стратегій на основі реалізації всіх функцій управління і ресурсних можливостей підприємства при дотриманні всіх процедур їх обґрунтування дозволить підприємству підвищити свою конкурентоспроможність на ринку, досягти всіх цілей управління фірмою.

Наук. керівн. Іванієнко В. В.

Література: 1. Шкварчук Л. О. Ціни і ціноутворення : навч. посібн. / Л. О. Шкварчук. – Луцьк, 2002.
2. Ціноутворення в маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pricemarketing.ru/index/php>.

П'ятакова О. В.

УДК 338.51

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

СИСТЕМА ЦІН НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Анотація. Проведено аналіз споживчих цін на ринку України й визначено тенденція їх зміни.

Аннотация. Проведён анализ потребительских цен на рынке Украины и определена тенденция их изменения.

Annotation. The consumer prices' analysis at the Ukrainian market is conducted and the tendency of their change is certain.

Ключові слова: ціна, ціноутворення, інфляція, товари, ринкові відносини.

В умовах ринкових відносин роль ціни різко зростає для будь-якого підприємства, оскільки від рівня ціни залежить величина прибутку підприємства, конкурентоспроможність підприємства і його продукції, фінансова стійкість і фінансова незалежність підприємства.

Важливим принципом ціноутворення є єдність процесу ціноутворення та контролю за дотриманням цін. Його реалізація тісно пов'язана з роллю держави в цій області. Воно визначає правила ціноутворення, встановлюючи єдиний підхід до формування витрат на рівні підприємства, формуючи систему оподаткування, регулюючи ввіз і вивіз товарів та сировини, проводячи політику в галузі інвестицій, заробітної плати, пенсійного забезпечення тощо, тобто надає непрямий вплив на зміну цін. Одночасно держава безпосередньо регулює і встановлює ціни на цілий ряд продукції, сировини, товарів, послуг, тому воно повинно постійно контролювати дотримання дисципліни цін, перевіряти правильність установлених законодавством правил ціноутворення, а в разі порушень застосовувати передбачені законом адміністративні або економічні санкції.

Також між підприємствами, галузями, сферами товарного обігу економіки існує тісна технологічна, економічна, виробнича залежність. У сукупності вони утворюють єдиний господарський комплекс, тому будь-які зміни цін навіть на одному підприємстві, не кажучи про галузь, автоматично призводять до зрушення цін у всіх взаємопов'язаних з ним виробництвах, галузях і в кінцевому підсумку відображаються на цінах у сфері реалізації, причому зв'язки носять як прямий, так і зворотний характер. Наприклад, зростання цін у сільськогосподарському виробництві призводить до збільшення цін у харчовій і легкій промисловості, далі по ланцюжку зростають ціни на товари в оптовій і роздрібній торгівлі. У результаті через певний час хвиля підвищення цін повертається в сільське господарство у вигляді подорожчання товарів та продукції, що зробило негативний вплив на конкурентоспроможність продукції сільгоспвиробника на внутрішньому ринку України.

Економічна криза викликала зниження не тільки рівня конкурентоспроможності продукції, обсягу споживання, але й темпів інфляції. Якщо у 2008 році ціни підвищилися на 22,3 %, то минулого року їх зростання сповільнилося майже вдвічі – до 12,3 %. Гальмування інфляції пояснювалося падінням зростання номінальних доходів громадян – з 19,5 % в 2008 році до 11,6 % у минулому. Це дозволяло фахівцям Світового банку сподіватися, що в поточному році інфляція знизиться до 10,6 %. Утім у перші місяці року зростання цін, навпаки, прискорилося. Споживчі товари та послуги подорожчали в січні на 1,8 %, а в лютому – ще на 1,9 %. Лідерами подорожчання стали продукти харчування – на 3,2 % і 3,5 % відповідно [1].

© П'ятакова О. В., 2010



Індекси споживчих цін та цін виробників промислової продукції у лютому 2010 року становили 101,9 % і 101,9 %, з початку року – 103,7 % і 103,8 % відповідно. Про це свідчать дані Держкомстату.

Зокрема, на споживчому ринку в лютому ціни на продукти харчування й безалкогольні напої зросли на 3,5 %. Найбільше (на 17,8 % і 17 %) подорожчали цукор і овочі. На 7,9 % – 4,6 % зросли ціни на сири, молоко та кисломолочну продукцію. На 3,3% – 2,5% подорожчали фрукти, масло, хліб і хлібопродукти, яйця та олію. Разом з тим на 1,4 % і 0,4 % подешевшали тваринні жири, м'ясо та м'ясопродукти.

Алкогольні напої та тютюнові вироби подорожчали на 1,9 %, у тому числі алкогольні напої – на 0,8 %, тютюнові вироби – на 3,1 %.

Ціни (тарифи) на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива зросли на 0,2 % [2].

У сфері охорони здоров'я ціни підвищилися на 0,9 %, у тому числі фармацевтична продукція подорожчала на 1,1 %, амбулаторні послуги – на 1 %.

Зростання цін на транспорт у цілому на 1,7 % було обумовлене в основному подорожчанням палива та мастил на 5,1 %.

Треба згадати, що в січні 2010 року відносно до минулого місяця інфляція в Україні досягла 1,8 %. До січня 2009 року зростання споживчих цін склало 11,1 %.

Подорожчання продовольчих товарів було викликано підвищенням цін на сировину та паливо, зростанням витрат на оплату праці та емісією гривні.

Підвищення цін на молоко на 13,3 % викликало подорожчання сиру на 18,5 %. У свою чергу, зростання цін на цукор викликало подорожчання кондитерських виробів на 5,5 %. Наприклад, вартість цукру в період з вересня по грудень у середньому зросла на 25 %, а в поточному році ця сировина подорожчала ще на 14 %. При цьому спостерігалися пікові стрибки цін, коли за короткий період цукор дорожчав на 30 – 40 % [1].

У роздрібних мережах відразу ж помітили зміну цін на продукти харчування: за низкою товарів ціни зросли на 5 %, а на деякі – вдвічі. Через це продажі в останні місяці впали. Крім подорожчання сировини, другим ключовим фактором, що вплинуло на ціни, стало зростання рівня оплати праці.

У перспективі на ціни вплине і курс гривні. Але якщо у 2008 – 2009 роках ціни штовхала вгору девальвація національної валюти, що викликало подорожчання імпортової сировини, то в нинішньому році їх активізація буде викликана стабілізацією курсу гривні.

Наук. керієн. Іванієнко В. В.

Література: 1. <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. <http://news.liga.net/all/economics/>.

УДК 658.8.031

Панаско Ю. И.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНЪЮНКТУРНО-ЦЕНОВОЙ РАБОТЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Рассмотрены материалы и документация, которые используются для расчета цены, и определено основное информационное обеспечение конъюнктурно-ценовой работы на предприятии.

Анотація. Розглянуті матеріали і документація, які використовуються для розрахунку ціни, і визначено основне інформаційне забезпечення конъюктурно-цінової роботи на підприємстві.

Annotation. Materials and documents, which are used for the calculation of price, are considered and the basic informative providing of price situation on an enterprise is certanied.

Ключевые слова: цена, рынок, ценовая информация, оперативная цена, информационные услуги.

Создание и развитие рынка электронных информационных услуг открывает новые возможности в информационном обеспечении конъюнктурно-ценовой работы. Современные компьютеры и телекоммуникационные технологии дают доступ практически ко всем видам ценовой информации, которые накапливаются в автоматизированных базах данных, в совокупности составляющих информационно-вычислительные ресурсы.

© Панаско Ю. И., 2010



В компаниях, внешнеторговых фирмах производственных объединений, внешнеэкономических акционерных объединениях и других организациях задача по определению цен возложена на специальную службу, которая выполняет целый комплекс конъюнктурно-ценовой работы. Качество информационного обеспечения – это решающее условие хороших результатов конъюнктурно-ценовой работы.

Определение цены в условиях рынка является сложным процессом, требующим комплексного анализа и учёта множества внешних и внутренних факторов функционирования предприятия.

Для осуществления деятельности фирма должна провести комплексное исследование рынка и, прежде всего, изучить: конъюнктуру рынка данного товара, то есть выявить существующий и ожидаемый спрос на него, на базе имеющихся источников информации; определить уровень цен, по которым товар может быть предложен на рынке, тенденции их изменения; изучить динамику цен на аналогичные товары иностранного производства; торгово-политические, транспортные и правовые условия работы на рынке; запреты и ограничения, порядок использования квот и получения лицензий, требования к сертификации товара, тарифы железных дорог и фрахтовые ставки; фирменную структуру рынка, фирмы, которые играют ведущую роль на рынке данного товара и могут быть как потенциальными партнерами, так и конкурентами.

Объём указанной конъюнктурно-ценовой работы и, соответственно, численность требующихся для ее выполнения специалистов зависит от масштабов товарной номенклатуры организации. При этом, на освоение каждой новой товарной позиции обычно расходуется много времени и средств, прежде, чем удастся достичь хорошего знания данного рынка и разобраться в свойственном ему механизме формирования цен.

К наиболее ответственным элементам подготовки сделки и контракта относятся анализ текущих цен на рынке и определение уровня контрактной цены. Такая работа включает в себя: сбор информации о текущих ценах, ее систематизацию и анализ, определение тенденций изменения рыночных цен и приведение их к условиям будущей контрактной сделки.

Учитывая эти обстоятельства, многие отечественные предприятия предпочитают пользоваться услугами профессиональных внешнеторговых посредников, например внешнеэкономических акционерных обществ и внешнеторговых фирм, обладающих многолетним опытом конъюнктурно-ценовой работы на внешнем рынке. В этом случае хозяйственные отношения между ними чаще всего строятся на основе договора комиссии на поставку товаров для экспорта, одна из статей которого посвящается ценам и порядку расчета.

Изучение цен товарных рынков требует четкого представления о существующих видах цен в рыночном хозяйстве. Материалы и документация, содержащие сведения о ценах товарных рынков, которые используются для информационного обеспечения расчетов внешнеторговых цен, относятся к одной из двух групп: оперативная ценовая информация или продукция производителей информационных услуг.

Оперативная ценовая информация является результатом практической работы на внешнем рынке, она создается в ходе оперативной работы. Это документация, обмен которой сопровождает экспортные и импортные операции. Именно такая информация составляет основу для расчетов цен, служит особым информационным фондом, определяющим уровень осведомленности экспортеров и импортёров, степень их готовности к работе на внешнем рынке.

Преимущество содержащихся в оперативной информации данных о ценах заключается в том, что они являются первичной, то есть получаемой из первых рук, информацией. В этом случае ценовая информация, минуя посредников, максимально быстро доходит до пользователя и лучше соответствует текущему состоянию рынка, что также подчеркивает ее оперативный характер. Оперативная информация по ценам включает следующие виды материалов и документации: только что запрошенные и полученные ранее предложения на идентичные или наиболее близкие по технико-экономическим параметрам изделия, работы и услуги; ценники и прейскуранты; ранее заключенные контракты на поставку аналогичных изделий, работ и услуг; материалы с ценами торгов. Законодательство большинства стран мира обязывает осуществлять закупки товаров и услуг для государственных нужд, путем размещения заказов через торги.

Регулярное получение и обновление оперативной информации о ценах – предложений и контрактов – нередко сопряжено с серьезными трудностями. Другие недостатки оперативной информации заключаются в разнородности данных, относящихся к конкретным товарам и внешнеторговым операциям, невозможности их прямого сравнения, необходимости выполнения многочисленных процедур по приведению их к сопоставимому виду.

От указанных недостатков во многом свободны материалы по ценам, входящим в группу продукции производителей информационных услуг. Сотни различных организаций в зарубежных странах заняты сбором исходной ценовой информации, ее аналитической обработкой, хранением и распространением на коммерческой основе. В их числе органы государственной статистики, консультационные и исследовательские фирмы, торговые издательства и палаты, ассоциации производителей и т. д. Их усилиями разнородная информация приводится к сопоставимому виду, выстраивается во временные ряды ценовых показателей, которые позволяют без особого труда определить общие тенденции динамики цен на рынке и практически незаменимы при разработке прогнозов цен.

В практике ценообразования во внешнеэкономической деятельности нашли широкое применение следующие периодические материалы по мировым ценам: публикации по ценам биржевых товаров, то есть биржевым котировкам; специальные публикации по справочным ценам; статистические публикации по индексам экспортных, импортных и внутренних оптовых цен, а также специализированным индексам цен; цены статистики внешней торговли зарубежных стран, кото-

рые получают путем деления данных о стоимостных объемах экспортированных или импортированных товаров на их физический объем.

Данные ценовые показатели чаще всего являются ценами, по которым предлагается приобрести товар. Вместе с тем, цены фактических сделок могут отличаться от них как в большую, так и в меньшую сторону, в том числе за счет системы скидок или надбавок, которую используют экспортеры. Справочные цены распространены на рынках таких товаров, как энергоносители, продукция черной металлургии и сырье для ее производства, химические товары. По нефти, нефтепродуктам примером публикации по справочным ценам является ежедневный бюллетень "Oilgram Price Report", а по черным металлам – журнал "Metal Bulletin" [1].

Цены на лом черных металлов увеличились после спада с 18.09.09 по 30.10.09. Мировой рынок лома черных металлов на данный момент характеризуется относительной стабилизацией цен, сезонные колебания имеют не такие сильные изменения как в прошлом году, но это всего лишь начало года и говорить обо всей ситуации на рынке пока затруднительно. Однако стоит заметить, что ежегодное увеличение доли электропечной выплавки стали значительно влияет на потребление и спрос на лом черных металлов, а это, безусловно, отразится на ценовой ситуации на рынке (рисунок).

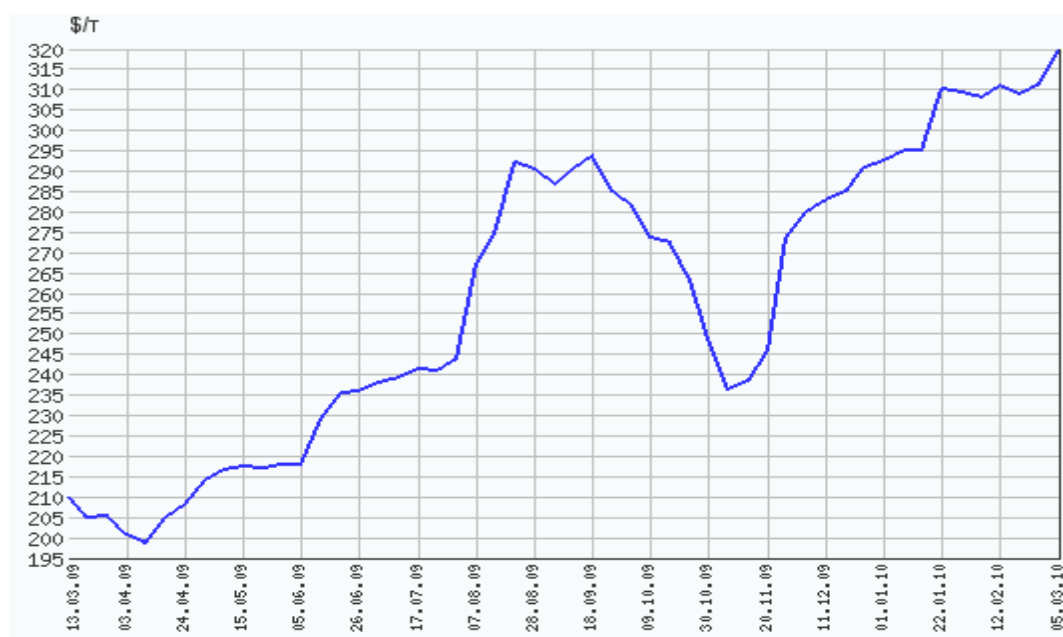


Рис. Цены на лом черных металлов

Разработчиками статистических публикаций по индексам экспортных, импортных и внутренних оптовых цен, а также специализированным индексам цен являются международные организации, органы официальной государственной статистики и авторитетные издательства.

Рост экспорта товаров и услуг Украины в 2010 г. ожидается выше, чем импорт в Украину, что позволит добиться сбалансированного текущего счета платежного баланса, или его незначительного дефицита по сравнению с 2009 годом, когда экспорт составил 49,2 млрд долл., а импорт – 50,6 млрд долл. Реализация же этого сценария будет зависеть от взвешенности государственной финансовой политики, в том числе бюджетной.

Организация информационного обеспечения постоянно совершенствуется, в первую очередь, за счет использования современной компьютерной и телекоммуникационной технологии. В отличие от оперативной информации, сбор которой ограничен кругом практических задач, решаемых коммерческой организацией на внешнем рынке, ценовая продукция указанных выше производителей информационных услуг доступна самому широкому кругу пользователей. Поэтому, полученные от них материалы по мировым ценам служат важным дополнением оперативных источников информационного обеспечения конъюнктурно-ценовой работы.

Создание информационного обеспечения путем сбора и систематизированного хранения данных о ценах, качестве и коммерческих условиях поставки является важнейшим подготовительным этапом расчетов цен. Систематическое квалифицированное выполнение этой задачи служит решающим условием верного определения уровня цен. По этой причине любые сведения о ценах, взятые из представительных источников, относятся к информационным продуктам повышенного спроса.

Научн. рук. Иванченко В. В.

Литература: 1. Чистилин Д. К. Самоорганизация мировой экономики: Евразийский аспект / Д. К. Чистилин. – М. : ЗАО Издательство "Экономика", 2004. – С. 65–90. 2. Шевчук Д. А. Ценообразование : учебное пособие / Д. А. Шевчук. – М. : ИНФРА-М, 2008. – С. 9–58.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ЕГО СТАБИЛЬНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Аннотация. Раскрыто понятие "финансовая устойчивость предприятия", исследуются теоретические подходы к определению финансовой устойчивости, оценка, пределы, организация, управление и прогнозирование финансовой устойчивости.

Анотація. Розкрито поняття "фінансова стійкість підприємства", досліджено теоретичні підходи до визначення фінансової стійкості, оцінка, межі, організація, управління та прогнозування фінансової стійкості.

Annotation. The concept "financial stability of the enterprise" is revealed, theoretical approaches to definition of financial stability, the estimation, limits, organisation, management and forecasting of financial stability are investigated.

Ключевые слова: финансовая устойчивость предприятия, стабильность, функционирование.

Условием жизнедеятельности и основой стабильного состояния любого предприятия в рыночной экономике является его устойчивость, анализ которой необходимо проводить систематически и основательно. Финансовая устойчивость предприятия – такое состояние его финансовых ресурсов, их распределение и использование, которое обеспечивает развитие предприятия на основе роста прибыли и активов при сохранении платежеспособности, и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска. Финансовая устойчивость предприятия является одной из важнейших характеристик финансового состояния и связана с уровнем его зависимости от кредиторов и инвесторов. На сегодняшний день, значительное количество предприятий Украины требует мероприятий по их финансовому оздоровлению, с целью обеспечения достаточного уровня платежеспособности, укреплению финансовой устойчивости и улучшению производственной деятельности.

В научной отечественной и зарубежной экономической литературе многочисленные исследования посвящены методам и мероприятиям по финансовому оздоровлению промышленных предприятий. Исследованиями занимались такие ученые: Баканов М. И., Билык М. Д., Ковалев В. В., Савицкая Г. В., Селезнева Н. Н., Тютюнник Ю. М. и др.

Вместе с этим теоретические и практические основы определения финансовой устойчивости предприятия, как следствие высокой эффективности деятельности и оптимального использования капитала, в научных исследованиях освещаются недостаточно, поэтому данные вопросы остаются до конца нерешенными. Целью работы является исследование сущности финансовой устойчивости и выявление показателей, позволяющих наиболее четко ее охарактеризовать.

Для определения финансовой устойчивости промышленных предприятий целесообразно применять разнообразные методики, показатели и коэффициенты, включая комплексные (интегрированные) методики и показатели, которые учитывают состояние хозяйственной и финансовой деятельности и эффективности развития предприятия [1].

Главным условием эффективного функционирования предприятия в рыночных условиях является устойчивость его экономики. Для каждого хозяйствующего субъекта существует внутренняя, финансовая и общая устойчивость. Внутренняя устойчивость достигается при таком состоянии экономики предприятия, которое обеспечивает достаточно высокий финансовый результат его деятельности. Финансовая устойчивость достигается при стабильном превышении доходов над затратами, свободном маневрировании денежными средствами и стабильном экономическом росте. Общая устойчивость характеризуется положительным сальдо чистого денежного потока, то есть превышением положительного денежного потока над отрицательным [2].

Общепринятым является то, что финансовая устойчивость предусматривает окупаемость вложенных ресурсов в предпринимательскую деятельность за счет денежных поступлений от хозяйствования, а полученная прибыль – обеспеченность самофинансирования и независимости предприятия от внешних привлеченных источников формирования имущества (активов). По мнению некоторых ученых, составляющими элементами финансовой стабильности является финансовое равновесие предприятия, ресурсная, потенциальная и финансовая устойчивость [3].



Финансовая устойчивость определяется, прежде всего, оптимальной структурой как активов, так и источников финансирования предприятия. Процесс оптимизации данной зависимости называется ливериджем. Его можно рассматривать как фактор, незначительное изменение которого может привести к значительному изменению результивных показателей, поэтому ливеридж рассматривается как процесс управления активами и направлен на рост прибыли.

В мировой и отечественной финансово-аналитической практике разработана система финансовых коэффициентов, которые отражают разные аспекты состояния активов и пассивов баланса, характеризуя финансовую устойчивость предприятия.

Финансовое состояние предприятия характеризуется множеством определенных финансовых показателей, поэтому для сопоставления и упорядочения отдельных предприятий возникает необходимость агрегирования всех признаков множества к одному количественному показателю, которым является интегральная оценка. Одна из разновидностей интегральной оценки – рейтинговая оценка, которая, по сути, является сравнительным анализом единиц исследуемой совокупности. Так как показатели, которые характеризуют финансовое состояние по-разному влияют, то есть имеют разный вес, то для построения рейтинга необходимо использовать формулу среднеарифметической взвешенной, которая предусматривает предоставление каждому показателю определенного уровня значимости:

$$I = \sum S_i W_i,$$

где S_i – стандартизированное значение финансового показателя; w_i – вес (значимости) финансового коэффициента.

Финансовое состояние предприятия, прежде всего, характеризуется показателями финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, а также эффективности использования капитала, поэтому интегральная оценка представляет собой суммарное значение стандартизированных показателей, характеризующих эти составляющие.

Стандартизация выбранных показателей осуществляется путем деления фактических показателей на стандартное значение, то есть:

$$S_i = X_i / a_i,$$

где X_i (a_i) – фактическое (стандартное) значение финансового показателя.

Исходя из определенного выше механизма стандартизации, формула среднеарифметической взвешенной будет иметь вид:

$$I = \sum X_i / a_i \times W_i.$$

На основании полученного интегрального показателя делают вывод о рейтинге предприятия для получения показателя инвестиционной привлекательности по шкале, приведенной в табл. 1.

Таблица 1

Инвестиционный рейтинг предприятия

Рейтинг	Зона деятельности	Значение I	Финансовое состояние
A++	зона инвестиций	больше 100	очень хорошее состояние
A+		от 91 до 100	стабильное состояние
A		от 81 до 90	безопасное состояние
B+	зона спекуляций	от 71 до 80	неуверенное состояние
B		от 61 до 70	нестабильное состояние
C+	зона благотворительности	от 51 до 60	потенциальное банкротство
C		ниже 50	банкротство

Следует отметить, что данный подход требует определенной адаптации для украинских предприятий, так как он в основном рассматривался иностранными учеными и аналитиками.

Экспертным методом были определены стандартные значения финансовых показателей и их весовые коэффициенты, которые обобщены в табл. 2 [4].

Таблица 2

Стандартные значения финансовых показателей и их весовые коэффициенты

Показатели	W _i	a _i
	2	3
Показатели эффективности использования капитала		
Рентабельность вложений	8	0,2
Эффективность использования собственного капитала	6	0,2
Общая рентабельность продукции	9	0,4
К-т оборачиваемости оборотных средств	10	0,8
К-т оборачиваемости материальных активов	4	6
К-т оборачиваемости собственного капитала	4	6
К-т оборачиваемости кредиторской задолженности	6,5	3,5
К-т оборачиваемости дебиторской задолженности	6,5	3,5

1	2	3
Показатели платежеспособности и ликвидности		
К-т абсолютной ликвидности	6	0,3
Общий к-т ликвидности	6	2
К-т покрытия	9	1
Показатели финансовой устойчивости		
К-т обеспеченности запасов собственными оборотными средствами	7	0,5
К-т независимости	7	0,5
К-т соотношения собственных и заемных средств	7	1
К-т долгосрочного привлечения заемных средств	7	0,1

На основании этих данных рассчитывается комплексный индекс финансовых показателей по нескольким годам, сравнивается с нормативным и анализируется в динамике.

Универсальность и адекватность предложенной модели дает возможность основываться на ней в процессе прогнозирования финансовой устойчивости предприятия.

Поскольку положительным фактором финансовой устойчивости является наличие источников формирования запасов, а отрицательным – величина запасов, то основными способами выхода из неустойчивого и кризисного финансового состояния будут: пополнение источников формирования запасов и оптимизация их структуры, а также обоснованное снижение уровня запасов.

Наиболее безрисковым способом пополнения источников формирования запасов следует признать увеличение реального собственного капитала за счет накопления нераспределенной прибыли или за счет распределения прибыли после налогообложения. Снижение уровня запасов происходит в результате планирования остатков запасов, а также реализации неиспользованных товарно-материальных ценностей.

Организация прогнозирования финансовой устойчивости необходима, прежде всего, для того, чтобы увязать источники поступления и направления использования собственных денежных средств [5].

В настоящее время важно не только проанализировать финансовое состояние предприятия, но и спрогнозировать финансовую устойчивость, а также разработать мероприятия по улучшению финансового состояния.

Мероприятия можно разделить в зависимости от целей:

для повышения в стоимости имущества доли собственного капитала и увеличения величины источников собственных оборотных средств необходимо создавать резервы из валовой и чистой прибыли;

для повышения доли денежных средств, ускорения оборачиваемости оборотных средств, роста обеспеченности собственными оборотными средствами целесообразно усиливать работу по взысканию дебиторской задолженности;

для снижения величины запасов и затрат и повышения рентабельности реализации необходимо применять меры для снижения издержек производства;

для ритмичного поступления средств от дебиторов, создания большого "запаса прочности" по показателям платежеспособности требуется разработать мероприятия по ускорению оборачиваемости дебиторской задолженности;

для повышения общей финансовой устойчивости, возобновления платежеспособности, управления дебиторской задолженностью и сокращения текущих обязательств необходим профессиональный подход к управлению оборотными ресурсами предприятия.

Такой комплекс мероприятий является общим для всех организаций. Для каждого отдельного предприятия он может быть дополнен в ходе анализа, в зависимости от специфики деятельности.

Таким образом, научным результатом данного исследования является разработка мероприятий по анализу и повышению финансовой устойчивости предприятия. Перспективой дальнейших научных исследований в данном направлении является совершенствование механизмов и подходов к анализу финансовой устойчивости промышленных предприятий.

Научн. рук. Хмеленко Г. Т.

Литература: 1. Ковалев В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2002. 2. Финансовий аналіз : навч. посіб. / М. Д. Білик, О. В. Павловські, Н. М. Притуляк та ін. – К. : КНЕУ, 2005. – 304 с. 3. Селезнева Н. Н. Финансовый анализ / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 4. Клементьева О. Ю. Удосконалення інтегральної оцінки фінансового стану промислового підприємства / О. Ю. Клементьева // Культура народів Причорномор'я. – 2005. – № 64. – С. 55–59. 5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – Мн. : ООО "Новое знание", 2004.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В УКРАИНЕ

Аннотация. Рассмотрены проблемы мирового опыта в области ценообразования, который плохо освоен и применяется недостаточно квалифицированно в нашей стране.

Анотация. Розглянуто проблеми світового досвіду в області ціноутворення, який погано освоєний і застосовується недостатньо кваліфіковано в нашій країні.

Annotation. The problems of world experience in pricing area which is badly mastered and applied not quite qualified in our country are considered.

Ключевые слова: ценообразование; инфляция; конкурентные отношения; механизм; регулирование.

Цена товара является важнейшим элементом хозяйственного механизма современных экономических систем. Развитие конкурентных отношений в различных отраслях народного хозяйства невозможно без научного ценообразования результатов производственной деятельности. В арсенале экономических средств, обеспечивающих успешное развитие народного хозяйства, ценообразование является наиболее действенным экономическим инструментом. О значении цены как экономического инструмента управления народным хозяйством говорит то, что оно лежит в основе исчисления таких экономических показателей, как себестоимость, прибыль, объем реализации продукции, товарооборот.

Сложность проблемы заключается в том, что в нашей стране мировой опыт в области ценообразования плохо освоен и применяется недостаточно квалифицированно. Кроме того, экономика постсоциалистической Украины представляет собой уникальное явление, не имеющее аналогов в других странах, прошедших длительный эволюционный путь развития рыночного хозяйства. Все это требует более глубокого изучения и развития теории цен, ее воздействия на процесс развития производства и, в частности, его интенсификацию, разработку конкретных мер по совершенствованию ценообразования в сложившихся в Украине условиях.

В решении сложных методологических проблем ценообразования на современном этапе развития нашего общества огромную роль играет глубокое теоретическое осмысление роли и значения творческого характера труда, его содержания как субстанции стоимости и цены материальных благ. На пути освоения законов рыночной экономики вопросы управления системой ценообразования занимают одно из центральных мест в социальной политике государства.

Выход из кризиса страны и эффективное функционирование экономики Украины во многом будут зависеть от успешности создания конкурентоспособного производства. Таким образом, создание механизма ценообразования и регулирования цен, направленного на обеспечение высоких темпов интенсификации производства и способствующего повышению его эффективности и жизненного уровня населения, является весьма актуальной проблемой.

Значительный вклад в развитие теории цен и ценообразования сделали такие классики экономической мысли, как У. Петти, А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс, Л. Вальрас, Дж. Б. Кларк, А. Маршалл, В. Парето и др. Их работы охватывают широкий диапазон в анализе рассматриваемой экономической категории, начиная с создания теории трудовой стоимости, теории предельной полезности и завершая современными направлениями неоклассического синтеза, составляющие теоретическую основу современных исследований рыночного хозяйства.

Практика экономического развития страны за последние годы показала недостаточную разработанность многих теоретических и практических вопросов ценообразования и регулирования цен в специфических условиях Украины при переходе к рынку, что проявилось через ряд отрицательных экономических и социальных последствий.

Цена и ценообразование являются важной составной частью хозяйственного механизма. Сам хозяйственный механизм представляет собой совокупность организационных структур и конкретных форм хозяйствования, методов управления и правовых форм, с помощью которых общество использует экономические законы с учетом складывающейся обстановки [1].

В процессе коренной перестройки хозяйственного механизма, объективной необходимостью стал радикальный пересмотр сложившейся в нашей стране ранее системы цен и ценообразования. Без реформы цен невозможно создать нормальных экономических отношений в экономике, обеспечить обоснованную оценку затрат и результатов производства, эквивалентность в обмене



товарами и услугами, стимулировать научно-технический прогресс и ресурсосбережение и нормализовать обстановку на рынке.

Осуществление ценообразования на научной основе лежит в плоскости совершенствования экономических отношений в сфере производства, обмена, распределения и потребления материальных благ.

За январь – сентябрь 2010 г. инфляция на потребительском рынке составила 8,2 %, что ниже показателя 2009 года на 2,5 %. Однако среди стран Евросоюза и СНГ в Украине показатель инфляции самый высокий [2].

Можно сделать вывод что уровень инфляции влияет на уровень цен. В Украине уровень инфляции самый высокий, по отношению к другим странам мира. Это говорит о том, что регулировать цены в нашей стране нелегко. В нашем государстве всегда существовала эта проблема, способом её решения является обращение к опыту более развитых стран.

Научн. рук. *Иваниенко В. В.*

Литература: 1. Рузавин Г. И. Основы рыночной экономики / Г. И. Рузавин. – М. : ЮНИТИ, 1996.
2. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Туленцева Ю. А.

УДК 338.514

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ЦІНОВА СТАБІЛЬНІСТЬ: СУТНІСТЬ І ЧИННИКИ ВПЛИВУ

Анотація. Присвячено аналізу сутності і чинників впливу на цінову стабільність. Обґрунтовано доцільність вивчення цінової стабільності у середньостроковій перспективі, що є основною метою монетарної політики в Україні. Розглянуто природу поняття цінової стабільності. Аналізуються основні чинники впливу на неї.

Аннотация. Посвящено анализу сущности и факторов влияния на ценовую стабильность. Обоснована целесообразность изучения ценовой стабильности в среднесрочной перспективе, что является основной целью монетарной политики в Украине. Рассмотрено природу понятия ценовой стабильности. Анализируются основные факторы влияния на нее.

Annotation. The nature and factors affecting the price stability are analyzed. The need of study of price stability over the medium term that is the main goal of monetary policy in Ukraine is grounded. The nature of the concept of price stability is considered. The main factors influencing it are suggested.

Ключові слова: цінова стабільність, стабільність валютного курсу, швидкість обігу грошей, процентна ставка, зростання грошової маси.

Найчастіше в економічній літературі поширюються такі визначення цінової стабільності: утримання зростання внутрішніх цін на певному рівні; запобігання значній інфляції чи дефляції; підтримання зростання загального рівня цін на допустимому рівні; зниження і закріплення інфляційних процесів на прийнятному рівні; стабільність інфляційних очікувань.

Отже, у результаті узагальнення та переосмислення наявних вивчень цінову стабільність можна трактувати як ситуацію, коли темпи зростання цін підтримують на рівні, за якого вона набуває контрольованого характеру, і не враховуються при прийнятті економічних рішень.

Чинники впливу на цінову стабільність вивчені недостатньо. Проте в економічній літературі доволі широко висвітлено чинники (причини, фактори) інфляції (дефляції), чим можна скористатися, досліджуючи природу факторів впливу на цінову стабільність.

Сутність інфляційного трансмісійного механізму відображено на рис. 1. Дослідники інфляції найчастіше застосовують такі варіанти класифікації її чинників:

- 1) внутрішні та зовнішні фактори;
- 2) монетарні (грошові) та немонетарні (негрошові) фактори;
- 3) фактори з боку сукупного попиту та фактори з боку сукупної пропозиції;
- 4) економічні, зовнішньоекономічні, соціально-інституційні, соціально-психологічні, соціально-культурні та політичні фактори;
- 5) причини, зумовлені економічною спадщиною, що залишились від командно-адміністративної системи, і ті, які виникли внаслідок непослідовної економічної політики;
- 6) короткострокові, середньострокові та довгострокові чинники;
- 7) первинні фактори, які є першопричинами інфляції.

© Туленцева Ю. А., 2010

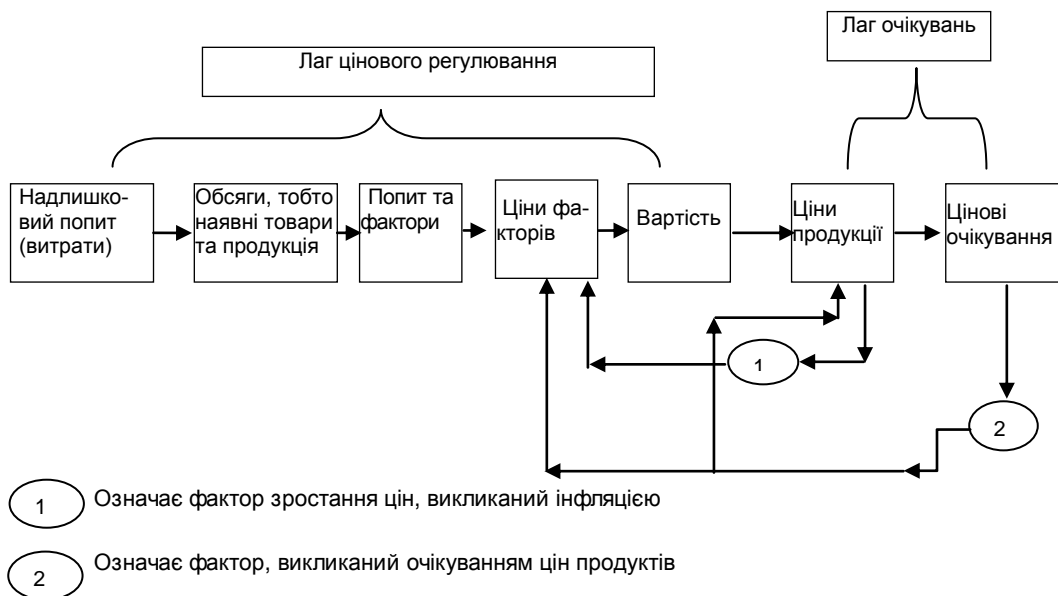


Рис. 1. Інфляційний трансмісійний механізм [1]

Чинники впливу на цінову стабільність у перехідній економіці доцільно розподіляти на дві групи: прямого та опосередкованого впливу (рис. 2) [2].

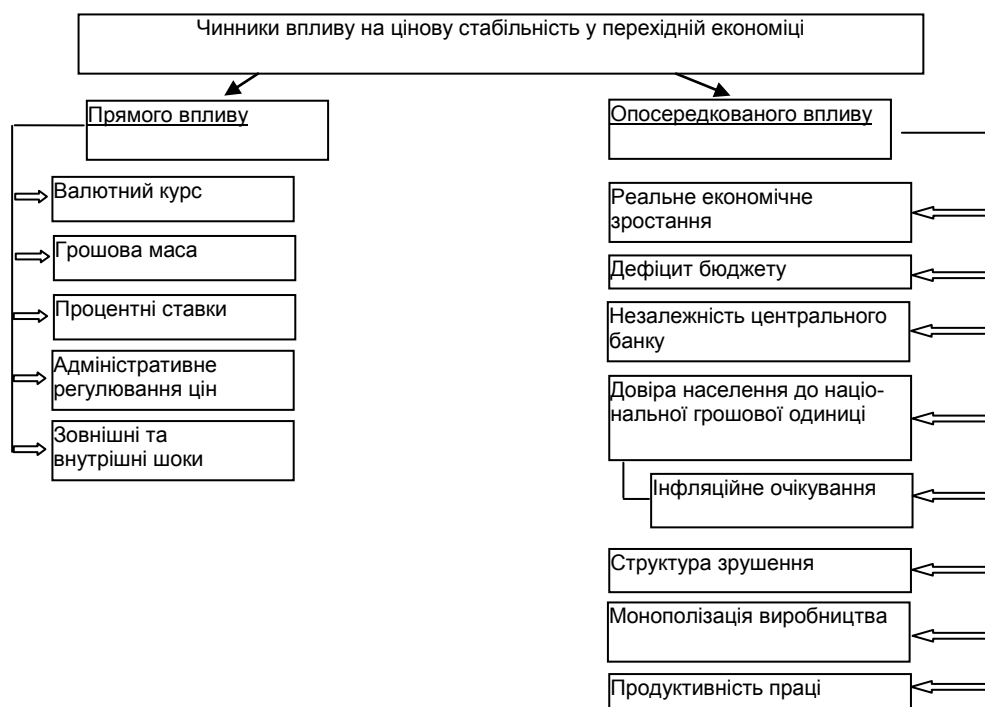


Рис. 2. Чинники впливу на цінову стабільність у перехідній економіці

Найважливіші, на думку автора, чинники впливу на цінову стабільність у перехідній економіці розглянуто детальніше.

Стабільність валютного курсу є одним із ключових чинників впливу на цінову стабільність. Стабільний обмінний курс національної грошової одиниці щодо валюти країни з низьким рівнем інфляції відіграє роль номінального якоря для формування незначних інфляційних очікувань, є, так би мовити, індикатором життєдіяльності економіки, ціновим орієнтиром для населення та основою зниження інфляції. Коливання валютного курсу обумовлюють внутрішні зміни у короткостроковому періоді внаслідок впливу змін імпорتنих цін та формують напрями цінової політики у довгостроковому періоді через механізм очікувань.

Зростання грошової маси також є важливим монетарним чинником впливу на цінову стабільність. Виділені в економічній літературі основні напрями поглядів учених та економістів щодо взаємозв'язку маси грошей, що перебуває в обігу, та рівня цін відображено на рис. 3.

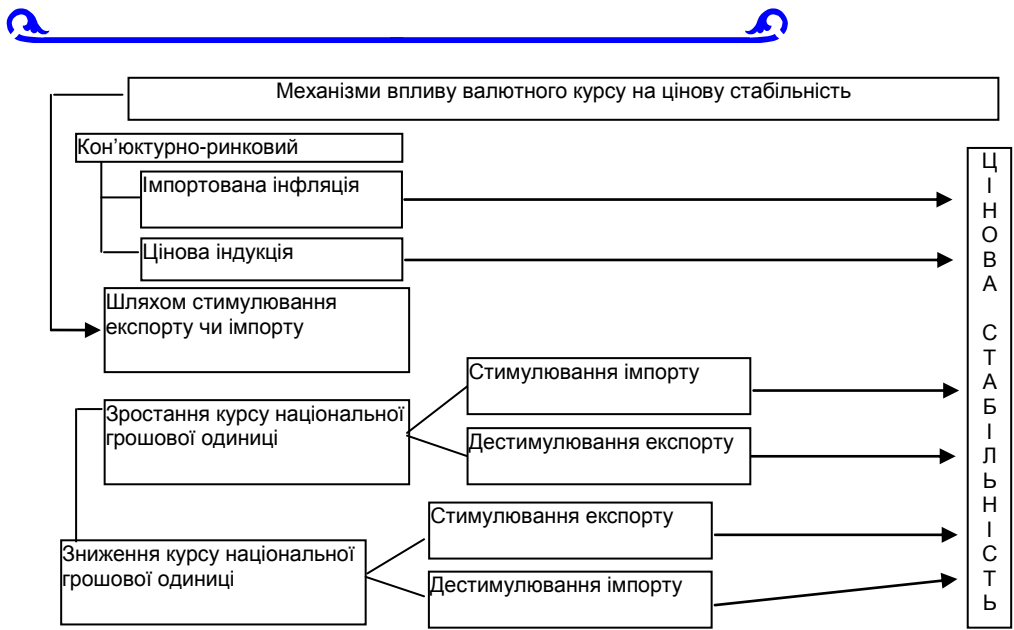


Рис. 3. Механізми впливу валютного курсу на цінову стабільність

Емпіричне підтвердження достатньої щільності зазначеного взаємозв'язку в Україні знайшло відображення у дослідженнях багатьох вчених та економістів [1].

Сучасні дослідження не виявляють значущої залежності між динамікою грошової маси та інфляцією в Україні, що пояснюється: істинною складовою продовольчих товарів у споживчому кошику, які перебувають під впливом сезонних факторів і шоків з боку пропозиції.

Швидкість обігу грошей має багатофакторну природу: з одного боку, вона є похідною від швидкості відтворювальних процесів, інституційних факторів, фінансових інновацій, ступеня довіри до стабільності грошей, а отже, від зміни їх пропозиції.

Процентна ставка також здійснює певний вплив на рівень цін, оскільки розмір відсоткових виплат закладається у собівартості продукції, що призводить до відповідного тиску на ціни.

Отже, аналіз стратегічних цілей монетарної політики, критеріїв їх вибору, переваг встановлення єдиної мети, а також переваг цінової стабільності і фундаментальних економічних принципів свідчить про доцільність переходу у середньостроковій перспективі до визначення цінової стабільності, що є основною метою монетарної політики України.

Автор погоджується з думкою економістів та вчених щодо доцільності переходу України у середньостроковій перспективі до інфляційного таргетування, однією з основних характеристик якого є інституційна домовленість про цінову стабільність як пріоритетну мету монетарної політики, для чого необхідно забезпечити такі передумови: задовільний стан державних фінансів і сталу макроекономічну стабільність; наявність сильної банківської системи і розвинутих фінансових ринків; чітку координацію монетарної і фіскальної політики; поліпшення якості економічних і фінансових даних; незначний рівень доларизації; наявність обґрунтованої методології прогнозування інфляції; довіру населення до національних грошей; інформаційну відкритість монетарної політики.

Наук. керієн. Іванієнко В. В.

Література: 1. <http://www.nbuv.gov.ua/ard/2007/07soeteu.zip>. 2. Салимжанова И. К. Цены и ценообразование / И. К. Салимжанова. – М. : Финстатинформ, 2008. – 304 с.

Рибка А. А.

УДК 338.51

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ЦІНОВІ СТРАТЕГІЇ: СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ

Анотація. Систематизовано сучасні світові тенденції розвитку цінових стратегій, а також проаналізовано на практиці формування цінових стратегій зарубіжними підприємствами.

Аннотация. Систематизированы современные мировые тенденции развития ценовых стратегий, а также проанализированы на практике формирование ценовых стратегий зарубежными предприятиями.

© Рибка А. А., 2010

Annotation. The modern world progress of price strategy trends are systematized and also formings of price strategies in practice by foreign enterprises are analysed.

Ключові слова: цінова стратегія, сегментація ринку, витрати підприємства, конкуренція.

Коли приходять час боротьби з новими конкурентами і захисту свого прибутку, великі, займаючи міцне становище на ринку, підприємства мають тенденцію до використання одного і того ж набору цінових стратегій: зменшують витрати або період введення нового товару на ринок, або ж урізноманітнюють пропозицію товарів, випускаючи з уваги кращу стратегічну "зброю" – сучасні цінові стратегії.

Незважаючи на те, що більшість підприємств розглядають цінові рішення як важливі, вимагаючи пильної уваги з боку вищого керівництва, найчастіше вони або носять тактичний, а не стратегічний характер, або є відповіддю на ініціативу конкурентів.

Мета статті – розглянути питання про цінову стратегію підприємства та дослідити поставлені завдання.

На рівні нашої країни цими проблемами займаються такі науковці: Рудинський В. С., Дорош Н. І., Бутинець Ф. Ф., Гніденко Н. А., Кузуб О. А. та ін.

Ефективна цінова стратегія підприємства має бути чимось більшим, ніж різка у відповідь реакція на зміну ринкових умов. Будь-яке цінове рішення повинне відображати, по-перше, фундаментальну цінову стратегію, по-друге, сегментацію ринку; по-третє, еластичність ринку; по-четверте, рівень витрат, по-п'яте, потенціал конкурента, оскільки знання своїх конкурентів дозволяє компанії з більшою мірою вірогідності прогнозувати їх у відповідь реакції, що враховуються при розробці цінових стратегій, по-шосте, компетентність керівництва компанії. Саме ці питання і є предметом даної статті.

Цінова стратегія – узагальнююча модель дій щодо встановлення і зміни цін, набір правил для прийняття цінових рішень, які забезпечують реалізацію цінової політики.

Безумовно, кожне підприємство, незалежно від часу роботи на тому або іншому ринку, індивідуальне і має специфічну структуру і рівень цін, але все-таки існує якийсь стандартний набір цінових стратегій, найбільш ефективних для "новачків" ринку, і, відповідно, набір цінових стратегій, яким віддають перевагу "старі" учасники ринку. Подібне ділення цінових стратегій, перш за все, обумовлене тим, що нові компанії і "старожили" традиційно вибирають різні рівні і структуру цін.

Нові підприємства частіше, ніж старожили, зустрічаються з проблемою зміни купівельних звичок. Рівень ціни нерозривно пов'язаний із сприйнятою споживачем цінністю товару або послуги, тому типовий "новачок" запропонує потенційному покупцеві вищу ціну. На ринках з високою конкуренцією підприємства-"новачки" охоче знижують ціни на свою продукцію (приблизно на 10 %) відносно цін старих учасників ринку з метою завоювання більшої ринкової частки. Не випадково найпопулярнішою ціновою стратегією є стратегія низьких цін.

Консерватизм й інерція споживачів, навпаки, допомагають "старожилам" ринку. Щоб уникнути напруженості і ризику при зміні постачальників або швидкому збільшенні їх числа, споживачі вважають за краще виплачувати "старим", займаючим міцне становище на ринку підприємствам-постачальникам значну цінову премію. Якщо ж споживачі не дають згоди підприємству-постачальникові на виплату цінової премії, остання маскує реальний рівень ціни її складною структурою.

Якщо "старожил" не є монополістом, то він робить все можливе, щоб утруднити покупцям порівняння цін підприємств-конкурентів. Найбільш яскравою ілюстрацією до цього служить ринок побутової електроніки. Наприклад, корпорація Sony змінює номери моделей при постачаннях різним роздрібним торговцям. Це робиться для того, щоб споживачі не були упевнені в тому, що вони порівнюють ціни на однакові моделі.

Останніми роками система подвійного ціноутворення набула широкого поширення. Наприклад, телефонні компанії встановлюють як фіксовану місячну абонентську плату за свої послуги, так і щохвилинну оплату розмов. Світова практика свідчить про те, що чим менше вплив компанії на ринок, тим меншою мірою вона може перешкоджати процесу порівняння цін, а отже, тим більш просту систему ціноутворення повинна використовувати.

Сегментація ринку – це поділ ринку на окремі області для збуту товарів.

Як правило, компанії сегментують ринок у цілях максимізації прибутку. Максимізація прибутку є результатом реалізації цінової диференціації, успіх якої залежить від точності та якості сегментації ринку.

Правильно провести сегментацію ринку можна лише в тому випадку, якщо виявлена причина відмінностей між сегментами, оскільки саме вони впливають на сприйняття цінності товару споживачем, купівельні звички і готовність покупця купити товар за даною ціною. Наприклад, ринок телекомунікаційного устаткування. Результати сегментації, яку провів для компанії Booz і Hamilton Robert Docters, показали, що на цьому ринку виразно виділяються 5 основних сегментів. Умови продажу, структура ціни, якій віддається перевага, і відповідні цінові інструменти, різні для кожного з виділених споживчих сегментів.

Необхідність і важливість сегментації ринку телекомунікаційного устаткування, в першу чергу, визначається тим, що прийнятні для представників кожного з п'яти виділених сегментів ринку ціни на один і той же продукт компанії лежать у межах +30 % від ціни, встановленої виробником. Одна з причин настільки значного розкиду цін – відмінності в цілях споживчих сегментів. Мета чут-



ливих до ціни покупців — зниження витрат. Мета інших сегментів — збільшення продуктивності телекомунікаційного устаткування.

Будь-яка спроба встановлення єдиної ціни для всіх сегментів ринку приведе до втрати ринкової частки і зниження досягнутого рівня прибутку.

Щоб об'єктивно визначити цінність своєї ринкової пропозиції для споживача, підприємство повинне, по-перше, знати цінову еластичність як ринку в цілому, так і кожного його сегмента окремо. Потім слід визначити, яка ринкова ціна принесе підприємству найбільший сукупний дохід. У зв'язку з цим необхідно особливо підкреслити таке: багаточисельні дослідження, що проводяться на ринках споживчих товарів і послуг, показали, що в більшості випадків встановлення високих цін на ринкові продукти і послуги не дозволяє максимізувати маржу — різницю між купівельною ціною і собівартістю. Наприклад, встановлення нижчих тарифів на послуги міжнародного телефонного зв'язку, а також нижчих цін на оперативну пам'ять для персональних комп'ютерів привело до підвищення на 15 % сукупних доходів учасників обох ринків, оскільки збільшення об'єму продажів, що настало за цими ціновими акціями, компенсувало скорочення різниці між купівельною ціною і собівартістю.

Витрати підприємства – витрати різних видів економічних ресурсів (сировини, праці, основних засобів, послуг, грошей), безпосередньо пов'язані з виробництвом економічних благ.

Витрачання, незважаючи на те, що їх роль у процесі формування ціни незаперечна, не повинні безпосередньо визначати рівень ринкової ціни. Залежно від специфіки галузі, що виробляє той або інший продукт, залежно від особливостей ринку цього продукту вплив витрат на ринкову ціну різний. Особливий інтерес становить тенденція, що намітилася останніми роками на промисловому ринку. Дослідники стверджують, що незабаром більшість підприємств, які виробляють продукцію або надають послуги виробничого призначення, зможуть отримувати прибуток лише за рахунок великих замовлень. Як приклад можна навести "пластиковий" бізнес – виробництво одноразового посуду, пакетів і плівки для упаковки продуктів. Найбільші замовлення на постачання цієї продукції оформляються за ціною, близькою до витрат. Сьогодні компанія, що працює на промисловому ринку, може отримати солідну маржу лише в тому випадку, якщо вироблятиме інноваційні продукти або здійснюватиме продажі в тих регіонах, де даний товар є дефіцитним.

Конкуренція — економічний процес взаємодії і боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів, за отримання найбільших прибутків.

Нові учасники того або іншого товарного ринку чи ринку послуг і підприємства мають різні вразливі місця. Наприклад, фондова біржа оцінює телекомунікаційні підприємства швидше за їх ринковою часткою, чим за прибутковістю. З іншого боку, великі корпорації, за звичаєм, повинні щокварталу надавати звіт про котирування своїх акцій. Це означає, що нові учасники ринку телекомунікацій можуть жертвувати маржою заради об'єму продажів і згодом будуть за це винагороджені.

Розуміння, а найголовніше – використання цих відмінностей є ключем до ухвалення ефективних рішень. Наприклад, у районі New York City альтернативний постачальник телекомунікаційних послуг, компанія Teleport Communications Group, отримала додатковий прибуток завдяки тому, що змогла "збити" високі ціни компанії New York Telephone на телекомунікаційні послуги, що надаються в радіусі 5 миль. Після того як компанія Teleport зуміла розвинути свою мережу, New York Telephone знизила тарифи на 16 % на аналогічні послуги. Безумовно, нова стратегія конкурента становила деяку загрозу для Teleport, але не настільки сильну, щоб вплинути на темпи розвитку останньої [1].

Компетентне керівництво на підприємстві на сьогоднішній день має знати про різноманіття цінових стратегій і тактик, а також заздалегідь прорахувати можливі ризики.

При розробці тактичних цінових рішень практики не завжди враховують той факт, що вживання одного з найчастіше використовуваних тактичних інструментів – знижок – пов'язано із значними ризиками. Кілька років тому американський виробник сигарет запропонував оптовим торговцям знижку в розмірі 25 % на свою продукцію. У результаті виявилось, що кінцеві споживачі не отримали очікуваної користі від зниження цін, оскільки оптовики, скориставшись знижками, наданими виробником, у свою чергу, не понизили ціни для роздрібних торговців, що купували у них товар. Підсумок непродуманої цінової тактики: кінцеві споживачі не відмітили яких-небудь змін цін, і, отже, виробникові, що зазнав значних збитків, не вдалося збільшити свою частку ринку.

Багаточисельні приклади зарубіжної практики доводять правильність такого твердження: "Якщо ціною уміло керувати, то вона буде потужною зброєю, за допомогою якої можна, зберігаючи дохід фірми, ефективно протидіяти конкурентам". Також можна сказати, що: по-перше, слід пам'ятати, що рівень ціни товару повинен відображати реально існуючу позицію останнього на ринку, тобто між ціною товару і його позицією на ринку має бути суворо відповідність; по-друге: відсутність диференціації цін на один і той же товар залежно від характеристик сегментів свідчить про неграмотно проведену сегментацію ринку; по-третє, структура ціни повинна відповідати цілям фірми і сприяти швидкій та ефективній реалізації вибраної цінової стратегії.

Наук. керівн. Іванієнко В. В.

Література: 1. Герасименко В. В. Ціноутворення / В. В. Герасименко // Журнал конкретних. – 2009. – № 9. – С. 72. 2. Євтушевська В. А. Збірник ділових ситуацій / В. А. Євтушевська. – К. : БЕК, 2008. – 76 с.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО АНАЛІЗУ ЗАБОРГОВАНІСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Визначено сутність заборгованості підприємства, сформувано методичні підходи щодо аналізу заборгованості підприємства, проведено аналіз заборгованості за допомогою сучасних комп'ютерних технологій.

Аннотация. Определена сущность задолженности предприятия, сформированы методические подходы относительно анализа задолженности предприятия, проведен анализ задолженности с помощью современных компьютерных технологий.

Annotation. The essence of enterprise debt is considered, conceptual approaches to the analysis of enterprise debt are formulated, debt analysis using modern computer technology is conducted.

Ключові слова: дебіторська заборгованість підприємства, кредиторська заборгованість підприємства, комп'ютерні технології.

Аналізом заборгованості підприємства переймається велика кількість вчених-економістів, бо цей економічний показник є багатограним у дослідженні та неоднозначно впливає на фінансову стійкість підприємства, тому дуже важливо встановити методику аналізу показників заборгованості для виявлення її впливу на загальний фінансовий стан підприємства, при чому доцільно буде скористатися також сучасними комп'ютерними технологіями.

При дослідженні заборгованостей підприємства необхідно керуватися положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість" та 11 "Зобов'язання". Дебіторська заборгованість є тимчасовим вилученням коштів з обігу господарюючого суб'єкта та їх використання в обороті в інших господарюючих суб'єктів. Це призводить до зменшення фінансових ресурсів та можливостей і, як наслідок, до зменшення потенційних можливостей підприємства.

На величину дебіторської заборгованості підприємства впливає стан договірної та розрахункової дисципліни. Недотримання договірної і розрахункової дисципліни, несвоєчасне пред'явлення претензій за борги, які виникають, призводять до значного зростання невиправданої дебіторської заборгованості, створення фінансових труднощів, нестачі ресурсів.

Кредиторська заборгованість виникає унаслідок існуючої системи розрахунків між підприємствами, коли заборгованість одного підприємства погашається іншому через деякий період. Вона може виникнути, коли підприємство спочатку відображає в обліку появу такої заборгованості, а через певний період погашає таку заборгованість. Також може бути наслідком несвоєчасного виконання своїх розрахункових обов'язків. Її об'єм, якісний склад та оборот у балансі говорять про рівень стійкості фінансового стану підприємства.

Для аналізу дебіторської та кредиторської заборгованостей необхідно дослідити динаміку і структуру цих заборгованостей у валюті балансу за 3 – 5 років; визначити абсолютне та відносне їх відхилення від базового чи попереднього років. Далі необхідно розрахувати коефіцієнт оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості, які знаходяться як відношення виручки від реалізації до величини такої заборгованості. Додатково можна розрахувати коефіцієнт відношення середньої величини заборгованості до виручки від реалізації та її структуру у валюті балансу. Вважається, що оборотність дебіторської заборгованості повинна збільшуватись, що є результатом повернення боргів дебіторами, а оборотність кредиторської заборгованості, навпаки, зменшуватись. Для того щоб аналіз заборгованості був об'єктивним та висновок ґрунтувався на більш досконалому аналізі заборгованості, доцільно розрахувати такі коефіцієнти фінансової стійкості, а саме: коефіцієнт фінансової автономії – його значення вважається нормальним, якщо він становить більше 0,5; коефіцієнт фінансової залежності (менше 2); коефіцієнт фінансового ризику (менше 0,5); коефіцієнт фінансової стабільності, його високе значення не є показником високої фінансової стабільності. Зв'язавши всі запропоновані показники і пов'язавши їх з показниками фінансової звітності за кожним видом заборгованості, можна зробити об'єктивний висновок щодо фінансового-господарської стійкості такого підприємства.

За такою методикою аналізу було проведено аналіз дебіторської та кредиторської заборгованості ВАТ "Печенізьке рибоводне господарство". За аналізом дебіторської заборгованості було встановлено, що абсолютне відхилення за товари, роботи та послуги відповідно до двох попередніх років склало 42,2 та -6,1 тис. грн; іншої поточної заборгованості – -9,3 та -1,8 тис. грн; коефіцієнта оборотності заборгованості – -33,4 та 1,5 рази; питомої ваги у балансі – 0,8 та -0,2 %, у виручці від реалізації – 3 та -0,1 %. Отже, з проведених розрахунків можна констатувати, що дебіторська забо-



ргованість протягом аналізованих років збільшувалась, що є відстороненням власних коштів від господарської діяльності підприємства, але її частка на дохід майже не впливає, у структурі балансу заборгованість також має мінімальне значення. Оборотність дебіторської заборгованості має високі показники, що є позитивною тенденцією, адже це говорить про швидке повернення своїх боргів дебіторами. За аналізом кредиторської заборгованості було виявлено таку динаміку відхилень: заборгованість за товари, роботи та послуги – 10,6 та 1,2 тис. грн; з бюджетом – 13,6 та -10,9 тис. грн; зі страхування – 7,6 та -3,7 тис. грн; з оплати праці – 61,6 та 1,1 тис. грн; коефіцієнта оборотності – -1,1 та 0,1 рази; питомої ваги у виручці – 25,3 та -0,1 %, у валюті балансу – 2,1 та -0,4 %. Заборгованість займає значну частку у валюті балансу та у виручці від реалізації, що значно зменшує результат фінансової діяльності. Оборотність кредиторської заборгованості зменшується, що є позитивним моментом, оскільки як це говорить про поступове зменшення боргів підприємства перед іншими кредиторами.

Для об'єктивного та більш повного аналізу було розраховано коефіцієнти фінансової стабільності підприємства, бо необхідно з'ясувати загальне фінансове становище підприємства: коефіцієнт автономії за 2008 та 2009 роки, який склав 0,6 та 0,6 відповідно; коефіцієнт фінансової залежності 0,2 та 0,1 відповідно; коефіцієнт фінансового ризику 0,3 і 0,1 відповідно; коефіцієнт фінансової стабільності 1,5 та 0,5 відповідно років.

Отже, на основі проведених розрахунків можна зробити такі висновки щодо заборгованості та фінансової стабільності ВАТ "Печенізьке рибоводне господарство". Дебіторська заборгованість не має значного впливу на господарську діяльність підприємства, частина грошей, вилучених з господарської діяльності, є несуттєвою, в той час як кредиторська заборгованість характеризується значною питомою вагою у величині фінансового результату підприємства. Показник автономності знаходиться в межах нормативного значення, тому можна говорити про фінансову стабільність і незалежність від зовнішніх кредиторів підприємства. Інші розраховані показники мають значення, які характеризують задовільний фінансовий стан підприємства.

За наведеною методикою аналізу можна проаналізувати підприємства будь-якої галузі господарства та за будь-який період часу, причому нормативні показники коефіцієнтів можуть коливатися в різних межах значень, оскільки, для кожної окремої галузі господарства притаманні свої особливості та відмінності, але запропонована методологія аналізу може бути універсальною.

Проводити економічний аналіз заборгованості можна, також, за допомогою сучасних комп'ютерних технологій, зокрема, програмним забезпеченням "STATGRAPHICS Plus". Скориставшись цією програмою, зручно проводити множинний кореляційний аналіз заборгованості, встановлювати взаємозалежність між обраними факторами та показником, іншими словами, кореляційний аналіз дає змогу оцінити ймовірність зміни показника, знаючи величину та динаміку зміни факторів, які викликають та змінюються під час ведення господарської діяльності підприємства, результатом показником виступає Y , а змінними X_1 - X_n . Для аналізу заборгованості ВАТ "Печенізьке рибоводне господарство" як корельований показник було обрано рентабельність підприємства, як незалежні фактори – частку дебіторської заборгованості в активах балансу підприємства, частку кредиторської заборгованості в пасивах балансу підприємства, коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, коефіцієнт фінансової залежності підприємства.

У "STATGRAPHICS Plus" аналіз проводиться у декілька етапів. Спочатку розраховується сукупна взаємозалежність та взаємовплив даних між собою, тіснота факторів даної сукупності; далі необхідно проаналізувати кореляційну залежність між кожною парою заданих факторів; розрахунок дисперсійного аналізу змінних та більш детальний аналіз даної вибірки; проводиться зведена статистика за розрахунками статистичних факторів, включених у регресійну модель. Сформована модель кореляційного аналізу буде унікальною для кожного окремого підприємства.

Аналізуючи ВАТ "Печенізьке рибоводне господарство" за допомогою "STATGRAPHICS Plus", було встановлено, що на рентабельність підприємства впливають усі обрані фактори, причому у висновках програмою автоматично було запропоновано виключити показник коефіцієнта фінансової залежності підприємства з моделі через його незначний вплив на фінансовий стан підприємства на даному етапі.

Запропонований комплексний підхід аналізу дебіторської та кредиторської заборгованості з використанням комп'ютерних технологій дає змогу зробити об'єктивні висновки щодо отриманих результатів аналізу. Отже, за ВАТ "Печенізьке рибоводне господарство" можна зробити такі висновки, а саме: дебіторська заборгованість має тенденцію до зменшення показників у динаміці та структурі балансу, що є позитивним явищем, кредиторська заборгованість – збільшується, але її структура у балансі не значно впливає на дохід та прибутковість підприємства. Показники фінансової стабільності показують і підтверджують задовільний стан заборгованості підприємства та фінансового стану в цілому. "STATGRAPHICS Plus" доповнив аналіз та вдосконалив його, встановив вплив заборгованості на будь-який обраний показник, у даному випадку рентабельність підприємства, встановив силу впливу на неї кожного незалежного показника, що може допомогти при прийнятті управлінських рішень керівництвом підприємства.

Наук. керівн. Петряєва З. Ф.

Література: 1. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16 липня 1999 р. № 996-ХІV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 2. Литвін Б. М. Фінансовий аналіз : навч. посібн. / Б. М. Литвін. – К. : Хай Тек Прес, 2008. – 336 с. 3. Канке А. А. Аналіз фінансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / А. А. Канке. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ИД Форум ; ИНФРА-М, 2007. – 288 с. 4. Салига С. Я. Фінансовий аналіз / С. Я. Салига. – К. : ЦУЛ, 2006. – 210 с. 5. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємств / Г. В. Савицька. – К. : Знання, 2006. – 622 с.

АНАЛІЗ СТРУКТУРИ АКТИВІВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено структуру активів підприємства, проаналізовано її вплив на фінансове становище підприємства, оцінено ліквідність та платоспроможність суб'єкта господарювання.

Аннотация. Исследована структура активов предприятия, проанализировано ее влияние на финансовое положение предприятия, оценены ликвидность и платежеспособность субъекта хозяйствования.

Annotation. The structure of assets of enterprise is explored, its influence on financial position of enterprise is analysed, liquidity and solvability of transactor unit are appraised.

Ключові слова: активи, структура, ліквідність, платоспроможність, фінансове становище, грошові кошти, зобов'язання.

Ефективність діяльності вітчизняних підприємств залежить від того, наскільки швидко, своєчасно та в повному обсязі вони можуть виконати розрахунки за короткостроковими зобов'язаннями перед контрагентами. Зберегти свої позиції за ринкової економіки підприємства можуть, дотримуючись вимог щодо платоспроможності, які зумовлено необхідністю повного та своєчасного виконання зобов'язань, забезпечення діяльності ліквідними активами, що можуть покрити зобов'язання. Розвиток ринкових відносин та досвід зарубіжної системи господарювання визначають залежність результатів діяльності підприємств від ефективності використання активів. Тому дослідження системи управління активами як важливого чинника підвищення ефективності функціонування підприємств промисловості набуває особливої актуальності.

Метою дослідження є поглиблення теоретичних знань та аналіз фінансового становища підприємства за рахунок оптимізації структури активів.

У розвитку теорії та практики управління активами підприємств, ліквідності та платоспроможності як основних показників фінансового стану підприємства значний внесок зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Н. Горицькая [1], Веселова Ю. Ю. [2], Д. Коваленко [3], Андреева Г. І. [4], Череп А. В. [5] та ін.

Активи підприємства – це засоби господарюючого суб'єкта, які потрібні для його функціонування в різних формах діяльності з метою одержання економічних вигід (прибутку). Характеризуючи активи як об'єкт управління, необхідно відмітити особливості їх окремих складових частин. Зокрема, необоротні активи є найменш мобільною частиною майна підприємства, основна відмінність якої полягає в багаторазовому використанні у процесі діяльності і частковій амортизації протягом кожного операційного циклу.

Структура активів підприємства становить співвідношення оборотних та необоротних активів, що використовуються підприємством у процесі своєї господарської діяльності. Структура активів, що використовується підприємством, визначає багато аспектів не тільки фінансової, але й операційної та інвестиційної його діяльності, здійснює активний вплив на кінцеві результати цієї діяльності. Вона впливає на коефіцієнт рентабельності активів та власного капіталу, визначає систему коефіцієнтів фінансової стійкості та платоспроможності й остаточно формує співвідношення у ступенях прибутковості та ризику у процесі розвитку підприємства [4, с. 137].

Проаналізувавши структуру активів в Україні за 2005 – 2009 рр., можна зробити висновок, що у 2005 р. на промислових підприємствах України переважали необоротні активи на 17,25 %. Це говорить про те, що підприємства мають "важку" структуру, тому що частка оборотних активів складає більше 40 %. У 2006 р. тенденція збереглася – переважали необоротні активи, але порівняно з 2005 р. величина і оборотних активів, і необоротних збільшилася на 19,39 % і 13,94 % відповідно. Протягом 2008 – 2009 рр. можна відзначити, що на промислових підприємствах України переважають необоротні активи. Але разом з цим величина оборотних активів протягом цього періоду збільшується. Це говорить про прискорення оборотності. Від раціональності їхнього розміщення й ефективності використання значно залежить успішний результат роботи підприємства [5]. Збільшення обігових коштів промислових підприємств в Україні в 2005 – 2009 рр. було забезпечено в основному збільшенням дебіторської заборгованості і товарно-матеріальних цінностей.

Найважливішими показниками структури активів та впливу їх на фінансовий стан підприємства є показники ліквідності та платоспроможності. Ліквідність підприємства – це здатність перетворювати свої активи у грошові засоби [2, с. 36]. Платоспроможність означає наявність у підприємства грошових коштів та їх еквівалентів, достатніх для розрахунків за кредиторською заборгованістю, що потребує негайного погашення [3, с. 7]. Поняття платоспроможності та ліквідності дуже близькі за значенням. Але все ж такі існує різниця між ними, а саме: поняття ліквідності більш містке, від ступеня ліквідності балансу залежить його платоспроможність. У той же час ліквідність характеризує не тільки поточний стан активів, а й перспективний.

Аналіз фінансових показників полягає у їх порівнянні з нормативними величинами, а також у вивченні їх динаміки протягом певного періоду часу. Одна із важливих умов стійкого фінансового



стану підприємства – це ліквідність. Для оцінки ліквідності використовуються такі показники, як коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт швидкої ліквідності та коефіцієнт абсолютної ліквідності. Ці коефіцієнти характеризують достатність поточних активів для погашення боргів протягом року.

Проаналізувавши показники ліквідності промислових підприємств України, можна зробити висновок, що коефіцієнти ліквідності вище нормативних значень. Це говорить про високу ліквідність підприємств, тобто є позитивним фактором для кредиторів і потенційних інвесторів. Але на деяких підприємствах значення коефіцієнта поточної ліквідності значно перевищує нормативні показники, що свідчить про перетворення надлишкових фінансів на зайві оборотні засоби.

Ліквідність менш динамічна порівняно із платоспроможністю, тому що на підприємстві в міру стабілізації його виробничої діяльності складається певна структура активів, унаслідок чого коефіцієнти ліквідності не змінюються або мають незначне відхилення від попереднього значення [1, с. 16]. Платоспроможність підприємства забезпечується в тому разі, коли менш ліквідні активи покриваються відносно стійкими пасивами, а короткостроковим борговим зобов'язанням відповідає найбільш ліквідна частина активів. Високий рівень недостачі ліквідності призводить до того, що підприємство неспроможне погасити свої поточні зобов'язання. Це може спричинити неплатоспроможність і навіть призвести до банкрутства. Тому проаналізувавши показники платоспроможності підприємств можна зробити висновок, що лише завод "Будівельних матеріалів" та ЗАТ "Роменська взуттєва фабрика" не мають можливості виконувати свої зовнішні зобов'язання, залежні від залучених засобів, про що свідчить показники платоспроможності. На відміну від даних підприємств інші є платоспроможними, тобто можуть не тільки сплатити власні поточні борги, але й мають достатньо оборотних засобів для розширення діяльності й відповідно отримання прибутку.

Будь-яке підприємство потребує ефективних методів і способів діагностики фінансового стану. Використання математичних методів у сфері управління – найважливіший напрямок удосконалення систем управління. В економічному аналізі найбільш відомий метод множинного кореляційного аналізу. Як фактори-аргументи, які впливають на величину поточної ліквідності, можуть бути прийняті: питома вага дебіторської заборгованості у валюті балансу, коефіцієнт фінансового ризику, коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт оборотності оборотного капіталу та рентабельність власного капіталу. У результаті було встановлено, що більш тісно пов'язані між собою поточна ліквідність з коефіцієнтом фінансового ризику, а найбільш слабкий зв'язок поточної ліквідності (у) з коефіцієнтом оборотності оборотного капіталу (х⁴).

Отже, причинами неплатоспроможності підприємства можуть бути: нездійснення плану з виробництва й реалізації продукції, підвищення її собівартості, нездійснення плану прибутку і, як результат, нестач джерел самофінансування підприємства; нецільове використання оборотного капіталу: відволікання коштів у дебіторську заборгованість, вкладення в позапланові запаси та на інші цілі, які тимчасово не мають джерел фінансування; недостатня купівельна спроможність його клієнтів; високий рівень податків, штрафних санкцій за несвоєчасну або неповну оплату податків.

Наук. керівн. Петряєва З. Ф.

Література: 1. Горицкая Н. Анализ финансового состояния и результатов деятельности предприятия / Н. Горицкая // Бухгалтерия. Налоги. Бизнес. – 2006. – № 32. – С. 14–17. 2. Веселова Ю. Ю. Анализ платежеспособности и ликвидности предприятия / Ю. Ю. Веселова // Науковий вісник. Фінанси, банки, інвестиції. – 2009. – № 2. – С. 35. 3. Коваленко Д. Шляхи забезпечення платоспроможності підприємств / Д. Коваленко // Государственный информационный бюллетень о приватизации. – 2009. – № 12. – С. 7–9. 4. Андреева Г. И. Экономический анализ : навч.-метод. посібн. / Г. И. Андреева. – К. : Знання, 2008. – 263 с. 5. www.ukrstat.gov.ua.

Чуркін Т. В.

УДК 338.51

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

РОЗПОДІЛЬНА ФУНКЦІЯ ЦІНИ

Анотація. Розглянуто розподільну функцію ціни, її економічний зміст та механізм розподілення.

Аннотация. Рассмотрено распределительную функцию цены, ее экономическое состояние и механизм распределения.

Annotation. The distributive function of price, its economic state and distributing mechanism are considered.

Ключові слова: ціна, ціноутворення, ринок, розподільна функція, попит, пропозиція.

Ціна разом з іншими державними регуляторами відіграє активну роль у вирішенні багатьох соціально-економічних завдань. Значення та місце ціни у регулюванні економічних процесів як на мікро-, так і на макрорівні виявляється через їхні функції. В економічній літературі немає єдиної думки

© Чуркін Т. В., 2010

відносно кількості функцій цін. Проте найпоширенішою є точка зору, що ціна виконує, як мінімум, п'ять функцій: обліково-інформаційну; стимулюючу; регулюючу (балансуючу); раціонального розміщення виробництва; розподільну [1].

Економічний зміст обліково-інформаційної функції полягає в тому, що за допомогою цін фіксується вартість (цінність), або суспільна оцінка ресурсів, товарів та послуг. Виконуючи функцію обліку і виміру затрат суспільної праці, ціна виступає одним з найважливіших показників народногосподарського виробництва, є орієнтиром для прийняття господарських рішень.

Економічний зміст стимулюючої функції ціни полягає в стимулюванні (дестимулюванні) процесу виробництва і споживання різних груп товарів, послуг. Саме ціна виступає економічним важелем, що забезпечує економічне стимулювання виробництва продукції з найбільшою величиною прибутку за мінімальних витрат.

Регулююча функція ціни або функція балансування попиту і пропозиції виражаються в тому, що за допомогою цін здійснюється зв'язок між виробництвом і споживчим попитом населення та пропозицією виробників. Економічний зміст даної функції полягає у досягненні рівноваги між фактичним обсягом виробництва певних товарів та суспільними потребами в них. Регулююча функція ціни впливає з ринкових умов і зумовлює коливання ціни навколо її вартості (цінності).

Функція ціни як засобу раціонального розміщення виробництва виявляється в тому, що за допомогою цін здійснюється перерозподіл капіталів на користь тих секторів, галузей чи виробництв, які мають вищу норму прибутку. При цьому підприємці основну частку коштів спрямовують не у виробничу сферу, а в торговельно-посередницьку діяльність, де норма прибутку значно вища, ніж в інших галузях.

Розподільна функція полягає в тому, що внаслідок відхилення ціни від вартості, особливо коли ціни перебувають під впливом попиту і пропозиції, можливий перерозподіл вартості продукції між галузями, регіонами, підприємствами. Цей розподіл може бути регульованим або встановлюватися стихійно.

Розподільна функція пов'язана з можливістю відхилення ціни від вартості. Так, встановлення високих цін на певну продукцію (товар) дає змогу державі перерозподіляти кошти, встановлюючи дотації на інші товари (послуги). Розподільна функція ціни проявляється також у процесі мобілізації частини вартості ВВП у формі податків та обов'язкових платежів до бюджету для задоволення загальнодержавних потреб. Розподільна функція ціни впливає на формування споживчого попиту та ресурсозабезпеченої пропозиції на ринку збуту.

Суть розподільної функції полягає в тому, що за допомогою цін здійснюється розподіл або перерозподіл національного доходу між галузями економіки, регіонами, формами власності, підприємствами та соціальними групами населення. Ціновий перерозподіл доходів здійснюється через співвідношення цін на різні види продукції певних галузей, рівень самих цін та їхню структуру.

Так, завдяки встановленню високих роздрібних цін на престижні товари та предмети розкоші (вироби з натурального хутра, ювелірні прикраси з дорогоцінних металів та каміння) забезпечується перерозподіл коштів певної частини населення з високим рівнем доходів. Додаткові доходи, які надходять від реалізації цих товарів, а також алкогольних та тютюнових виробів через бюджет використовуються для соціального захисту малозабезпечених верств населення (надання житлових субсидій, безплатного проїзду в міському електротранспорті пенсіонерам тощо). Так видатки на соціальний захист та соціальне забезпечення за 2009 рік склали 51,5 млрд гривень.

Перерозподіл доходів здійснюється також встановленням різних видів цін на ту ж саму продукцію для різних споживачів. Наприклад, тарифи на електроенергію для населення нижчі, ніж у промисловості. (Для населення – до 24,36 копійок 1 кВт·год, а для промисловості до 66,85 копійок 1 кВт·год).

Реалізація розподільної функції досягається за рахунок включення до цін окремих товарів (наприклад, тютюну, алкогольні напої, бензин) акцизного збору, податку на додану вартість, митних зборів (на імпортовану продукцію) та інших податкових платежів (наприклад, податок на прибуток в окремих прибуткових галузях), які спрямовуються до загальнодержавного та місцевих бюджетів.

Так, наприклад, оскільки послуги казино та інших гральних домів можна віднести до предметів розкоші, а саму діяльність дуже прибутковою, тому розподільна функція ціни на ці послуги реалізується за рахунок максимально високого податку на прибуток – 60 %. І, звісно ж, це враховується у вартості цих послуг.

Завдяки податковим надходженням до загальнодержавного бюджету забезпечується перерозподіл доходів і в регіональному аспекті. Так, в Україні за рахунок бюджетних коштів дотується розвиток Волинської, Івано-Франківської та деяких інших областей. Наприклад, у 2009 році порівняно з 2008 роком, обсяг перерахованих трансфертів з державного бюджету до місцевих бюджетів збільшився на 3,1 млрд грн (на 5,2 %). Субвенції соціального значення профінансовані стовідсотково до фактично зареєстрованих зобов'язань місцевих бюджетів у сумі 22,8 млрд грн [2].

Найактивніше розподільна функція виявляється через ціни, які встановлює або регулює держава. Так, через встановлення пільгового оподаткування, а саме звільнення кам'яного вугілля від податку на додану вартість, забезпечується певний перерозподіл доходів між паливно-енергетичними та обробними галузями промисловості. Регулюючи доходи окремих галузей за допомогою цін, держава впливає на темпи їхнього розвитку, певною мірою усуває суперечності між виробниками та споживачами продукції, підпорядковує діяльність підприємств національним інтересам. Таким же чином наша держава намагається підтримати та розвивати вітчизняне книговидавництво, літакобудування, малий бізнес та інші галузі.

Але розподіл між галузями через систему цін в умовах державного регулювання не завжди економічно виправданий, тому що в багатьох випадках він веде до низької конкурентоспроможності виробників або до необхідності їхнього бюджетного дотування.



Сутність розподільної функції ціни полягає в тому, що ціна під впливом попиту і пропозиції відхиляється від вартості, яку виражає. Це досягається через конкуренцію між товаровиробниками як усередині галузей, так і між галузями економіки. Особливо ця функція ціни виявляється у командно-адміністративній економіці, що підтвердив досвід колишнього Радянського Союзу. Однак і в ринковій економіці ціна виконує розподільну функцію, хоча масштаби перерозподілу знову створеної вартості через ціну набагато менші, ніж у командно-адміністративній системі.

Наук. керівн. Іванієнко В. В.

Література: 1. Основи економічної теорії : підручник / А. А. Чухно, П. С. Єщенко, Г. Н. Климко та ін. ; за ред. А. А. Чухна. – К. : Вища школа, 2001. – 606 с. 2. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Нестеренко А. В.

УДК 005.915:004.78

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто сутність фінансових ресурсів та запропоновано застосування сучасної статистичної програми для вдосконалення аналізу фінансових ресурсів підприємства.

Аннотация. Рассмотрена сущность финансовых ресурсов и предложено применение современной статистической программы для усовершенствования анализа финансовых ресурсов предприятия.

Annotation. The essence of financial resources is considered and the application of the modern statistical program for the improvement of analysis of financial resources of enterprise is offered.

Ключові слова: фінансові ресурси, комп'ютерні технології, факторний аналіз, регресійний аналіз.

Функціонуючи в ринковій економіці, суб'єкти підприємницької діяльності повинні забезпечувати такий стан своїх фінансових ресурсів, при якому вони зберігали б здатність безперебійно виконувати фінансові зобов'язання перед діловими партнерами, державою, власниками і найманими робітниками. Фінансовий стан підприємства характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормальної виробничої і комерційної діяльності, доцільністю їхнього розміщення і використання, рівнем фінансових взаємин з іншими суб'єктами господарювання, ступенем платоспроможності та фінансової стійкості [1].

Проблемою визначення поняття фінансових ресурсів займались Большакова С. В., Василик О. Д., Зятковський І. В., Опарін В. М. та ін. Більшість авторів розуміє під фінансовими ресурсами грошові накопичення, доходи і надходження або ж фонди грошових ресурсів [2; 3].

Але для здійснення господарської діяльності, отримання продукції, доходів і накопичень підприємства використовують окремі види ресурсів: матеріальні, трудові, фінансові, а також грошові кошти. При цьому матеріальні ресурси складають основу процесу виробництва. Їх формування здійснюється, як правило, за рахунок різних джерел фінансування: власних, позикових та залучених. Тому автор вважає, що фінансові ресурси підприємств – це власний, позичений та залучений грошовий капітал, який використовується підприємствами для формування своїх активів і здійснення виробничо-фінансової діяльності з метою отримання відповідного доходу, прибутку.

Для ефективного функціонування підприємства необхідно систематично проводити аналіз фінансових ресурсів. Розглянемо методичні підходи на прикладі даних проведення аналізу фінансових ресурсів ВАТ ХМЗ "Світло шахтаря".

Для проведення та вдосконалення аналізу фінансових ресурсів було вибрано головні фактори, що впливають на коефіцієнт фінансового ризику (Y). Тобто за основний показник візьмемо коефіцієнт фінансового ризику, на який впливають такі показники, як: коефіцієнт концентрації позикового капіталу, коефіцієнт автономії капіталу, коефіцієнт фінансової залежності.

Вивчення кореляційного зв'язку між ознаками починається з регресійного аналізу, який вирішує проблему встановлення форми зв'язку або виду рівняння регресії та визначення параметрів рівняння регресії. Регресійний аналіз – статистичний метод дослідження залежності (регресії) між залежною ознакою Y та незалежними X_1, X_2, \dots, X_n . У регресійному аналізі розрізняють рівняння пар-

© Нестеренко А. В., 2010

ної (простой) та множинної (багатофакторної) регресії. У даних розрахунках використовуємо рівняння множинної регресії, тому що результативна ознака у пов'язана з декількома видами факторних ознак X_j ($j=1-m$). Для проведення розрахунків регресійного аналізу та його вдосконалення було використано сучасну статистичну програму Statgraphics Plus.

Для проведення аналізу множинної регресії шляхом логічного аналізу було виділено фактори (змінні дані): X_1 – коефіцієнт платоспроможності (автономії); X_2 – коефіцієнт фінансової залежності; X_3 – коефіцієнт концентрації позикового капіталу, що вагомо впливає на головний фактор (залежну змінну): Y – коефіцієнт фінансового ризику.

На початку проведення аналізу побудуємо регресійну модель, яка показує зв'язок основного показника з факторами, які на нього впливають. Потім на основі отриманих параметрів за допомогою дисперсійного аналізу отримуємо регресійну суму, яка складає 99,7484 %, відкориговану регресійну суму – 99,3711 %. Середня абсолютна погрішність склала 0,0012, що є незначною для розрахунків і ніяк не вплине на результат. Отримані дані показують, що результати відповідають багатофакторній моделі регресії, яка описує взаємовідношення між Y та X_1 , X_2 , X_3 і має такий вигляд:

$$Y = 1,08136 + 0,254897 \times X_1 - 1,3585 \times X_2 + 3,07741 \times X_3.$$

Отримана модель може спрощуватися, оскільки найвище значення впливу на незалежну змінну належить X_1 (коефіцієнт платоспроможності (автономії)), тому цей коефіцієнт є не статистично істотним і його можна видалити з моделі.

На основі отриманих даних зрозуміло, що для залежної змінної (Y – коефіцієнта фінансового ризику) регресія виникає й має рівняння багатофакторної регресійної моделі, яка є придатною і її можна використовувати з метою подальшого аналізу впливу факторів на коефіцієнт фінансового ризику. Усі проведені розрахунки у статистичній програмі Statgraphics Plus дають підтвердження про достатню стабільність ВАТ ХМЗ "Світло шахтаря".

Після отримання моделі регресії розглянемо факторний аналіз, який також виконано за допомогою комп'ютерних технологій: статистичної програми Statgraphics Plus, яка допомагає оцінити вплив факторів на коефіцієнт фінансового ризику та проаналізувати стан підприємства, рівень його забезпеченості фінансовими ресурсами, а також проаналізувати платоспроможність і стійкість підприємства та визначити динаміку зміни стану підприємства протягом трьох років (2007 – 2009 рр.).

За змінні дані шляхом логічного аналізу взяли найвпливовіші фактори: 1) Y – коефіцієнт фінансового ризику; 2) X_1 – коефіцієнт платоспроможності (автономії); 3) X_2 – коефіцієнт фінансової залежності; 4) X_3 – коефіцієнт концентрації позикового капіталу.

На першому етапі виконується аналіз коефіцієнтів, у якому бачимо, що нечисленність коефіцієнтів, які розраховуються для збільшення мінливості для чотирьох змінних. У даному випадку один коефіцієнт має більше значення ніж до 1,0. Це пояснюється 99,2292 % мінливості в даних. Це говорить про те, що вибрані головні компоненти методу, початкові оцінки, які зроблені, припустили, що вся мінливість в даних є завдяки загальним коефіцієнтам.

Тепер розглянемо отриману за допомогою програми Statgraphics матрицю коефіцієнтів, за допомогою яких зможемо побудувати головний фактор на основі наших коефіцієнтів: Y – 0,989834; X_1 – -0,989834; X_2 – -0,998312; X_3 – -0,999236. Саме ці значення допоможуть отримати рівняння фактору.

Для проведення розрахунків факторного аналізу було використано модуль Factor Analysis і Principal Components (головних компонентів) ліцензійного статистичного пакета Statgraphics Plus 5.1 International Professional. Взаємозалежність факторів і змінних, отриманих у результаті факторного аналізу інтерпретується отриманим фактором:

$$F_1 = 0,989834x_1 + 0,998312x_2 + 0,999236x_3 - 0,997146Y.$$

Отриманий фактор є найбільш істотним та вагомим, який утворений показниками x_1 , x_2 , x_3 , x_4 . Дана послідовність сформована в міру убування факторних навантажень. Ця модель дозволяє зробити висновок про те, що при збільшенні показників x_1 , x_2 , x_3 фактор також буде збільшуватись, тобто прямо пропорційний зв'язок між ними, але якщо збільшиться показник y , то фактор зменшиться, оскільки між ними зворотньопропорційна залежність. І це свідчить про те, що стійкість та платоспроможність підприємства значно залежить від цих показників. Представлені показники і їхня послідовність дозволяють припустити, що цей фактор характеризує стан адаптивності потенціалу через стійкість і платоспроможність підприємства. Підприємство характеризується значною стійкістю. На кінець року стійкість незначно знижується, але це трапляється за рахунок збільшення власного капіталу, а не за рахунок збільшення позикового капіталу.

У системі управління підприємством аналіз формування і використання фінансових ресурсів один із найсуттєвіших елементів. У даній статті було запропоновано проведення аналізу фінансових ресурсів за допомогою комп'ютерних технологій: використання статистичної програми Statgraphics Plus, за допомогою якої було проведено факторний аналіз та побудоване регресійне багатофакторне рівняння. Це допомагає якомога точніше провести аналіз фінансових ресурсів підприємства та зробити висновки щодо його функціонування, проведення діяльності та стану підприємства. Таким чином комп'ютерні технології треба використовувати для того, щоб ефективно проводити аналіз та приймати на основі отриманих результатів правильні управлінські рішення.

Наук. керієн. Петряєва З. Ф.

Література: 1. Савицька Г. В. Аналіз ефективності діяльності підприємства : методологические аспекты / Г. В. Савицька. – 2-е вид., вип. – М., 2004. – 648 с. 2. Большаков С. В. Финансы предприятий: Теория и практика : учебник для студентов вузов / С. В. Большаков. – М. : Книжный мир, 2006. – 617 с. 3. Ванькович Д. В.



Удосконалення системи управління фінансовими ресурсами промислових підприємств / Д. В. Ванькович // Фінанси України. – 2003. – № 7. – С. 45–46. 4. Петряєва З. Ф. Організація і методика економічного аналізу : навч. посібн. Ч. 2 / З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – 240 с. 5. Опарін В. М. Фінансові ресурси: проблеми визначення та розміщення / В. М. Опарін // Вісник НЕУ. – 2000. – № 5. – С. 11–26.

Жолудь И. А.

УДК 338.516.22

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ УРОВЕНЬ И СТРУКТУРУ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ

Анотация. Определены основные факторы, формирующие цену; раскрыта сущность и роль спроса и предложения в ценообразовании; установлена степень влияния эластичности и конкуренции при образовании цены; определен уровень государственного регулирования цен в Украине и зарубежных странах.

Анотація. Визначено основні фактори, що формують ціну; розкрито сутність і роль попиту та пропозиції в ціноутворенні; встановлено ступінь впливу еластичності і конкуренції при утворенні ціни; визначено рівень державного регулювання цін в Україні й закордонних країнах.

Annotation. Major factors forming the price are identified the essence and role a supply and demand in pricing are studied; degree of influence of elasticity and a competition at price formation are established; the level of state regulation of the prices in Ukraine and foreign countries is defined.

Ключевые слова: факторы ценообразования, спрос, предложение, ценовая конкуренция, неценовая конкуренция, эластичность.

В рыночной экономике всеобщим инструментом механизма хозяйствования выступает цена. Все процессы планирования, регулирования и стимулирования экономической деятельности на всех стадиях воспроизводства осуществляется с помощью цен. Рыночная цена товара формируется под влиянием большого числа факторов, определяющих состояние соответствующего рынка. Для выбора ценовой стратегии фирма должна выявить и проанализировать все эти ценообразующие факторы, что определяет актуальность данной темы исследования.

Целью является исследование факторов, влияющих на формирование цен как в теоретическом, так и в практическом аспекте.

Факторы ценообразования – движущие силы, существенные обстоятельства, основные причины, оказывающие определяющее воздействие на формирование цен.

Дж. Б. Эванс, В. Берман выделили пять основных факторов, оказывающих наибольшее влияние на процесс ценообразования: потребители, правительство, участники каналов сбыта, конкуренты, издержки производства.

Главными экономическими факторами ценообразования являются: спрос на объект оценки; предложение объекта оценки; доход объекта оценки от эксплуатации и перепродажи; продолжительность получения доходов; риск, связанный с объектом; степень контроля над объектом (наличие имущественных прав); степень ликвидности объекта оценки; ограничения, наложенные государством или другими лицами на объект; затраты на создание аналогичных объектов; соотношение спроса и предложения на аналогичные объекты и др.

Рассмотрим подробнее некоторые основные факторы, определяющие рыночную цену.

Спрос и предложение. Цена на рынке подвергается изменениям прежде всего под воздействием спроса и предложения.

Спрос — это желание и возможность потребителя купить товар или услугу в определенное время и в определенном месте. Следует различать понятия "ж е л а н и е" и "с п р о с". Не всякое желание иметь товар является спросом. Желание только тогда превращается в спрос, когда подкрепляется финансовыми возможностями покупателя.

Спрос, как правило, определяет максимальную цену, которую фирма может запросить за свой товар, а минимальная цена определяется издержками фирмы. Компания стремится назначить на товар такую цену, чтобы она полностью покрывала все издержки по его производству, распределению и сбыту, включая норму прибыли. Цена постоянно меняется и становится эффективным оружием в руках продавца. Минимальная цена определяется издержками фирмы по производству и коммерциализации товара.

© Жолудь И. А., 2010



В установлении рыночной цены не менее важную роль играет *предложение*, то есть то количество товаров, которое продавцы готовы предложить покупателю в определенное время и в определенном месте. Если при росте цен кривая спроса падает, то кривая предложения возрастает. В этом проявляется противоречивость заинтересованности производителя и покупателя в цене товара.

Фирма-производитель через цену товара получает информацию о том, в какой степени общество нуждается в его продукции. И если уровень цены, сложившейся на рынке, возмещает затраты предприятия и обеспечивает получение желаемой прибыли, то это служит самым верным ориентиром целесообразности производства и соответствия спросу. На величину предложения товаров влияет ряд факторов, главные из которых издержки производства.

Эластичность показывает, как изменяется спрос на товар при снижении или увеличении его цены, какую ценовую политику должно избрать предприятие при той или иной ставке налогообложения на прибыль. Предпринимателю необходима информация о том, насколько изменится спрос под воздействием ряда факторов (доходов, цен и т. п.).

Особую важность представляет эластичность спроса от цен, или ценовая эластичность. Она определяет чувствительность покупателей к изменению цен с точки зрения количества товаров, которые они приобретают.

Что дает предпринимателю знание эластичности спроса? Если маркетинговая служба, подсчитав эластичность спроса, определила, что спрос на товар эластичен ($\text{Эс} > 1$), то можно дать руководству фирмы рекомендацию о повышении цены на этот товар. Если спрос на товар неэластичен ($\text{Эс} < 1$), то цены лучше не повышать, поскольку выручка от реализации будет снижаться. В данном случае целесообразнее рассмотреть предложение о снижении цены, и выручка будет расти за счет увеличения спроса на товар.

Сглаживает и временно устраняет противоречия между спросом и предложением — *конкуренция* — ценовая и неценовая.

Ценовая конкуренция — это вид конкурентной борьбы посредством изменения цен на товары. В значительной степени она влияет на уровень цены. Фирмы-продавцы следуют кривой спроса, снижая или увеличивая цену. Поэтому ценой можно легко маневрировать под воздействием множества факторов. Основное условие успешной ценовой конкуренции — постоянное совершенствование производства и снижение себестоимости.

При неценовой конкуренции роль цены несколько не уменьшается, однако, на первый план выступают уникальные свойства товара, его техническая надежность и высокое качество. Именно это (а не снижение цены) позволяет привлечь новых покупателей и повысить конкурентоспособность товара.

Большое влияние на уровень и динамику цен оказывает состояние финансово-кредитной сферы, при этом непосредственное влияние на цены оказывают изменения покупательской способности денежной единицы Украины.

Следующий важный фактор, оказывающий значительное влияние на цены, — *потребители*. Любой предприниматель должен видеть глубокую взаимосвязь между ценой, покупками потребителей и их представлениями. Отношения между ценами и количеством сделанных покупок по этим ценам можно объяснить двумя причинами: воздействием законов спроса и предложения и ценовой эластичности и неодинаковой реакцией покупателей различных сегментов рынка на цену. Именно эти причины легли в основу деления всех покупателей по их восприимчивости к цене и ориентации в покупках на четыре группы:

покупатели, проявляющие большой интерес при выборе покупки к ценам, качеству, ассортименту предлагаемых товаров;

покупатели, создавшие себе "образ" товара, которым они хотят владеть, и чутко реагирующие на все характеристики, приближающие или удаляющие их от "образа" — персонализированные покупатели;

покупатели, которые поддерживают своими покупками небольшие фирмы и делают их по уже давно сложившейся традиции — "этичные покупатели";

покупатели, мало интересующиеся ценами, — "апатичные покупатели". При выборе покупки основное внимание они уделяют удобству и комфорту, получаемому от приобретения этого товара.

Важнейшим фактором, оказывающим влияние на цену, а следовательно, и на всю предпринимательскую деятельность хозяйствующего субъекта, является *государственное регулирование цен*.

Существуют прямые и косвенные меры воздействия государства на цены. Прямые меры осуществляются путем установления определенного порядка ценообразования, косвенные — направлены на изменение конъюнктуры рынка, создание определенного положения в области финансов, валютных, налоговых операций, оплаты труда.

Государство устанавливает "правила игры" на рынке, вводя ряд запретов на недобросовестную конкуренцию. Государственное регулирование рынка и цен существует во всех странах мира, в том числе и в Украине. Государство оставляет за собой право вмешиваться в регулирование цен отдельных товаров на определенных предприятиях. Так, в США государство регулирует 5 – 10 % цен, в основном в отраслях, где существует естественная монополия (сельское хозяйство, энергетика, связь). В Японии государство регулирует около 20 % потребительских цен (в том числе такие важные, как тарифы на электроэнергию, газ, железнодорожные тарифы, стоимость медицинского обслуживания и образования, цены на рис, пшеницу, мясные и молочные продукты, воду).

В Украине сложился высокий уровень монополизации в отечественной промышленности. Для предотвращения действий предприятий-монополистов, направленных на ущемление интересов других предприятий и препятствующих эффективному функционированию товарных рынков, государство ввело регулирование цен на продукцию, вырабатываемую ими. В отношении предприятий-монополистов осуществляются следующие методы регулирования цен: устанавливается предельная цена (цена замораживается); устанавливается фиксированная цена; при повышении



цен устанавливаются предельные надбавки (коэффициенты) изменения цен; применяются предельные уровни рентабельности и размеры торговой надбавки.

Перед всеми коммерческими и многими некоммерческими организациями встает задача назначения цены на свои товары и услуги. В условиях рынка ценообразование является весьма сложным процессом, оно подвержено воздействию многих факторов. Также установление цены для предприятий является одним из важнейших и наиболее сложных вопросов. И именно цена предопределяет успехи предприятия — объемы продаж, доходы, получаемую прибыль.

В Украине экономический кризис в 2010 г. вызвал снижение не только объема потребления, но и темпов инфляции, что значительно повлияло на цены товаров. Если в 2008 году цены повысились на 22,3 %, то в 2009 году их рост замедлился почти вдвое — до 12,3 %. Торможение инфляции объяснялось падением роста номинальных доходов граждан — с 19,5 % в 2008 году, до 11,6 % в 2009 г. Впрочем, в первые месяцы 2010 г. рост цен ускорился. Потребительские товары и услуги подорожали в январе на 1,8 %, а в феврале — еще на 1,9 %. Лидерами подорожания стали продукты питания — на 3,2 % и 3,5 % соответственно [1].

Оценивая причины последнего всплеска инфляции, эксперты обращают внимание на неожиданное усиление сезонных факторов. Так, темпы роста цен в последние месяцы было реакцией на подорожание сахара и молочных товаров. Это вызвало такую же ценовую динамику в других товарных группах. Сахар подорожал за два месяца на 35,1 %, молоко — на 13,3 %. В свою очередь, рост цен на сахар вызвал подорожание кондитерских изделий на 5,5 %. "Доля сырья в себестоимости конечной продукции составляет 75 — 90 %. Поэтому, в случае значительного подорожания сырья, кондитеры не смогут долго удерживать цены на свою продукцию. Например, стоимость сахара в период с сентября по декабрь в 2009 г. в среднем выросла на 25 %, а в текущем году это сырье подорожало еще на 14 %", — отмечает заместитель генерального директора кондитерской компании АВК Андрей Рыбалко.

В стоимость продуктов питания было заложено увеличение минимальной зарплаты в ноябре прошлого года. Помимо подорожания сырья, вторым ключевым фактором, повлиявшим на цены, стал рост уровня оплаты труда. Поскольку наблюдается кризис, то и минимальная зарплата в стране растет. Поэтому за последние полгода зарплата сотрудников повысилась на 14 %, что также отразилось на цене товаров [2].

Итак, в настоящее время, в условиях перехода к рыночным отношениям, необходимо понимать о важности работы по выработке правильной ценовой стратегии, так как кустарные методы, отношения к цене как к счетной единице не могут гарантировать благополучия предприятия.

Развитие рыночной экономики означает переход к принципиально иной модели установления цен, что сопряжено с необходимостью учитывать сложный комплекс ценообразующих факторов, отражающих интересы соответствующих субъектов хозяйствования.

Научн. рук. *Иваниенко В. В.*

Литература: 1. Курс предпринимательства: Анализ ценообразующих факторов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.bibliotekar.ru/biznes-39/49.htm>. 2. Панченко Ю. Цены взяли высокий старт / Ю. Панченко // Коммерсант. — 2010. — № 5 — С. 8–14.

Котляр М. В.

УДК 336.717.16

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ БАНКІВ

Анотація. Проаналізовано існуюче методичне забезпечення аналізу фінансової стабільності банків та запропоновано рекомендації щодо його удосконалення.

Аннотация. Проанализировано существующее методическое обеспечение анализа финансовой стабильности банков и предложены рекомендации по его усовершенствованию.

Annotation. Existing methodical ensuring of analysis of the financial stability of the banks is analyzed and the recommendations on its improvement are offered.

Ключові слова: фінансова стабільність, показники оцінки надійності банку, грошові потоки, капітал.

Діяльність вітчизняних банків здійснюється у складних зовнішніх макроекономічних умовах тривалої фінансової кризи, негативний вплив якої проявляється у скороченні ресурсної бази вітчизняних банків та погіршенні їхньої ліквідності. Тому питання аналізу фінансової стійкості банків набуло актуальності.

© Котляр М. В., 2010

Проблема забезпечення фінансової стабільності банків перебуває під постійною увагою таких учених, як: Д. Гладких, О. Дзюблюк, Заруба Ю. О., Г. Карчева, В. Ревун, О. Кот, Ключко Л. А., В. Пантелєєв, С. Халява, Стельмах В. С., Єпіфанов А. О., Сало І. В.

Основними негативними чинниками, які спричиняють складне фінансове становище проблемних банків, є: недостатній розмір капіталу, неякісна структура активів, низька платоспроможність і прибутковість, проблеми ліквідності, надто ризикова діяльність та невиважена кредитна політика. Для того щоб повніше розглянути механізм забезпечення фінансової стабільності банків, необхідно розглянути саме ці показники, недотримання значень яких спричиняє складне фінансове становище банків.

Метою даного дослідження є оцінка та удосконалення методичного забезпечення аналізу фінансової стабільності банків.

У цілому для оцінки надійності банку з точки зору достатності, адекватності капіталу обсягам його діяльності використовуються як абсолютні, так і відносні показники. До абсолютних показників відноситься норматив мінімального розміру регулятивного капіталу, який, згідно з вимогами чинного законодавства контролюється лише на час створення та реєстрації банків (для діючих банків він диференційований залежно від виду та територіальної ознаки діяльності), до відносних – норматив адекватності регулятивного капіталу та норматив (коефіцієнт) співвідношення регулятивного капіталу до сумарних активів [1].

Норматив адекватності регулятивного капіталу (платоспроможності) відображає здатність банку своєчасно і в повному обсязі розрахуватися за своїми зобов'язаннями, що випливають із торговельних, кредитних або інших операцій грошового характеру. Чим вище його значення, тим більша частка ризику, що її приймають на себе власники банку. Тому норматив встановлюється для запобігання надмірному перекладанню банком кредитного ризику та ризику неповернення банківських активів на кредиторів / вкладників банку [1].

В Україні жодний проблемний банк, який функціонує в умовах дії програми фінансового оздоровлення або в режимі особливого нагляду, не порушує нормативу платоспроможності, що обумовлено недосконалістю розрахунку цього нормативу, зокрема недосконалістю класифікації активів за ступенем ризику.

У цілому адекватність капіталу характеризує стан платоспроможності банків. Для визначення її рівня від якісних (реальних) активів віднімають реальні пасиви. Від'ємне значення цієї величини свідчить про дефіцит ресурсів, якщо воно більше нуля – про їх наявність в обсягах, необхідних для розвитку банківської діяльності. Тобто у платоспроможного банку активи перевищують пасиви (зобов'язання) [2]. Наявність дефіциту платіжних ресурсів (перевищення зобов'язань над вкладеннями) свідчить про необхідність негайного вжиття заходів щодо покращення якості активів і пасивів [1].

Неякісні активи, основними з яких є проблемні кредити, особливо в частині іпотечного та інвестиційного портфелів, та "замороження" значних обсягів банківських активів у державних цінних паперах, реструктуризація погашення за якими не закінчилась до цього часу, призводять до зниження їхньої загальної ліквідності, значних збитків, підвищення рівня проблемності у діяльності банків. Рівень проблемних кредитів у цілому по банківській системі складає близько третини кредитного портфеля, нестандартних – майже його половину, безнадійних – близько 20 % [1].

На сьогодні для банків особливого значення набуває дотримання такої рівноваги, як ліквідність – спроможність відповідати за своїми зобов'язаннями при мінімумі витрат, тобто своєчасно і без збитків для себе погашати борги. Ліквідність банку лежить в основі його платоспроможності [3]. Для зменшення ризику ліквідності необхідно завчасно прогнозувати її на підставі очікуваних змін обсягу і структури кредитних вкладень і залучених ресурсів. Крім того, слід мати на увазі, що аналіз ліквідності й управління нею необхідно здійснювати у взаємозв'язку з дохідністю та прибутковістю діяльності банку [1].

Слід звернути увагу на ще один з основних індикаторів забезпечення фінансової рівноваги в системі банку – на його беззбиткову діяльність [1]. Прибуток – це головний показник результативності роботи банку, але у контексті забезпечення його фінансової стабільності важливого значення набуває те, як він використовується в подальшому: на накопичення чи на споживання. Якщо прибуток в основному використовується на споживання, то мова може йти про статичну фінансову стабільність. Якщо ж основна його частина спрямовується на накопичення, яке використовується для розвитку банку, то йдеться про його динамічну (стратегічну) фінансову стабільність. До того ж прибуток не є абсолютним показником фінансової стабільності банку з точки зору ефективного управління ризиками. Його необхідно аналізувати у комплексі з іншими показниками, насамперед, з показниками ліквідності. Виходячи з цього, стабільно рівноважним вважається такий фінансовий стан банку, при якому він не порушує золоте триєдине правило бізнесу – отримання максимального прибутку при мінімумі ризику і втрат за умови забезпечення достатнього рівня ліквідності [1].

Однією з важливих умов фінансової стійкості є збереження рівноваги, пов'язаної з валютними операціями, валютним ризиком, обумовленим зміною валютних курсів. Для його регулювання НБУ використовує ліміти відкритої валютної позиції, наявність якої у банку є негативним моментом, оскільки це означає, що ресурси, залучені в одній валюті, банком розміщені в інших валютах. Звичайно, це можна трактувати як диверсифікацію ризиків. Однак, якщо банк помилився і курсові ризики були закладені не в тій валюті, це призведе до негативних наслідків. Від'ємні курсові різниці можуть збільшити збитки і ускладнять процес обслуговування відсоткових пасивів. На особливу увагу заслуговує важливість дотримання вітчизняними банками валютної рівноваги в сучасних умовах фінансової кризи і прискореної девальвації гривні [1].

Ще одним показником фінансової стабільності є грошові потоки.



Динаміка грошових потоків формує активи банку і джерела їх фінансування – це основний чинник змін абсолютної величини, складу та структури економічного потенціалу, а також зумовлених цими змінами показників фінансової стабільності, платоспроможності й ефективності використання активів і капіталу. Відповідно до стратегії розвитку банку визначаються критерії оцінки фінансового ризику та стандарти контролю за його структурою, котрі відображають основні принципи управління [3].

Отже, існує об'єктивна необхідність в удосконаленні системи оцінки фінансової стабільності банків.

Автором розроблені науково-практичні рекомендації щодо удосконалення методичного забезпечення аналізу фінансової стабільності банків, до них входять:

1. Аналіз абсолютних і відносних показників з точки зору достатності, адекватності капіталу обсягам його діяльності.

2. Аналіз неякісних активів.

3. Дотримання рівноваги ліквідності.

4. Аналіз індикатору безбиткової діяльності.

5. Розрахунок валютних ризиків.

6. Аналіз динаміки і структури грошових потоків.

Таким чином, науковим результатом даного дослідження є розробка науково-практичних рекомендацій щодо удосконалення методичного забезпечення аналізу фінансової стабільності банків.

Перспективою подальшого наукового дослідження у даному напрямку є розробка методичного забезпечення експрес-діагностики фінансової стабільності банківських установ.

Наук. керівн. Мішин О. Ю.

Література: 1. Ключко Л. А. Забезпечення фінансової стабільності банків в умовах фінансової кризи / Л. А. Ключко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 10. – С. 97–105. 2. Пантелєєв В. Фінансова стійкість комерційного банку: проблеми регулювання / В. Пантелєєв, С. Халява // Банківська справа. – 1996. – № 1. – С. 32–39. 3. Кот О. Грошові потоки як відображення фінансової стабільності банків / О. Кот // Вісник НБУ. – 2010. – № 1. – С. 48–51. 4. Гладких Д. Основні показники фінансової стабільності банківської установи / Д. Гладких // Вісник Національного банку України. – 1999. – № 10. – С. 29–33. 5. Дзюблюк О. Управління ліквідністю комерційного банку / О. Дзюблюк // Вісник Національного банку України. – 1997. – № 9. – С. 40–42. 6. Заруба Ю. О. Платоспроможність комерційного банку / Ю. О. Заруба // Фінанси України. – 1998. – № 7. – С. 69–73. 7. Карчева Г. Шляхи вдосконалення нагляду та регулювання діяльності проблемних банків / Г. Карчева, В. Ревун // Вісник Національного банку України. – 2000. – № 4. – С. 26–28. 8. Контроль: інспектування, аудит, банківський нагляд : монографія / В. С. Стельмах, А. О. Єпіфанов, І. В. Сало та ін. – Суми : ВДТ "Університетська книга", 2006. – 432 с.

Данько Ю. Г.

УДК 658.153

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ

Анотація. Визначено економічну сутність оборотного капіталу та проведено його класифікацію; досліджено джерела формування оборотного капіталу; обґрунтовано основні напрями підвищення ефективності функціонування оборотного капіталу.

Аннотация. Определена сущность оборотного капитала и проведена его классификация; исследованы источники формирования оборотного капитала; обоснованы основные направления повышения эффективности функционирования оборотного капитала.

Annotation. The essence of a working capital is defined and its classification is spent; the sources of formation of a working capital are investigated; the basic directions of increase of efficiency of functioning of a working capital are proved.

Ключові слова: оборотний капітал, дебіторська заборгованість, фінансова стійкість, ділова активність.

Останнє десятиліття переходу економіки України на ринкові засади господарювання обумовило виникнення низки надзвичайно гострих проблем діяльності підприємств. Серед них питання формування та використання оборотного капіталу посідає особливе місце.

© Данько Ю. Г., 2010



На сучасному етапі розвитку економіки України оборотний капітал як економічна категорія потребує глибшого дослідження та вдосконалення його формування й використання. Підтвердженням цьому є збиткова діяльність багатьох підприємств, проблеми, пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції у зв'язку з недостатністю фінансових ресурсів. За останні роки економіка майже повністю втратила власний оборотний капітал, а у структурі оборотного капіталу за напрямками вкладення лівову частку займає дебіторська заборгованість, яка постійно зростає. Це свідчить про постійне зменшення оборотного капіталу у сфері виробництва і його осідання у розрахунках, у результаті чого підприємствам в обіг потрібно залучати дедалі більші суми оборотного капіталу.

Питанням дослідження економічної сутності оборотного капіталу, процесам його формування та ефективного використання присвячено низку робіт таких вітчизняних і зарубіжних економістів як: Бутенко В. Н., Доронін А. В., Дропа Я. Б., Кобернюк Г. В., Ковальов В. В. [1 – 5].

Разом з тим вивчення опублікованих за досліджуваною проблемою робіт дозволило зробити висновок про те, що існує низка теоретичних і практичних питань функціонування оборотного капіталу сільськогосподарських підприємств, які ще не повною мірою вивчені, досліджені та узагальнені. З огляду на зазначене вище і враховуючи актуальність і невирішеність названих питань, їх вагоме значення для підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств виникає об'єктивна необхідність подальшого поглиблення теоретичних досліджень і методичних розробок з метою вдосконалення формування та підвищення ефективності використання оборотного капіталу сільськогосподарських підприємств у сучасних умовах, що обумовило вибір теми наукового дослідження.

Незважаючи на тривалий період існування категорії оборотного капіталу, єдності думок щодо їх сутності нині ще не досягнуто. Як економічне явище оборотний капітал є об'єктом управління, що повинне проявлятися в активному впливі на параметри його елементів з метою усунення небажаних відхилень від заданих оптимальних режимів роботи, у підтримці внутрішньої впорядкованості й динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем.

Щодо формування оборотного капіталу, то головними джерелами його формування є:

- власні джерела, до складу яких входять: статутний капітал, додатковий капітал, резервний капітал, резервні фонди, нерозподілений прибуток, фонд накопичення, фонд коштів соціальної сфери, цільове фінансування;

- позикові джерела: довгострокові кредити, довгострокові позики, короткострокові кредити, короткострокові позики, комерційні кредити, інвестиційний податковий кредит, інвестиційні внески працівників;

- додатково залучені джерела: кредиторська заборгованість, з постачальниками та посередниками, на оплату праці, на страхування, з бюджетом, з іншими кредиторами, фонди споживання, резерви майбутніх витрат і платежів та ін.

Говорячи стосовно тенденції розвитку оборотного капіталу сільськогосподарських підприємств, можна спостерігати таку картину: станом на 01.01.08 оборотний капітал складав 1701,9 млн грн, 01.01.09 – 1900,6 млн грн, 31.12.09 – 2019,6 млн грн [6]. Розглянувши дані по оборотному капіталу та його складових за період з 01.01.08 по 31.12.09 можна зробити висновок про те, що в Україні спостерігається тенденція зростання оборотного капіталу сільського господарства.

З метою визначення формування та використання оборотного капіталу підприємств в умовах української економіки проведемо діагностику діяльності сільськогосподарського підприємства м. Лубни Полтавської області ТОВ "Полтава – 2007" за період 2007 – 2009 роки.

Аналізуючи склад, динаміку та структуру оборотного капіталу даного підприємства, можна зробити висновок про те, що загальна сума оборотного капіталу збільшилась у 2008 році на 1528 тис. грн у 2009 році – на 1476 тис. грн. При цьому найбільше зростання відбулося за рахунок готової продукції – 381 і 1270 тис. грн. відповідно у 2008 та 2009 рр. Зниження спостерігається за грошовими коштами та виробничими запасами у 2009 р. Говорячи про збільшення питомої ваги виробничих запасів у структурі активів, може свідчити як про зростання виробничого потенціалу, так і про прагнення за рахунок вкладень у виробничі запаси захистити кошти від здешевлення під впливом інфляції або ж про нераціональність обраної господарської стратегії, унаслідок чого значну частину оборотного капіталу іммобілізовано в запасах.

Аналізуючи ділову активність ТОВ "Полтава – 2007", варто зазначити, що підприємство характеризується високою швидкістю реалізації товарно-матеріальних запасів, позитивними змінами в періодах погашення дебіторської та кредиторської заборгованості, а що стосується загальної оцінки ділової активності, то вона дуже низька.

Також потрібно провести аналіз фінансової стійкості підприємства. Результати аналізу на підприємстві ТОВ "Полтава – 2007" показали, що збільшення фінансової незалежності і розширення можливості залучення коштів з боку не спостерігається, можливість фінансового маневру не велика.

Результати аналізу дебіторської заборгованості свідчать, що на ТОВ "Полтава – 2007" позитивних змін не спостерігається. Що стосується періоду погашення дебіторської заборгованості, то чим він більше, тим вище ризик непогашення дебіторської заборгованості і на досліджуваному підприємстві він достатньо невеликий.

З метою вдосконалення аналізу оборотного капіталу підприємства ТОВ "Полтава – 2007" у даній роботі розроблена модель за допомогою програми Statgraphics Plus. Досліджено залежну змінну у – коефіцієнт оборотності оборотного капіталу та набір змінних незалежних, і x1 – темп зростання об'єму реалізованої продукції, x2 – питома вага дебіторської заборгованості в оборотних активах, x3 – питома вага запасів в оборотних активах, x4 – темп зростання оборотного капіталу, x5 – коефіцієнт маневреності.

Результати розрахунків дозволили отримати таку модель:



$$y = -0,205373 - 0,00291797 \cdot x_1 + 0,0663729 \cdot x_2 + 0,128849 \cdot x_3 + 0,00500304 \cdot x_4 + 0,0764074 \cdot x_5.$$

Аналізуючи отриману модель, можна зробити висновок про те, що найменший вплив на оборотність оборотного капіталу здійснив коефіцієнт маневреності, а найбільший – питома вага запасів в оборотних активах. Також можна сказати, що між коефіцієнтом оборотності оборотного капіталу та темпом зростання об'єму реалізованої продукції існує пряма залежність.

Після розробки моделі формування та ефективного використання оборотного капіталу за допомогою спеціальної програми Statgraphics Plus за період 2007 – 2009 років можна зробити висновок про те, що хоч коефіцієнт маневреності і має велике значення при дослідженні теми, але все ж серед інших показників його вплив являється найменшим.

Таким чином, провівши аналіз оборотного капіталу сільськогосподарського підприємства, можна зробити висновок про те, що загалом спостерігається прискорення оборотності оборотного капіталу, позитивні зміни в періодах погашення дебіторської та кредиторської заборгованостей.

Сучасне ведення сільськогосподарської діяльності потребує аналізу ефективності формування й використання оборотного капіталу. Використовуючи економіко-математичні моделі, а зокрема й кореляцію, можна приймати оптимальні рішення з питань оборотного капіталу.

Наук. керівн. Петряєва З. Ф.

Література: 1. Бутенко В. Н. Оборотный капитал предприятия, прогнозирование статей отчетности / В. Н. Бутенко // Справочник экономиста. – 2007. – № 5. – С. 77–84. 2. Доронін А. В. Класифікаційні ознаки оборотного капіталу підприємств / А. В. Доронін, Д. А. Горючий // Вісник Східноукр. нац. ун-ту ім. В. Даля. – 2004. – № 3(61). – С. 52–58. 3. Дропа Я. Б. Оборотний капітал: природа та функції / Я. Б. Дропа // Вісник Львів. ун-ту, Серія "Економічна". – 2004. – Вип. 32. – С. 78–84. 4. Кобернюк Г. В. Аналіз джерел формування оборотних коштів / Г. В. Кобернюк, Я. Чайковський // Молоді вчені : науковий журнал ради молодих вчених ТАНГ. – 1999. – ВИП.1. – С. 74–76. 5. Ковалев В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 512 с. 6. Сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу : www.ukrstat.ua.

Мальцева М. М.

УДК 658.153

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ

Анотація. Розглянуто основні теоретичні положення та аналіз оборотного капіталу стосовно виробничих підприємств, запропоновано методику дослідження ефективності використання оборотного капіталу.

Аннотация. Рассмотрены основные теоретические положения и анализ оборотного капитала относительно производственных предприятий, предложена методика исследования эффективности использования оборотного капитала.

Annotation. The basic theoretical rules and analysis of a working capital concerning the industrial enterprises is considered, a technique of research of efficiency of use of a working capital is offered.

Ключові слова: оборотні засоби, оборотний капітал, структура оборотного капіталу, динаміка оборотних засобів, обіговість оборотного капіталу, ділова активність, кореляційна залежність.

Фінансова діяльність будь-якого промислового підприємства не тільки в Україні, а й за кордоном тісно пов'язана з формуванням і використанням оборотного капіталу, що потребує продуманої та жорсткої політики як на рівні окремого підприємства, так і на рівні держави. В умовах фінансової кризи оборотний капітал набуває особливого значення, адже саме завдяки йому відбувається виробництво продукції, під час якого оборотні засоби, як правило, переносять свою вартість на виготовлену продукцію та повністю повертаються на підприємство у грошовій формі.

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що через кризові явища спостерігається значна нестача обігових коштів та зниження рівня їх використання. Не тільки досвід вітчизняних виробників, а й закордонний досвід свідчить про необхідність ефективного використання оборотного капіталу задля забезпечення виходу підприємств з кризового становища, забезпечення ефективності їх діяльності та сприяння подальшого їх розвитку в усій системі господарювання в цілому.

© Мальцева М. М., 2010

Проблемі дослідження оборотного капіталу присвячені роботи багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, таких, як М. Баканова, І. Бланк, Є. Брігхем, В. Буряковський, І. Зятковський, С. Салига, А. Поддєрьогін, Р. Сайфулін, Р. Славюк, В. Шеремет та багато інших, та вона не є вичерпною, адже на кожному послідовному етапі розвитку виробництва є потреба в нових розробках та рекомендаціях відповідно до стану оборотного капіталу України [1; 2].

Оборотний капітал поряд з основною робочою силою є найважливішим елементом виробництва, адже сам процес виробництва розпочинається тільки тоді, коли авансований капітал витрачається на придбання засобів виробництва та робочу силу. Економісти капітал розглядають як матеріальні активи підприємства (обігові кошти, матеріали), а у сфері бухгалтерського обліку капітал характеризується як інтерес власників підприємства, формально представлений у балансі у вигляді акціонерного капіталу, емісійного доходу й нерозподіленого прибутку [3].

В. Шеремет капітал характеризує як основні види фінансових ресурсів (інвестиційних ресурсів) у формі матеріальних коштів і різних видів фінансових інструментів. Капітал підприємства, з одного боку, є джерелом, а з іншого – результатом діяльності підприємства. Сутність оборотного капіталу розглядається як фінансовий ресурс для формування оборотних активів підприємства. Невідповідність однакового зіставлення оборотного капіталу з оборотними активами викликана тим, що авансований в оборотні активи капітал приймає їхню натуральну та речову форму і тільки після закінчення операційного циклу використання оборотних активів повертається в тому ж обсязі й формі.

Так чи інакше, загальне в цих визначеннях виділити можна: оборотний капітал використовується у виробничій діяльності підприємства у вигляді оборотних виробничих фондів та фондів обігу. Багато вчених сходяться на думці, що правильний підхід використовував у свій час А. Сміт, який у складі оборотного капіталу виділяв грошові кошти, які економісти відносять до фондів обігу.

Ефективність використання ресурсів підприємства визначається їх оборотністю. Вивчення сутності оборотного капіталу не достатньо для того, щоб об'єктивно проаналізувати його становище на конкретному підприємстві, а також визначити ефективність використання та оцінити його діяльність. Аналізуючи фінансово-господарську діяльність ВАТ "Завод ЗБК-13", ЗАТ "Великодолинський завод ЗБК", ВАТ "Рівненський завод надміцних залізобетонних конструкцій", ЗАТ "Завод залізобетонних виробів "Поліськбуд" та ЗАТ "Ізмаїльський ЗБК", можна сказати, що раціональне розміщення оборотних фондів з моменту їх формування має певні особливості не лише залежно від галузі, але й навіть на різних підприємствах однієї галузі. Тут можуть стати визначальними такі чинники, як вид діяльності, обсяг виробництва, тривалість виробничого циклу, система постачання товарних та матеріальних цінностей та багато іншого.

Результатом проведеного аналізу структури та динаміки промислових підприємства за останні два роки стали висновки про те, що всі підприємства мають різний об'єм виручки, причому збитки в 2009 р. отримало лише ВАТ "Завод ЗБК-13". Зменшення оборотності коштів спостерігається у ЗАТ "Великодолинський завод ЗБК" на 17 днів, у ВАТ "Рівненський завод надміцних залізобетонних конструкцій" – на 399 днів, у ЗАТ "Ізмаїльський ЗБК" – на 66 днів. На ЗАТ "Завод залізобетонних виробів "Поліськбуд" також відбулося збільшення оборотності на 1,2 дні. Найбільший показник зі збільшення кількості оборотів має ЗАТ "Великодолинський завод ЗБК", який становив 12,32 обороти за 2009 рік. Скорочення оборотності на 1,83 обороти відбулося на ВАТ "Завод ЗБК-13". На цьому ж підприємстві спостерігається збільшення коефіцієнта завантаження коштів в обороті на 0,35. Таким чином можна зробити висновок, що ЗАТ "Великодолинський завод ЗБК" має найбільш ефективні показники використання оборотного капіталу.

Ефективність використання ресурсів та стабільний стан підприємства багато в чому залежать від показників ділової активності, для детального аналізу якої широко використовують загальноприйняті показники. Їх розрахунок проведено стосовно ВАТ "Завод ЗБК-13". На низький рівень ділової активності ВАТ "Завод ЗБК-13" перш за все вказує уповільнення оборотності капіталу на 0,65 обороти відносно 2007 р. та на 0,63 порівняно з 2008 р. Такі зміни свідчать про те, що фінансові ресурси не ефективно вкладуються у формування активів. Але таке явище доцільно пояснити скороченням виручки від реалізації на 1 700 тис. грн порівняно з 2007 р. та на 1 716 тис. грн відносно 2008 р. У 2009 р. порівняно з 2007 р. спостерігалось зменшення кредиторської заборгованості, проте вимушене залучення сторонніх коштів привело до того, що цей показник у 2009 р. відносно 2008 р. збільшився на 13,5 тис. грн. Це можна пояснити тим, що відбулося надмірне відвернення власного оборотного капіталу у дебіторську заборгованість, а також тим, що підприємству вкрай не вигідно використовувати банківські кредити, за користування якими необхідно сплачувати чималі відсотки, тож вигідніше залучати "безкоштовну" кредиторську заборгованість.

У 2009 р. порівняно з 2007 р. спостерігається зростання дебіторської заборгованості на 26,5 тис. грн, але порівняно з 2008 р. цей показник зменшився на 9 тис. грн. Такі зміни вказують на те, що підприємство не оминула криза взаємних неплатежів серед усіх підприємств країни. Відсутність значних грошових коштів може свідчити про те, що їх значна частина знаходиться в обігу.

В умовах ринкової економіки особливе значення має процес прийняття рішень. Саме тому аналітикам необхідно проводити якомога детальніший аналіз всіх можливих даних, який засновано на методах математичної статистики. У світовій практиці вже багато років поспіль в практичні комп'ютерні системи статистичного аналізу та обробки даних використовуються майже в усіх галузях діяльності, в тому числі і в економіці. Дослідження проведено з використанням одного з найбільш популярних програмних продуктів – пакета STATISTICA 6.0.

За допомогою цієї програми було проведено кореляційний аналіз відносно ВАТ "Завод ЗБК-13". Фактори, що впливають на результат дослідження, занесені до регресійної моделі. Для дослідження було обрано як залежна змінна коефіцієнт обіговності оборотного капіталу. Логічним було



встановлення впливу на нього таких факторів, як темпи зростання об'ємів реалізації продукції, питома вага дебіторської заборгованості та запасів в оборотних активах, темпи зростання середнього оборотного капіталу та коефіцієнт маневреності.

Множинна регресія описує форму зв'язку у вигляді рівняння множинної регресії, але перш ніж його сформулювати, необхідно спочатку звільнитися від кожного фактора, що лінійно залежить від інших. Тобто встановити так звану мультиколінеарність, а також не включати в модель ті фактори, що функціонально впливають на досліджуваний показник або перебувають між собою у функціональній залежності [4]. Для того щоб оцінити значення отриманих коефіцієнтів регресійного рівняння, використовують t-критерій Стюдента. Порівнявши його табличне значення з розрахованим, було отримано, що з усіх обраних факторів, статистично значущим є критерій, що характеризує питому вагу дебіторської заборгованості в оборотному капіталі підприємства. Усі інші фактори сформовані під впливом раптових подій. Тобто значущим є другий фактор, а для всіх інших факторів робиться висновок про випадковість їх природи.

Тіснота парних залежностей факторів оцінюється через матрицю парних коефіцієнтів кореляції, а тіснота зв'язку двох змінних, не беручи до уваги вплив інших факторів, – через матрицю лінійних коефіцієнтів приватної кореляції. Отримані коефіцієнти свідчать про слабкий зв'язок між фактором, що характеризує питому вагу дебіторської заборгованості та коефіцієнтом маневреності. Коефіцієнт множинної кореляції $R = 0,9969$ свідчить про тісний зв'язок факторних ознак з результативними. Статистичну надійність отриманого рівняння множинної регресії ми можемо перевірити використовуючи F-критерій Фішера. Його фактичне значення $F_p = 972,8374$ порівнюємо з табличним, яке дорівнює 2,42. Оскільки $F_p > F_t$, то можна говорити, що коефіцієнт детермінації статистично значущий, а рівняння регресії – статистично надійне. Таким чином, послідовно отримуючи результати множинної кореляції, в моделі обрано лише один показник, що має найтісніший зв'язок з коефіцієнтом оборотності – питому вагу дебіторської заборгованості. Тож модель можна побудувати за допомогою використання модуля парної кореляції. Але слід зазначити, що вона не є універсальною для всіх підприємств, а може використовуватися та мати практичне значення для окремого досліджуваного виробництва.

Ураховуючи стрімкий розвиток комп'ютерних технологій, можна сміливо говорити про те, що будь-яка діяльність поступово починає застосовувати їх на практиці. Робота аналітика є досить кропіткою та об'ємною, тому застосування на практиці знань комп'ютеризованої обробки даних призведуть до зменшення кількості помилок та вдосконалення аналітичного процесу на всіх ділянках роботи.

Наук. керівн. Петряєва З. Ф.

Література: 1. Фінансовий аналіз : навч. посібн. / С. Я. Салига, Н. В. Дацій, С. О. Корецька та ін. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 210 с. 2. Шеремет А. Д. Финансы предприятий : учебное пособие / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – М. : ИНФРА, 1998. – 344 с. 3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 "Баланс", затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.liga.net. 4. Куліков П. М. Економіко-математичне моделювання фінансового стану підприємства : навч. посібн. / П. М. Куліков, Г. А. Іващенко. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2009. – 152 с. 5. Баканова М. И. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование / М. И. Баканова, А. Д. Шеремет. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 656 с. 6. Івасишин О. І. Оцінка і прогнозування ефективності використання оборотного капіталу підприємства : автореф. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / О. І. Івасишин. – Хмельницький : Хмельниц. нац. ун-т, 2007. – 17 с.

Копитова М. С.

УДК 005.52:658.14/17

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто питання аналізу фінансових результатів підприємства та запропоновано застосування економіко-математичних методів при аналізі фінансових результатів підприємства.

Аннотация. Рассмотрен вопрос, касающийся анализа финансовых результатов предприятия и предложено применение экономико-математических методов при анализе финансовых результатов предприятия.

© Копитова М. С., 2010

ISO

"Управління розвитком", №14(90) 2010

Annotation. The question about the analysis of financial results of enterprise and application is offered, the usage of economic-mathematical methods at the analysis of financial results of enterprise are considered.

Ключові слова: фінансовий результат, чистий прибуток, валовий прибуток, рентабельність, факторний аналіз.

Фінансовий результат – головний критерій оцінки діяльності для більшості підприємств. Хоча також, як множинні цілі і завдання підприємства, існують і різні методики визначення фінансових результатів. Крім того, тут варто згадати про різні інтереси партнерських груп підприємства. У зв'язку з цим аналіз фінансових результатів становить десь чи не ключову проблему аналізу фінансово-господарської діяльності.

Різні сторони виробництва, постачальницька і фінансова діяльності підприємства одержують закінчену оцінку в системі показників фінансових результатів. Показники фінансових результатів характеризують абсолютну ефективність господарювання підприємства. Найважливішими з них є показники прибутку, що в умовах ринкової економіки складають основу економічного розвитку підприємства, характеризують ступінь його ділової активності й фінансового благополуччя.

Як складова частина в сучасну теорію прибутку входить погляд на природу прибутку, висловлений американським економістом Ф. Найтом, який вважав, що прибуток випливає зі справжньої невизначеності і становить непередбачену різницю між тими, що очікувалися, і реальними надходженнями від продажів як наслідок угадування ціни.

Крім теорій, що пояснюють прибуток: а) як тимчасового доходу, одержуваного від технічних нововведень (Й. Шумпетер); б) як результату невизначеного характеру майбутніх подій (Ф. Найт), існує ще один аспект прибутку: прибутку як доходу, породжуваного існуванням монополій [1].

В економічній теорії немає єдиної відповіді на запитання: як до початку будь-якої форми підприємницької діяльності визначити величину прибутку і знайти, де ховається її джерело? У марксистській літературі прибуток – перетворена форма додаткової вартості, породженої тільки найманою працею. Правда, К. Маркс при розгляді швидкості обороту капіталу бачив у прибутку ще одне джерело – швидкість руху капітальної вартості. Й. Шумпетер вважав, що прибуток – це тільки дохід новаторів, що зникає під впливом конкуренції, у той же час К. Маркс бачив джерело такого доходу в додатковому прибутку. На заході широко поширена концепція, яка бачить у прибутку плату, що несе суспільство за ризик підприємництва [2].

Отже, у зростанні прибутку зацікавлені як підприємства, так і держава. На підприємствах приріст прибутку досягається не лише завдяки збільшенню трудового внеску колективу підприємства, а й за рахунок багатьох інших факторів. Саме тому на кожному підприємстві необхідно систематично аналізувати формування, розподіл та використання прибутку. Цей аналіз має надзвичайно важливе значення і для зовнішніх суб'єктів (місцевих бюджетів, фінансових і податкових органів, банків) [3].

Безсумнівно, актуальним є систематичний економічний аналіз фінансових результатів і, насамперед, фінансових результатів від звичайних видів діяльності. Певний зміст для підприємця має факторний аналіз прибутку (збитку) від продажів. Не можна не погодитися з Ковальовим В. В., який відзначає, що "... проводячи факторний аналіз, необхідно пам'ятати одне правило: аналіз важливий не сам по собі, а лише тоді, коли ідентифікація й оцінка факторів мають сенс тільки в тому випадку, якщо цими факторами можна керувати хоча б частково" [4].

Під час виконання аналізу фінансових результатів діяльності підприємства основну увагу треба звернути на тенденції зміни чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Наприклад, на ОАО ХМЗ "Світло шахтаря", яке займається виробництвом машин та устаткуванням для добувної промисловості, при зростанні чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – 67,35 %, спостерігається зменшення чистого прибутку – 15,39 %. Така тенденція негативно характеризує роботу підприємства протягом аналізованого періоду та свідчить про найбільший вплив таких факторів, як зростання собівартості продукції (товарів, робіт, послуг), адміністративних витрат, витрат на збут тощо. Вплив інших факторів незначний.

Результативність факторного аналізу багато в чому визначається якістю побудови детермінованих факторних моделей.

Для аналізу валового прибутку ОАО ХМЗ "Світло шахтаря" треба визначити вплив таких основних факторів, як: вплив зміни обсягу реалізації, вплив зміни структури й асортименту, вплив зміни цін на готову продукцію, вплив зміни собівартості на готову продукцію.

Як видно з даних розрахунків, за рахунок зростання обсягу реалізації валовий прибуток виріс на 4 558,7 тис. грн, за рахунок зрушень у структурі й асортименті валовий прибуток знизився на 78 177 тис. грн. Що стосується впливу зміни цін на готову продукцію, то валовий прибуток збільшився на 15 142 тис. грн, також за рахунок збільшення собівартості реалізованої продукції прибуток знизився на 14 401 тис. грн. Таким чином, резервом зростання валового прибутку є удосконалення структури й асортименту реалізованої продукції.

Проаналізувавши облікові дані ОАО ХМЗ "Світло шахтаря", побудовано детерміновану модель факторного аналізу.

Після проведення розрахунків можна зробити висновок щодо відхилення показника чистого прибутку на 9 182 тис. грн. Зменшення кінцевого фінансового результату свідчить про скорочення обсягів діяльності.

Збільшення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та інших доходів прямо пропорційно впливає на величину чистого прибутку. Що стосується адміністративних витрат, витрат на збут, інших операційних витрат, то їх зменшення сприятливо впливають на розмір чистого прибутку підприємства.



Що стосується не менш важливого показника рентабельності, то для його аналізу обчислюють ряд показників, що характеризують співвідношення прибутку й окремих складових капіталу підприємства, і серед них – коефіцієнт рентабельності власного капіталу. Зниження рентабельності власного капіталу говорить про зменшення ефективності вкладення підприємством коштів у свою діяльність. Якщо рентабельність продукції на підприємствах має тенденцію до зростання – це означає, що прибутковість підприємства від господарської діяльності значно збільшується.

Також для аналізу фінансового результату можна застосовувати економіко-математичні методи. У даному випадку слід використати програму STATGRAF. Виберемо й оцінимо такі головні фактори, як: питома вага матеріальних витрат (X1), амортизації (X2), витрат на оплату праці (X3) та інших операційних витрат (X4) у чистому доході, що впливають на чисту рентабельність продажів (Y).

При застосуванні програми STATGRAF отримано модель, яка відображає вплив кожного фактора на чисту рентабельність продажів:

$$Y = -3,29455 + 0,151111 \times X1 + 1,51364 \times X2 - 0,195494 \times X3 + 0,702132 \times X4.$$

Ця модель пояснює поверненопропорційний вплив на рентабельність продажів. Показник питомої ваги інших операційних витрат у чистому доході не є істотним при аналізі рентабельності продажів. Що стосується фактора питомої ваги витрат на оплату праці у чистому доході, то він позитивно впливає на величину показника рентабельності продажів, що не можна сказати про всі інші фактори.

Отже, у зростанні прибутку зацікавлені як підприємства, так і держава. На підприємствах приріст прибутку досягається не лише завдяки збільшенню трудового внеску колективу підприємства, а й за рахунок багатьох інших факторів. Саме тому на кожному підприємстві необхідно систематично аналізувати формування, розподіл та використання прибутку, застосовувати різні методи для аналізу основних показників фінансових результатів підприємства, тому що цей аналіз має надзвичайно важливе значення і для зовнішніх суб'єктів (місцевих бюджетів, фінансових і податкових органів, банків).

Наук. керієн. Петряєва З. Ф.

Література: 1. Еволюція теорій прибутку та підприємництва : курс лекцій [Електронний ресурс] // Історія економічної думки. – Режим доступу : http://polbu.ru/economy_history/. 2. "Бакалавр економіки" : хрестоматія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lib/vvs/ru/books/bakalavr02/page0087.asp>. 3. Петряєва З. Ф. Організація і методика економічного аналізу : навч. посібн. Ч. 2 / З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко. – Харків : Вид. ХНЕУ. 2008. – 240 с. 4. Ковалев В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры : учебн. пособ. / В. В. Ковалев. – М., 2002. – 258 с. 5. Пястолов С. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / С. М. Пястолов. – 3-е изд. – М. : ИЦ "Академия", 2004. – 336 с. 6. Савицкая Г. В. Анализ эффективности деятельности предприятия : методологические аспекты / Г. В. Савицкая. – 2-е изд., испр. – М., 2004. – 648 с.

Капустіна А. М.

УДК 339.54

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО РОЛЬ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. Розглянуто актуальні питання щодо міжнародного маркетингу, його ролі у зовнішньоекономічній діяльності, а також з'ясувано основні завдання служби міжнародного маркетингу.

Аннотация. Рассмотрены актуальные вопросы относительно международного маркетинга, его роли во внешнеэкономической деятельности, а также установлены основные задания службы международного маркетинга.

Annotation. Actual questions in relation to the international marketing, its roles in foreign economic activity are considered and also the basic tasks of service of the international marketing are suggested.

Ключові слова: маркетинг, зовнішньоекономічна діяльність, елементи маркетингу, маркетинг-мікс, маркетинговий комплекс.

Актуальність дослідження обумовлюється важливістю маркетингу як теорії і практики підприємницької діяльності, основні принципи та технічні засоби якого містять загальнозначущі засади раціонального планомірного господарювання, а його застосування допомагає долати негативні явища стихійного механізму ринку, сприяє ефективному функціонуванню підприємств та задоволенню потреб покупців.

© Капустіна А. М., 2010

Вихід з кризи, реформи національного виробництва і його майбутнє економічне зростання можливі лише за умов упровадження й узгодження засобів маркетингу та менеджменту для повнішої реалізації зовнішньоекономічних зв'язків держави, точного врахування потреб у випуску продукції для внутрішньої та зовнішньої реалізації, узгодження можливостей експорту й потреб імпорту, передбачивши випуск конкурентоспроможної продукції, посилення впливу на міжнародний поділ праці, на міжнародну спеціалізацію та інтернаціоналізацію виробництва й, відповідно, підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД).

Мета дослідження полягає у теоретико-методологічному обґрунтуванні ролі маркетингу у зовнішньоекономічній діяльності у процесі ринкових перетворень економіки України.

"Маркетинг" у перекладі означає "ринкова діяльність", тому визначення маркетингу впливає, що в ньому беруть участь виробники товару, відділ маркетингу, який є на підприємстві, і посередники. Сутність маркетингу розкривається в його складових: економічний процес, господарська функція та господарська концепція.

Зовнішньоекономічні зв'язки стають помітнішою складовою частиною господарської діяльності українських підприємств й організацій. Зростає інтерес до участі в економічному, виробничому й науково-технічному співробітництві з партнерами із закордонних країн. У цих умовах усе більше число працівників виробничі сфери, малих підприємств і державних установ мають потребу в об'єктивній інформації про світовий ринок, його структуру, організації й техніку здійснення комерційних операцій [1; 2].

Для багатьох підприємств вивчення й застосування міжнародного маркетингу необхідне внаслідок наростаючої відкритості щодо зовнішніх ринків і з метою вдосконалення їхніх відносин з цими ринками.

Міжнародний маркетинг – це така система організації діяльності суб'єктів виробничої сфери, що сприяє оптимізації функціонального з'єднання виробничих цілей і поточних потреб інонаціональних споживачів, стикуванню приватних інтересів у всіх сферах економічного життя — виробничої, посередницької, споживчої. Завдяки їй можливе досягнення оптимальних показників підприємницької діяльності – прибутку, рентабельності, технічного й ресурсного забезпечення, заробітної плати тощо. Іншими словами, міжнародний маркетинг становить важливу умову встановлення діючого зворотного зв'язку між попитом та пропозицією в міжнародному масштабі, є своєрідним гарантом того, що виготовлена продукція, пройшовши всі етапи виробничого процесу, знайде свій шлях до кінцевого споживача за кордоном. Термін "міжнародний маркетинг" належить до діяльності міжнародних фірм, сфери виробничої й комерційної діяльності яких поширюються на закордонні країни [3; 4].

Міжнародний маркетинг – це підхід до прийняття виробничих рішень з позиції найбільш повного задоволення вимог і місцевих, і іноземних споживачів. Материнська компанія цілеспрямовано ставить завдання своїм виробничим підрозділам — місцевим і закордонним — відносно науково-технічних розробок і продукції, що випускається, визначає найбільш ефективну технологію виробництва, включаючи міжфірмове і внутрішньофірмове кооперування. Тут важливу роль відіграють маркетингові програми, розроблені у структурних підрозділах материнської компанії — виробничих відділеннях, що постають як основні виробничо-господарські ланки, які відповідають за кінцевий результат діяльності — одержання прибутку, народну діяльність фірм та є передумовою планування виробництва фірми в цілому, оскільки дають можливість установити оптимальну структуру (номенклатуру, асортимент) виробництва. За результатами маркетингової діяльності і на її основі проводяться міжнародні комерційні справи та комерційні операції.

Міжнародний маркетинговий комплекс — це система інструментів, методів, прийомів, підходів щодо товару ціни, просування, каналів розподілення, використання яких має на меті формування конкурентних переваг на цільовому сегменті або певному зарубіжному ринку.

Елементами маркетингового комплексу є товар, ціна, просування, канали розподілення. Сукупність цих маркетингових елементів та їх адаптація до вимог певного сегмента дістали назву "концепція маркетинг-мікс".

Традиційний маркетинг-мікс (marketing mix — 4P: product (товар), price (ціна), place (місце збуту), promotion (просування)) добре зарекомендував себе у сфері матеріального виробництва й збуту. Він, звичайно, використовується й у сфері послуг, але, як бачимо, тут існують додаткові чинники, на які потрібно звернути особливу увагу. Адаптація маркетингу до сфери послуг потребує розгляду ще трьох "P" маркетингу (people, physical evidence, process): персонал, матеріальні свідчення, спосіб пропозиції послуг [4].

Існує три форми організації міжнародної діяльності фірми: експорт, спільне підприємство, пряме володіння. Експорт продукту фірми можна здійснювати через власний торговий персонал за кордоном або скористатися послугами місцевих маркетингових посередників. Спільне підприємство припускає об'єднання капіталів виробництва й маркетингу з іноземною компанією. При повному (прямому) володінні фірма займається виробництвом і маркетингом без участі партнерів. Крім того, міжнародна діяльність фірми може бути пов'язана зі спільним використанням ліцензії за кордоном, продажем трансизиди на термін, відкриттям філії за кордоном чи створенням дочірнього товариства за кордоном [2].

Особливим різновидом міжнародного маркетингу є багатонаціональний маркетинг. Він пов'язаний із транснаціональними корпораціями та корпораціями, значний обсяг діяльності яких здійснюється поза національними кордонами країни.

Залежно від ступеня пристосування міжнародного маркетингового комплексу до особливостей різних зарубіжних ринків (сегментів світового ринку) в маркетинговій практиці виділяються три типи маркетингового комплексу: індивідуалізований (диференційований), стандартизований, комбінований [3].



Індивідуалізований (диференційований) маркетинговий комплекс передбачає пристосування до кожного зарубіжного ринку (сегмента світового ринку).

Стандартизований маркетинговий комплекс характеризується тим, що всі його елементи однаковою мірою пристосовуються до всіх зарубіжних ринків або сегментів (в усіх країнах товар пропонується зі стандартними, однаковими характеристиками, за однаковою ціною, з використанням однакових систем просування та каналів розподілення).

Комбінований маркетинговий комплекс передбачає одночасну диференціацію деяких елементів і стандартизацію інших. Наприклад, стандартний товар може однаково рекламуватися на всіх зарубіжних ринках, а ціни та канали розподілення бути адаптованими до місцевих умов. Це найбільш поширений підхід до побудови та реалізації міжнародного маркетингового комплексу.

Міжнародний маркетинг спирається на принципи національного маркетингу й має схожу з ним структуру. Разом з тим, він специфічний, тому що має справу із зовнішньоторговельними й валютними операціями іноземним і міжнародним законодавством. Стимулами міжнародного бізнесу служать порівняльні переваги, обумовлені поділом і спеціалізацією економік держав, розбіжністю їхньої економічної й географічної умов. Світовий досвід показує, що у стандартизації міжнародного маркетингового комплексу існують певні стадії. Спочатку на всіх зарубіжних ринках пропонується стандартизований продукт. На другій стадії до цього додається однакова система просування. Третя стадія доповнює стандартизацію однаковим рівнем цін та ціновими стратегіями. Завершує стандартизацію використання однакових каналів розподілу [5].

Міжнародний маркетинг при цьому спрямовує розвиток підприємства за такою схемою: попереднє вивчення ринків країн, що можуть становити інтерес; вибір найбільш сприятливого середовища чи регіону країни; визначення методу присутності підприємства на цьому ринку; визначення комерційної пропозиції в розрізі товарів, послуг і цін, пристосованих і до сприятливих, і до несприятливих варіантів ринку; визначення комерційної політики, політики збуту комунікацій і підбір торгового персоналу [6]. Виходить у своїй глобальній політиці з принципу "мислити глобально й локально", підкреслюючи цим необхідність розробки товарної політики і на локальному, і на глобальному рівнях. Така розробка включає чотири етапи: аналіз локальних потреб у певній країні; глобалізація концепції товару, розробленого локально; адаптація товару до кожного конкретного середовища; реалізація обраної стратегії за допомогою адаптованого операційного маркетингу.

Що стосується керування маркетингом, то найбільш важливим є необхідність визначати географічний цільовий ринок у рамках країн і розробляти активні й оборонні стратегічні варіанти, приймаючи в розрахунок нову взаємозалежність ринків. Мислити глобально, але виходячи з локальної реальності [5; 7].

Компанії переглядають свої стратегічні позиції для того, щоб реагувати на зміни економічного, конкурентного й соціально-культурного середовища, а також інтернаціоналізацію світового господарства.

Отже, виходячи на міжнародний ринок, фірмам необхідно проводити глибокі маркетингові дослідження і враховувати особливості економічного, політико-правового, культурного середовища. Основні завдання служби міжнародного маркетингу — вивчення середовища міжнародного маркетингу (споживачі, конкуренти, правові норми, звичаї, традиції, прийняті норми діяльності, реклама, розміщення тощо); обґрунтування доцільності виходу на зовнішній ринок (сьогоднішні можливості, переваги в перспективі); визначення та вивчення конкретних ринків, на які планується вихід; розробка методів зовнішньоекономічної діяльності та відповідної їй організації; формування служби маркетингу.

Важливо зазначити, що функція агентства маркетингового дослідження не завершується лише виконанням дослідження. Участь його прослідковується на кількох ключових етапах: вивчення проблеми, з якою зіткнулась фірма-замовник; складання програми дослідження; здійснення дослідження і, що особливо важливо, маркетингове агентство повинно підтримувати зв'язок і після завершення дослідження, зокрема, для того, щоб полегшити роботу, пов'язану із впровадженням дослідження, і розраховувати на замовлення нового маркетингового дослідження.

Таким чином, міжнародний маркетинг відіграє важливу роль у зовнішньоекономічній діяльності, а правильне застосування елементів сучасного міжнародного маркетингового комплексу може мати позитивний та ефективний вплив на стан і розвиток економіки нашої держави.

Наук. керієн. Мішин О. Ю.

Література: 1. Кус А. Основи маркетингу / Альфред Кус. — К. : ЗАТ "Нічлава", 1999. — 216 с. 2. Диксон Питер Р. Управление маркетингом / Р. Питер Диксон ; [пер. с англ.]. — М. : ЗАО "Изд. "БИНОМ", 1999. — 289 с. 3. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. — М. : Финпресс, 1998. — 280 с. 4. Козик В. В. Міжнародні економічні відносини / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Н. Б. Даниленко. — К., 2000. — 271 с. 5. Колісниченко М. В. Проблеми зовнішньоекономічної стратегії та управління ЗЕД / М. В. Колісниченко, Л. С. Фурдичко // Регіональна політика України: наукові основи, методи, механізми : зб. наук. праць : в 3-х ч. — Львів : ІРД НАН України, 1998. — С. 303–305. 6. Новицкий В. Е. Зовнішньоекономічна діяльність і міжнародний маркетинг / В. Е. Новицкий. — К., 2005. — 287 с. 7. Скоропад І. С. Ефективність маркетингових заходів у системі зовнішньоторговельних зв'язків / І. С. Скоропад, С. І. Герасименко // Вісник національного університету "Львівська політехніка". — 2003. — № 469. — С. 498–502.

ВПЛИВ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто сутність поняття "капітал", досліджено методику оптимізації структури капіталу підприємства та обґрунтовано необхідність її застосування. Визначено основні фактори, які впливають на формування та використання структури капіталу підприємства.

Аннотация. Рассмотрена сущность понятия "капитал", исследована методика оптимизации структуры капитала предприятия и обоснована необходимость ее применения. Определены основные факторы, влияющие на формирование и использование структуры капитала предприятия.

Annotation. The essence of the concept "capital" is considered methods to optimize the capital structure of enterprises and the necessity of its application are investigated. Major factors that influence the formation and use of company capital structure are considered.

Ключові слова: капітал, власний капітал, позиковий капітал, фінансовий леверидж, ефект фінансового левериджу.

На сучасному етапі становлення ринкової економіки України найактуальнішими є питання розробки відповідного господарського механізму, докорінних змін у його функціонуванні та гармонізації інтересів всіх зацікавлених сторін. За таких умов важливим стає дослідження економічної сутності капіталу підприємства та його структурних елементів. Адже визначальною ланкою створення й успішного розвитку підприємства є формування і використання його капіталу. Дослідження вітчизняних і зарубіжних учених з питань структури капіталу розкрито в роботах Бланка І. О., Ковальова В. В., Шеремета А. Д., Є. Брігхем, Дж. Ван Хорна, Мазура І. І., Рудика Н. Б. та ін. [1 – 7]. Але, на думку автора, слід було б більше уваги приділити питанням оптимізації структури капіталу.

Метою статті є дослідження залежності фінансово-економічного стану підприємств від структури капіталу, уточнення поняття "структура капіталу", систематизація факторів, які формують структуру капіталу, вибір методичного підходу до вирішення оптимальної структури капіталу підприємства.

В економічній літературі висвітлено різні підходи до структуризації капіталу за джерелами його формування. Ковальов В. В. [2] та інші розрізняють за джерелами формування власний та позиковий капітал підприємства. Крім зазначених вище джерел формування капіталу підприємства, ще окремо виділяють бюджетні асигнування або субсидії. Більш узагальненим за джерелами формування є поділ капіталу на власні та прирівняні до них кошти; кошти, що мобілізуються на фінансовому ринку; кошти, що надходять внаслідок перерозподілу. Найбільш поширеною та застосовуваною класифікацією капіталу підприємств за джерелами його фінансування є його розподіл на власний та залучений капітал (боргові зобов'язання). Такий підхід до структури капіталу за цією ознакою пропонує Бланк І. О. та ін. [1].

Поняття "структура капіталу" в найбільш загальному вигляді характеризується всіма закордонними та вітчизняними економістами як співвідношення всіх форм власних та позичених фінансових коштів, що використовуються підприємством у процесі своєї господарської діяльності для фінансування активів.

Економічна література пропонує різні методичні підходи до вирішення завдання оптимізації структури капіталу. Найпоширенішими з них є методичні підходи, що визначаються на основі: управління величиною ефекту фінансового левериджу, який використовується підприємством; формування політики фінансування активів з урахуванням вартості, ризику та термінів залучення капіталу; мінімальної вартості залучення капіталу.

На думку Бланка І. О., фінансовий леверидж – це один з основних механізмів реалізації такого завдання фінансового менеджменту, як максимізація рівня рентабельності за заданого рівня фінансового ризику. Ефектом фінансового левериджу він називає показник, який відображає рівень додатково генерованого прибутку власним капіталом за різної структури залучення позикового капіталу [1].

Зарубіжні й вітчизняні економісти вважають фінансовий важіль (леверидж) одним з головних показників впливу структури капіталу на прибутковість підприємства.

Виділяють два підходи до визначення фінансового важеля: американський і європейський. Згідно з європейським підходом, "фінансовий важіль – це рівень впливу використання підприємством позикових коштів на зміну чистої рентабельності власного капіталу". За такого підходу увага приділяється як власному капіталу, так і позиковому, що дає змогу визначити їхнє оптимальне співвідношення. Відповідно до американського підходу фінансовий важіль характеризує використання підприємством



вом позикових коштів, які впливають на чутливість змін величини чистого прибутку. Ця концепція не дає змоги визначити оптимальне значення позикового капіталу. Тому застосування європейського підходу є більш прийнятним. Показник, який відображає рівень додаткового прибутку на власний капітал за різних варіантів структури капіталу, називається ефектом фінансового левериджу.

Для проведення аналізу структури капіталу в роботі були обрані промислові підприємства міста Харкова, а саме товариство з обмеженою відповідальністю "Харківській завод підйомно-транспортного устаткування", відкрите акціонерне товариство "Харківській завод "Оргтехніка" та відкрите акціонерне товариство "Електромашина".

Величина диференціалу фінансового важеля є головною умовою формування додатного значення ефекту фінансового левериджу. Отримані дані вказують на те, що для ТОВ "ХЗ ПТУ" і ВАТ "ХЗ "Оргтехніка" цей показник має від'ємне значення, оскільки розмір валового прибутку, який генерують активи підприємства, нижчий за середній розмір відсотків за кредит, що використовується на 1 % та 14 % відповідно. Щодо ВАТ "Електромашина", то розмір валового прибутку, який генерують активи підприємства, перевищує середній розмір відсотків за кредит, що використовується на 14 %. Рівень прибутку, який залишається на підприємстві після сплати податків відповідно до податкового коректора фінансового левериджу, в усіх випадках становить 75 %. Розмір позикового капіталу, що припадає на 1 грн власного капіталу для ТОВ "ХЗ ПТУ", – 0,15 грн, для ВАТ "ХЗ "Оргтехніка" – майже 0,00 грн, а для ВАТ "Електромашина" 0,59 грн.

Ефект фінансового левериджу свідчить, на скільки відсотків підвищиться рентабельність власного капіталу за рахунок залучення в оборот підприємства позикових коштів. Таким чином, для ТОВ "ХЗ ПТУ" і ВАТ "ХЗ "Оргтехніка" вона зменшиться на 0,13 %, та 0,05 % відповідно, а для ВАТ "Електромашина" збільшиться на 6 %.

Для аналізу впливу структури капіталу на фінансовий стан підприємства був проведений кореляційний аналіз на підставі даних ТОВ "ХЗ ПТУ". Як результативна ознака було обрано темп зростання чистого прибутку підприємства, у модель були включені такі фактори: коефіцієнт фінансового ризику, коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт оборотності сукупного капіталу, питома вага кредиторської заборгованості.

Для проведення аналізу була застосована комп'ютерна програма "Stat graph". Вона розроблена для підсумовування декількох стовпців кількісних даних, дозволяє обчислити різні статистичні дані, включаючи кореляцію і частинні кореляції. У результаті аналізу було отримане рівняння моделі кореляції. Найбільший вплив на формування результативної ознаки справили питома вага кредиторської заборгованості та коефіцієнт фінансового ризику. Також було встановлено, що темп приросту чистого прибутку і коефіцієнт фінансового ризику мають прямий зв'язок, який пояснюється тим, що наявність позикового капіталу дає підприємству додаткові можливості для розвитку і, чим більшу частку капіталу підприємству вдалося отримати на 1 грн власного, тим більшими темпами буде зростати чистий прибуток. Темп приросту чистого прибутку і коефіцієнти фінансової залежності й оборотності сукупного капіталу, питома вага кредиторської заборгованості знаходяться у зворотній залежності. Хоча коефіцієнт оборотності сукупного капіталу і питома вага кредиторської заборгованості мали б зробити прямий вплив на темп приросту чистого прибутку, негативні процеси в економіці країни не дозволили підприємству за аналізований проміжок часу отримати додатковий прибуток за рахунок впливу цих факторів.

Отже, побудована модель оцінювання впливу факторів на темпи зростання чистого прибутку є адекватною статистичним даним генеральної сукупності, а виконане дослідження показало, що цю модель можна і варто використовувати для прогнозування темпів зростання чистого прибутку на майбутній період та для аналізу привабливості підприємства для вкладення додаткових коштів.

Структура капіталу, що використовується на підприємстві, визначає рівень багатьох кінцевих результатів його діяльності. Так, від неї залежать вартість капіталу і рівень фінансового ризику. Структура капіталу є чинником збільшення віддачі на вкладений власниками капітал, що виражається в перевищенні величини рентабельності власного капіталу над рентабельністю усіх використовуваних активів. Тому завдання оптимізації структури капіталу є одним з найважливіших завдань, що вирішуються у рамках діяльності підприємства, а удосконалення методики формування оптимальної структури капіталу є актуальним питанням.

Наук. керієн. Петряєва З. Ф.

Література: 1. Бланк И. А. Управление формированием капитала / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2002. – 512 с. 2. Ковалев В. В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалев. – М., 1997. – 432 с. 3. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет. – 3-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 208 с. 4. Бригхем С. Ф. Финансовый менеджмент. Т. 1 / С. Ф. Бригхем. – К. : Молодь, 2005. – 497 с. 5. Ван Хорн Дж. К. Основы управления финансами / Ван Хорн Дж. К. ; пер. с англ. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 800 с. 6. Корпоративный менеджмент : справочник для профессионалов / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге и др. ; под общ. ред. И. И. Мазура. — М. : Высшая школа, 2003. – 1077 с. 7. Рудык Н. Б. Структура капитала корпораций: теория и практика / Н. Б. Рудык. – М. : Дело, 2004. – 272 с.

СТІЙКИЙ ФІНАНСОВИЙ СТАН – СТІЙКЕ ПІДПРИЄМСТВО

Анотація. Розглянуто сутність фінансової стійкості підприємства, проведено аналіз за існуючою методикою показників фінансової стійкості на прикладі державного підприємства, а також розроблено теоретико-методичні рекомендації щодо вдосконалення цього напрямку аналізу на підприємствах України.

Аннотация. Рассмотрена сущность финансовой устойчивости предприятия, проведен анализ по существующей методике показателей финансовой устойчивости на примере государственного предприятия, а также разработаны теоретико-методологические рекомендации относительно усовершенствования данного направления анализа на предприятиях Украины.

Annotation. The essence of financial stability of enterprise is considered, an analysis on the existent method of indexes of financial stability is conducted on the example of government enterprise, and also theoretical and methodological recommendations in relation to the improvement of this direction of analysis on the enterprises of Ukraine are developed.

Ключові слова: фінансова стійкість, ефективність, фінансовий ризик, множинна кореляція, багатofакторний аналіз.

В умовах ринкової економіки від підприємства вимагається підвищення ефективності виробництва, конкурентноспроможності продукції і послуг на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання й управління виробництвом, активізації підприємництва тощо. Важлива роль у реалізації цього завдання приділяється аналізу господарської діяльності підприємств. З його допомогою виробляються стратегія і тактика розвитку підприємства, обґрунтовуються плани й управлінські рішення, здійснюється контроль за їхнім виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва, оцінюються результати діяльності підприємства, його підрозділів і робітників.

У ринкових умовах суб'єкти господарювання самостійно залучають фінансові ресурси, намагаються ефективно їх розміщувати з метою забезпечення безперервної підприємницької діяльності, здійснюють самостійний пошук контрагентів. Фінансова стійкість підприємства характеризується таким станом фінансових ресурсів, який відповідає потребам розвитку та вимогам ринку. У сучасних умовах фінансова стійкість стає якісною характеристикою фінансових можливостей підприємства та його партнерів.

Визначення фінансової стійкості актуальне не тільки для самих організацій, але й для їхніх партнерів, які справедливо бажають мати інформацію про стабільність, фінансове благополуччя і надійність свого замовника або клієнта. Тому все більша кількість контрагентів починає включати в дослідження й оцінку фінансової стійкості конкретної організації. Актуальність даної теми визначає ціла низка вчених та дослідників, серед яких Цал-Цалко Ю. С. [1], Філімоненков О. С. [2], Макар'єва В. І. [3], Родіонова В. М. [4] та багато інших.

Вклад цих дослідників у теорію економічного аналізу важко переоцінити, але у процесі вивчення фінансової стійкості все одно постають питання, на які слід звернути увагу та які потребують більш ретельної уваги. Серед таких питань можна виділити розробку новітніх заходів аналізу фінансової стійкості та впровадження методик щодо їх реалізації з урахуванням фінансової стійкості суб'єктів господарювання.

У загальному розумінні поняття "стійкість" трактується як властивість системи так реагувати на зміни зовнішнього середовища, щоб не лише генерувати чинники, які зумовлюють її врівноважений стан, а й забезпечувати подальший розвиток. Іншими словами, стійкість системи характеризується її здатністю зберігати рівновагу і повертатись у вихідне положення незалежно від зовнішнього впливу [5].

Стійкість підприємства є якісною характеристикою його стану, індикатором його "здоров'я", запорукою його життєздатності і підґрунтям стабільності на ринку й розвитку в конкурентному середовищі в сучасних умовах нашої держави.

Фінансова стійкість – комплексне поняття, яке перебуває під впливом різноманітних фінансово-економічних процесів. Тому її слід визначити як такий стан фінансових ресурсів підприємства, результативності їхнього розміщення й використання, при якому забезпечується розвиток виробництва чи інших сфер діяльності на основі зростання прибутку й активів при збереженні платоспроможності і кредитоспроможності [6].

За рівнем покриття різних видів джерел суми запасів і витрат розрізняють такі типи фінансової стійкості підприємств:

1) абсолютна стійкість фінансового стану, коли власні джерела формування оборотних активів покривають запаси і витрати;



2) нормальна стійкість фінансового стану, що характеризується відсутністю неплатежів і причин їхнього виникнення, тобто робота нормально рентабельна;

3) нестійкий фінансовий стан, який характеризується затримками в оплаті праці, перебоями в надходженні грошей на розрахункові рахунки і платежах, хитливою рентабельністю, невиконанням плану з прибутку;

4) кризовий фінансовий стан, що характеризується наявністю регулярних неплатежів, прострочених позичок банкам, простроченої заборгованості постачальників за товари, недоїмок до бюджетів.

На основі однієї з існуючих методик проведення аналізу було здійснено розрахунки абсолютних та відносних показників фінансової стійкості на прикладі Державного підприємства "Керченський морський торговельний порт". Маючи вихідні дані у динаміці за 2007 – 2009 рр., було отримано такі результати: підприємство має абсолютну фінансову стійкість, тобто власні обігові кошти та довгострокові зобов'язання, основні джерела фінансування запасів на початок 2007 – 2009 рр. на підприємстві знаходяться у надлишку. Морський торговельний порт характеризується високою платоспроможністю та змогою покривати витрати власними оборотними засобами.

Щодо відносних показників фінансової стійкості, то їхній аналіз дав змогу зробити низку висновків. На ДП "КМТП" темп зростання коефіцієнта автономії у 2007 – 2009 рр. свідчить про збільшення фінансової незалежності, підвищення гарантій погашення підприємством своїх зобов'язань та розширення можливостей залучення коштів.

Інтерпретація коефіцієнта фінансової залежності за проведеними розрахунками показує, що на кожну 1,18 грн (у 2007 р.), 1,13 грн (у 2008 р.) та 1,14 грн (у 2009 р.), що були вкладені в активи підприємства, 18 коп., 13 коп. та 14 коп. відповідно є позиковими.

Коефіцієнт фінансового ризику, що показує співвідношення залучених коштів і власного капіталу: скільки одиниць залучених коштів припадає на одиницю власних, за 2007 – 2009 роки на ДП "КМТП" не дістав оптимального значення на рівні 0,5. Лише у 2007 р. він склав 0,181.

Теж саме можна сказати і про коефіцієнт маневреності, адже на ДП "КМТП" за період, що аналізується, він не дістав оптимального значення, проте мав позитивні значення (>0), що свідчить про певну гнучкість у використанні власних коштів.

Ще один відносний показник фінансової стійкості – коефіцієнт структури покриття довгострокових вкладень. Зменшення його на підприємстві, яке аналізується, в динаміці за 3 роки свідчить про посилення незалежності підприємства від зовнішніх інвесторів.

Зменшення коефіцієнта довгострокового залучення коштів (з 0,114 до 0,013) є позитивною тенденцією та означає, що з позиції довгострокової перспективи підприємство все менше залежить від зовнішніх факторів. Відповідно до цього, зростання коефіцієнта фінансової незалежності капіталізованих вкладень носить позитивний характер та свідчить про підтримку фінансової стійкості ДП "КМТП" на належному рівні.

Провівши аналіз фінансової стійкості ДП "КМТП" за вже відомою методикою, увага була звернута на більш новітні комп'ютерні технології, які можна використовувати для вдосконалення проведення аналізу.

Вивчаючи економічний процес або окреме явище за допомогою багатофакторного аналізу, доводиться спостерігати прояв різнобічного впливу на результативний показник різних факторів, які переплітаються між собою, діють спільно й перебувають у так званому кореляційному взаємозв'язку й залежності. Для оцінки фінансової стійкості підприємства потрібна всеосяжна система показників [7].

Початковим масивом для розрахунків факторного аналізу послужили показники оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості, чиста рентабельність продажу, питома вага позикового капіталу, а також коефіцієнт поточної ліквідності. Як узагальнюючий обрано один із найважливіших показників фінансової стійкості підприємства – коефіцієнт фінансового ризику.

Проведений багатофакторний аналіз за допомогою модулів статистичного пакета Statgraphics Plus for Windows показав результати пристосування регресійної моделі, щоб описати співвідношення між узагальнюючим коефіцієнтом та змінними показниками. Було встановлено, що в даній моделі показник оборотності дебіторської заборгованості має зворотну залежність на узагальнюючий показник фінансового ризику, а всі інші коефіцієнти – пряму. Побудована модель показала, що найбільший вплив у ній має питома вага позикового капіталу, а найменший – коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості (рекомендовано виключити його з моделі). Безумовно, ці факти необхідно прийняти до уваги в періоді, що аналізується, але не можемо виключити цей фактор взагалі й для подальших досліджень, у зв'язку з тим, що показник оборотності кредиторської заборгованості значно впливає на фінансові ризики підприємства у процесі його господарської діяльності.

Проведені дослідження дали змогу зробити висновки стосовно того, що для забезпечення фінансової стійкості підприємство повинно, перш за все, мати гнучку структуру капіталу та вміти організувати його рух таким чином, щоб забезпечити постійне перевищення доходів над витратами з метою збереження платоспроможності та створення умов для нормального функціонування.

Побудована множинна кореляційна модель за допомогою багатофакторного аналізу є прикладом упровадження на ДП "КМТП" новітніх методик комплексного аналізу фінансової стійкості та є одним з перших кроків на шляху розробки новітніх заходів аналізу фінансової стійкості та впровадження методик щодо їх реалізації з урахуванням типу фінансової стійкості на конкретному підприємстві.

Наук. керієн. Петряєва З. Ф.

Література: 1. Цал-Цалко Ю. С. Фінансова стійкість підприємства та її аналіз : навч. посібн. / Ю. С. Цал-Цалко. – К. : ЦУЛ, 2002. – 204 с. 2. Філімонов О. С. Фінанси підприємств : навч. посібник / О. С. Філімонов. – К. : Вид. "Ніка-Центр", 2002. – 304 с. 3. Макарьєва В. И. Анализ хозяйственной деятельности орга-

низации / Л. В. Андреева. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 188 с. 4. Родионова В. М. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции / М. А. Федотова. – М. : Изд-во "Перспектива", 1995. – 138 с. 5. Бутинець Ф. Ф. Економічний аналіз : навч. посібн. / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : ПП "Рута", 2003. – 680 с. 6. Самсонова Н. Ф. Фінансовий менеджмент : підручник / Н. Ф. Самсонова. – М., 2001. – 495 с. 7. Куліков П. М. Економіко-математичне моделювання фінансового стану підприємства : навч. посібн. / Г. А. Івашенко. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2009. – 152 с. 8. Петряєва З. Ф. Економічний аналіз : навч. посібн. / З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко. Ч. 2. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2004. – 232 с.

УДК 657.6:334.7.012.64

Істоміна М. Ю.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотация. Розглянуто особливості аналізу фінансового стану суб'єктів малого підприємництва. Наведено загальну оцінку фінансового стану малого бізнесу в Україні; проаналізовано фінансовий стан підприємств на конкретному прикладі.

Аннотация. Рассмотрены особенности анализа финансового состояния субъектов малого предпринимательства. Дана общая оценка финансового состояния малого бизнеса в Украине; проанализировано финансовое состояние предприятий на конкретном примере.

Annotation. Features of financial analysis of subjects of small business are considered. General assessment of financial circumstances of a small-scale business in Ukraine is given; the financial circumstances of the enterprises on a concrete example are analyzed.

Ключові слова: підприємство, мале підприємство, діяльність, фінансовий стан, ефективність, результат.

Ефективно функціонуючий малий і середній бізнес – необхідне підґрунтя для успішного розвитку ринкової економіки, вагома підтримка для великого бізнесу.

Аналіз фінансового стану суб'єктів малого підприємництва є актуальним на сьогодні, оскільки саме вони акумулюють потенціал для розвитку народногосподарського комплексу в цілому і для працевлаштування, поліпшення добробуту мільйонів громадян, вирішення багатьох соціальних, економічних, політичних проблем, які назрівають у суспільстві. У країнах із ринковою системою господарювання малі підприємства є наймасовішою, найдинамічнішою і найгнучкішою формою ділового життя.

Дослідженню діяльності суб'єктів малого підприємництва присвячені роботи Виговської В. В., Полонян О. В., Петренко К. Г., Усик В. І. [1 – 3]. Але, на погляд автора, слід було б приділити більше уваги особливостям аналізу фінансового стану малих підприємств.

Сектор малого підприємництва – невід'ємний, об'єктивно необхідний елемент будь-якої розвиненої господарської системи, без якої економіка та суспільство в цілому не можуть нормально функціонувати й розвиватися [1, с. 59]. В Україні посилюється інтерес до вивчення малих та середніх підприємств (МСП) і до аналізу тенденцій змін у даному секторі економіки з внесенням змін до законодавства, що стосується визначення МСП [2, с. 153]. 18 вересня 2008 р. був прийнятий Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності", згідно з яким були введені зміни до таких документів, як Господарський Кодекс України та Закон України "Про державну підтримку малого підприємництва" [4 – 6]. Відповідно до цих змін до малих підприємств (юридичних осіб) відносяться підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесят осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує сімдесят мільйонів гривень. Цим законом Верховна Рада України гармонізувала з європейськими нормами українське законодавство щодо визначення МСП [2, с. 156].

Для ефективного управління малим підприємством доцільно враховувати, що здатність до самозбереження, адаптації до зовнішніх змін дозволяє здійснювати його діяльність довгі роки, не боячись "морального зношення", втрати працездатності й банкрутства. Кожному підприємству необхідно постійно модернізуватися до вимог ринку не тільки за допомогою виробництва конкурентоспроможних товарів, але й шляхом проведенням детального аналізу підприємства, його фінансового стану та результатів діяльності [3, с. 131]. Основною метою аналізу фінансового стану є одержання невеликої кількості ключових (найбільш інформативних) параметрів, що дають об'єктивну і точну картину фінансового стану підприємства, його прибутків і збитків, змін у структурі активів та



пасивів, у розрахунках з дебіторами і кредитором [7]. У процесі дослідження діяльності суб'єктів малого підприємництва отримані показники, що дозволяють зробити оцінку їх фінансового стану. Для проведення дослідження використані дані річних фінансових звітів ЗАТ "Кримський виробничий комбінат "Дніпро" (його засновниками є Товариство сприяння обороні України та ТОВ "Науково-медичне підприємство "Бентокрим", ЗАТ "Південергмонтж" (створене шляхом реорганізації тресту "Південенергмонтж") та ЗАТ "Трест "Стахановшахтобуд" (заснований організацією орендарів "Трест Стахановшахтобуд"). Вказані товариства є малими підприємствами і їх фінансова звітність представлена за формами 1-М та 2-М. Перший напрямок аналізу – аналіз майна підприємства, який передбачає проведення аналізу складу майна та його структури, вивчення джерел формування майна, зміни складових майна і джерел його формування. Отже, аналіз основних засобів показав, що ЗАТ "Дніпро" має невелику вагу основних засобів у загальній їх сумі. Це говорить про високу мобільність майна підприємства. ЗАТ "Трест "Стахановшахтобуд" має значні накладні витрати та високу чутливість до зміни у виручці від реалізації продукції через "важку" структуру активів.

Наступним етапом аналізу фінансового стану є перевірка наявності "хворих" статей звітності. Отже, з метою оцінки фінансового стану малих підприємств доцільним є вивчення показників нерозподіленого прибутку (збитку) в динаміці за декілька років. Показники ліквідності та платоспроможності, поряд з показниками прибутковості (рентабельності) та деякими іншими, належать до найважливіших показників фінансового стану підприємства. Показник ліквідності характеризує спроможність підприємства виконувати свої поточні зобов'язання за рахунок оборотних активів, а показник платоспроможності – спроможність підприємства виконувати зовнішні (поточні і довгострокові) зобов'язання, використовуючи свої активи. Він вимірює фінансовий ризик, тобто ймовірність банкрутства. Найвищий рівень покриття і більшу фінансову безпеку через стабільність та високий рівень коефіцієнта загальної ліквідності має ЗАТ "Південергмонтж". ЗАТ "Кримський виробничий комбінат "Дніпро" та ЗАТ "Трест "Стахановшахтобуд" має значну частку оборотних активів у валюті балансу та не мають фінансових ускладнень. Динаміка коефіцієнта ЗАТ "Південергмонтж" свідчить про те, що підприємство відчуває ускладнення і необхідна розробка та реалізація заходів щодо зміцнення фінансового становища. Наступним етапом є оцінка фінансової стійкості та ділової активності підприємства. Сутність фінансової стійкості визначається ефективним формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів, а платоспроможність виступає її зовнішнім проявом. Ділова активність підприємства у фінансовому аспекті проявляється передусім у швидкості обороту його засобів. Оборотність капіталу ЗАТ "Південергмонтж" з 2006 по 2008 рік прискорилося більш ніж у півтора рази та за 2008 рік капітал здійснив 0,3 оберти. У 2006 році ЗАТ "Дніпро" мало високі ризики неплатежів за своїми обов'язками та ризики непогашення з боку дебіторів, однак ситуація згодом стабілізувалася. ЗАТ "Трест "Стахановшахтобуд" разом з невисокими темпами оборотності капіталу має високу оборотність дебіторської заборгованості, тому в цьому випадку слід звернути увагу на ризик непогашення дебіторської заборгованості.

На заключному етапі проводиться оцінка ефективності діяльності. Оцінка ефективності діяльності підприємства вимагає розрахунку показників рентабельності підприємства. Показники рентабельності більш повно, ніж прибуток, відображають результати діяльності підприємства; вони використовуються як інструменти інвестиційної, цінової політики тощо [8]. За аналізований період лише ЗАТ "Південергмонтж" отримало прибуток. Негативне фінансове становище в більшій мірі спричинене відсутністю виручки від реалізації у 2006 та 2007 роках та невисокими доходами у 2008 році. Загалом фінансовий стан розглянутих підприємств у цілому не є стабільним через високі показники збитків та через нестабільність показників ефективності діяльності. З огляду на специфіку своєї діяльності кожне підприємство має свої резерви зростання рівня фінансової стійкості, ефективності діяльності, ділової активності.

Загалом у період з 2006 по 2008 роки в Україні спостерігається високий рівень збитків серед малих підприємств. Питома вага малих підприємств, що отримали збитки в загальній їх кількості за звітний період, зростає, а питома вага прибуткових малих підприємств дещо нижча у 2008 році порівняно з попередніми роками. У середньому за всіма видами економічної діяльності більше третини всіх збиткових підприємств в Україні це саме малі підприємства [1]. Це говорить про те, що малий бізнес не витримує конкуренції, характеризується меншою стабільністю. Саме тому актуальною є проблема розробки методів і різних механізмів, які будуть спрямовані на забезпечення ефективного розвитку малого бізнесу в Україні, а отже, і на формування економічної стабільності в Україні. Множинний регресійний аналіз фінансового стану малих підприємств показав, що модель оцінки впливу коефіцієнтів оборотності капіталу, автономії, погашення дебіторської заборгованості, коефіцієнта покриття та питомої ваги кредиторської заборгованості у валюті балансу на рентабельність сукупного капіталу має високу значущість. Зміни залежної ознаки (у відсотках) пояснюються змінами сукупності незалежних ознак на 13,7503 % (на значення коефіцієнта множинної кореляції R). Допускаючи, що модель може бути спрощена, слід звернути увагу на відсутність статистичної значущості коефіцієнта оборотності на 90 %. Отже, слід розглянути можливість вилучення цього коефіцієнту з моделі.

Серед чинників, які впливають на високий рівень збитковості малих підприємств, необхідно назвати: низький рівень технічної озброєності; низький управлінський рівень; відсутність системи самоорганізації та повної інформації про стан і кон'юнктуру ринку; прагнення до максимальної самостійності. Тому одним із головних завдань у забезпеченні підвищення ефективності розвитку малих підприємств України на сучасному етапі є суттєве вдосконалення управління фінансовими ре-

сурсами, в тому числі їхньою структурою. Пропонується вдосконалення аналізу впливу факторів на рентабельність сукупного капіталу. Покращення фінансового стану суб'єктів малого підприємництва – це підвищення економічної стабільності всієї країни.

Наук. керівн. Петряєва З. Ф.

Література: Виговська В. В. Малий бізнес в Україні: сучасний стан і тенденції розвитку / В. В. Виговська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 59–64. 2. Усик В. І. Розвиток поняття "сектор малого та середнього бізнесу" в Україні та ЄС / В. І. Усик // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 153–158. 3. Полонян О. В. Особливості управління малим підприємством / О. В. Полонян, К. Г. Петренко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6. – С. 131–135. 4. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. №436-ГУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua. 5. Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності" від 18.09.2008 р. № 523-17 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua. 6. Закон України "Про державну підтримку малого підприємництва" від 19.10.2000 р. №2063-111 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua. 7. Іваниченко В. В. Фінансовий аналіз : учебн. пособ. / В. В. Іваниченко. – 2-е изд. – Харьков : Издательский дом "ИНЖЕК", 2004. – 176 с. 8. Петряєва З. Ф. Організація і методика економічного аналізу : навчальний посібник : Ч. 2 / З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – 240 с. 9. Петряєва З. Ф. Фінансовий аналіз діяльності підприємства : навч. посібн. / З. Ф. Петряєва. – Харків : Вид. ХДЕУ, 2002. – 157 с.

УДК 005.915:005.934

Заєць О. М.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

МЕТОДИЧНІ ПИТАННЯ З ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Присвячено методичним питанням визначення суб'єктивних й об'єктивних факторів впливу на економічну безпеку підприємства, а також основним видам ризиків діяльності організації.

Аннотация. Посвящено методическим вопросам определения субъективных и объективных факторов влияния на экономическую безопасность предприятия, а также основным видам рисков деятельности организации.

Annotation. The article is dedicated to the methodical questions of determination of human and objective factors of influence on economic security of enterprise, and also to the basic types of risks of activity of organization.

Ключові слова: економічна безпека підприємства, суб'єктивні та об'єктивні фактори впливу, класифікація економічних ризиків, схема процесу організації економічної безпеки, заходи.

Актуальність теми полягає в тому, що у процесі формування ринкової економіки багато підприємств набули нового статусу зі зміною форми власності, при якому необхідно самостійно забезпечувати виробничо-комерційну діяльність, стійкість функціонування і адекватно реагувати на зовнішні впливи. Неузгодженість інтересів підприємств із державними і регіональними органами управління, що зростає, нестабільність внутрішніх і зовнішніх умов їх виробничо-комерційної діяльності спричиняють виникнення загроз, які гальмують досягнення поставлених соціально-економічних цілей і відповідних темпів розвитку.

Забезпечення економічної безпеки підприємств потребує створення специфічного механізму попередження та мінімізації дії загроз. Однак поки не існує єдиної теоретичної та методологічної бази визначення критеріїв, методики аналізу й попередження загроз для підтримки економічної безпеки підприємства, механізму організації управління нею [1].

Мета написання статті – визначити суб'єктивні та об'єктивні фактори впливу на економічну безпеку підприємства.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішені такі завдання:

- розглянуто джерела негативного впливу на економічну безпеку підприємства;
- наочно подано класифікацію економічних ризиків за ознакою впливу на складові економічної безпеки;
- визначено заходи щодо підвищення ефективності процесу організації економічної безпеки на підприємстві.

© Заєць О. М., 2010



Теоретичним питанням економічної безпеки підприємства та проблемам її забезпечення присвятили свої дослідження українські та російські науковці: Ареф'єва А. В., Бабанова Ю. В., Бурдович Л. С., Грунін С. О., Домарев В. В., Кашин А. В., Козаченко Г. В., Ляшенко О. М., Міщенко С. М., Олейніков Є. О., Полушкін О. А., Судакова О. І., Тамбовцев В. Л. та ін.

Необхідність постійного дотримання економічної безпеки зумовлюється для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування і досягнення головної мети своєї діяльності. Рівень економічної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його керівництво і фахівці будуть здатні уникнути можливих погроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовищ.

Негативні впливи на економічну безпеку можуть мати об'єктивний і суб'єктивний характер. Об'єктивними вважаються такі негативні впливи, які виникають не з волі конкретного підприємства або його окремих працівників. Суб'єктивні впливи мають місце унаслідок неефективної роботи підприємства в цілому або окремих його працівників (перш за все, керівників і функціональних менеджерів) [2]. Джерелами негативного впливу на економічну безпеку можуть бути:

1) свідомі або несвідомі дії окремих посадовців і суб'єктів господарювання (органів державної влади, міжнародних організацій, підприємств-конкурентів);

2) збіг об'єктивних обставин (стан фінансової кон'юнктури на ринках, наукові відкриття і технологічні розробки, форс-мажорні обставини і т. д.).

Для визначення загроз щодо економічної діяльності підприємства необхідним є систематизація ознак для їх виявлення та оцінювання. У зв'язку з цим настає необхідність класифікації економічних ризиків.

Класифікацію економічних ризиків, окрім класифікації за ознакою їх впливу на складові економічної безпеки, доцільно групувати за джерелом виникнення ризику всередині країни та закордонні ризики.

До першої групи економічних ризиків відносяться економічні ризики, що призводять до збільшення змінних витрат, а саме: валютний ризик всередині країни, ризик введення експортного мита та ризик зміни транспортних тарифів.

При здійсненні зовнішньоекономічної діяльності підприємство ризикує отримати збитки, які спричинені зміною валютного курсу, і які будуть віднесені до змінних витрат.

Ризик отримання додаткових витрат унаслідок введення експортного мита на продукцію підприємств України на даному етапі розвитку української економіки є незначним. Адже експортне мито на майже всі українські товари становить 0 %.

Ризик збільшення змінних витрат унаслідок зміни транспортних тарифів є достатньо суттєвим. Це зумовлено тим, що транспортні тарифи безпосередньо залежать від зміни цін на паливно-мастильні матеріали.

До другої групи економічних ризиків можна віднести ризики, які безпосередньо впливають на зменшення об'ємів експортних поставок: ризик введення квот та ризик порушень зобов'язань закордонними партнерами.

При введенні квот підприємство втрачає частину збуту, внаслідок чого підприємство, окрім недоотримання прибутків, буде нести додаткові витрати щодо зберігання продукції, що була виготовлена спеціально для реалізації цього ринку. Ці витрати будуть віднесені як на постійні, так і на змінні.

До третьої групи економічних ризиків відносяться ризики, що мають прямий вплив на збільшення ціни експортної продукції: валютний ризик у країні імпортера; ризик запровадження щодо експортної продукції країною імпортером антидемпінгових заходів; ризик ведення імпортного мита.

Валютний ризик у країні імпортера за своєю природою подібний до валютного ризику експортера, але ризик полягає в тому, що при значних курсових коливаннях покупець буде сплачувати більшу ціну за імпортний товар, ніж було заплановано [3, с. 41–42].

Загальна схема процесу організації економічної безпеки включає такі дії (заходи), які здійснюються послідовно або одночасно:

1) формування необхідних корпоративних ресурсів;

2) загальностратегічне прогнозування і планування економічної безпеки за функціональними рівнями;

3) стратегічне планування фінансово-господарської діяльності підприємства;

4) загальнотактичне планування економічної безпеки за функціональними рівнями;

5) тактичне планування фінансово-господарської діяльності підприємства;

6) оперативне управління фінансово-господарською діяльністю підприємства;

7) здійснення функціонального аналізу рівнів економічної безпеки;

8) загальна оцінка досягнутого рівня економічної безпеки.

Тільки при здійсненні в необхідному обсязі вказаних дій (заходів) можна буде досягти належного рівня економічної безпеки підприємства [2].

Для більш ефективного процесу організації економічної безпеки, на думку автора, можна запропонувати такі заходи:

1) провести соціологічне опитування з метою дослідження рівня задоволеності потреб споживача певним товаром;

2) проаналізувати внутрішні та зовнішні загрози економічної безпеки підприємства та вивчення інформації про кризові ситуації, їхні причини і шляхи врегулювання;

3) провести аудит наявних засобів із забезпеченням безпеки й аналіз їх відповідності виявленим загрозам;

4) розробити план усунення виявлених під час аудиту недоліків.

Можна відмітити, що в рамках цієї статті були розглянуті поставлені завдання. Тобто охарактеризовані джерела негативного впливу на економічну безпеку підприємства, наочно подана класифікація економічних ризиків за ознакою впливу на складові економічної безпеки, а також запропоновані заходи щодо підвищення ефективності процесу організації економічної безпеки на підприємстві.

Наук. керівн. Отенко І. П.

Література: 1. <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/27363.html>. 2. http://www.rusnauka.com/PRNIT_2006/Economics/16931.doc.htm. 3. Вакульчик О. Визначення зон економічних ризиків на основі аналізу показників економічної безпеки підприємства / О. Вакульчик, Д. Дубицький // Економіст. – 2009. – № 8. – С. 40–43. 4. Коробчинський О. Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства / О. Л. Коробчинський // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 11(101). – С. 41–45.

УДК 005.936.42:005.343

Остапенко І. І.

Студент 3 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Анотация. Розглянуто напрями підвищення конкурентоспроможності та якості продукції. Відповідно до міжнародного досвіду подано напрями і методи підвищення конкурентоспроможності продукції.

Аннотация. Рассмотрены направления повышения конкурентоспособности и качества продукции. В соответствии с международным опытом представлены направления и методы повышения конкурентоспособности продукции.

Annotation. Directions of increase of competitiveness and quality of production are considered. According to the international experience directions and methods of increase of competitiveness of production are presented.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, якість продукції, напрями підвищення конкурентоспроможності продукції, методи та заходи.

Актуальність дослідження полягає в тому, що успішність функціонування будь-якої фірми залежить від конкурентоспроможності продукції, що пропонується споживачам. Тому на сьогодні проблеми конкурентоспроможності стосуються не лише окремих підприємств і галузей, але й країни в цілому.

З іншого боку, цей процес сформувався так швидко, що економічна наука лише протягом останніх двох-трьох десятиліть поставила для себе і почала досліджувати конкурентоспроможність як самостійну теоретичну проблему.

В основі теоретичних досліджень конкурентоспроможності лежать праці таких видатних представників світової економічної думки, як Ф. Еджуорт, А. Курно, Дж. Робінсон, Е. Чемберлін, Й. Шумпетер. Серед сучасних учених, що займаються дослідженням конкурентоспроможності, можна виділити таких, як: Г. Хемел, К. Прахалад, Г. Томас, Д. О'Ніл.

Метою дослідження є визначення змісту поняття "конкурентоспроможність продукції", а також обґрунтування основних напрямів її підвищення.

Конкурентоспроможність продукції — багатоаспектне поняття (набагато ширше від таких понять, як "якість товару" і "технічний рівень товару"), яке означає відповідність товару умовам ринку, конкретним вимогам споживача не тільки за технічними, економічними та іншими характеристиками, а й за комерційними умовами його реалізації (ціна, терміни постачання, канали збуту, сервіс тощо). Часто якість та конкурентоспроможність вважають тотожними. Насправді на відміну від якості конкурентоспроможність товару визначається як сукупність тільки таких конкретних властивостей, що становлять інтерес для певного покупця і забезпечують задоволення конкретної потреби, а інші характеристики не враховуються. Існують й інші відмінності. Наприклад, з позицій якості для порівняння можна брати лише однорідні товари, тоді як з позицій оцінювання конкурентоспроможності (де за базу порівняння беруть конкретну потребу) можна порівнювати і неоднорідні товари, якщо вони пропонують інші можливості та способи задоволення однієї й тієї самої потреби. При незмінності якісних характеристик конкурентоспроможність товару може змінюватись у дуже широких межах залежно від зміни цін, дій конкурентів, кон'юнктури тощо. Конкурентоспроможність і якість — це концентроване вираження сукупності можливостей будь-якого виробника (і навіть країни) створювати, виготовляти та збувати продукцію і послуги. Для товаровиробників конкуренція має примусовий характер, оскільки змушує їх під загрозою витіснення з ринку постійно вдосконалювати якість продукції чи послуги [1, с. 115].

© Остапенко І. І., 2010



Конкурентоспроможність продукції характеризується такими ознаками:

- здатність продукції вирізнятись серед аналогічних товарів, які пропонують на ринку фірми-конкуренти;
- вирішальний фактор комерційного успіху продукції на розвинутому конкурентному ринку;
- комплекс споживчих і вартісних (цінових) характеристик товару, які визначають його успіх на ринку, тобто перевагу саме цього товару перед іншими в умовах широкого пропонування товарів-аналогів;
- специфічна властивість продукції, що спонукає споживачів до придбання саме цієї продукції при існуванні товарів-аналогів.

Метою забезпечення конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможності товару є отримання прибутку в результаті успішної реалізації продукції на ринку. У свою чергу, товар може бути реалізований на ринку лише за умови його відповідності вимогам конкретного споживача. Кожен споживач здійснює вибір необхідного йому виробу з-поміж цілої низки аналогічних, що пропонуються на ринку, та купує той з них, який більшою мірою задовольняє його потреби [2].

Проводячи порівняння товарів, призначених для задоволення тієї самої потреби, споживач урахує їхні споживні якості, виявляє ступінь відповідності власним потребам. При цьому він прагне досягти оптимального співвідношення між рівнем споживних якостей виробу і витратами на його придбання та використання, тобто отримати максимум споживного ефекту на одиницю витрат.

Щодо конкретної потреби, то вказане співвідношення може бути досягнуте цілим рядом різноманітних товарів, завдяки присутності в них аналогічних якостей. Відповідно всі вони матимуть здатність задовольняти дану потребу і стосовно неї можуть розглядатися як взаємозамінні. Наприклад, потреба людини в переміщенні може бути задоволена шляхом використання автомобіля, мотоцикла, велосипеда, поїзда та ін [3, с. 120–121].

Складовим елементом конкурентоспроможності продукції виступає якість продукції. Спеціалісти з управління вважають, що конкурентоспроможність продукції на 70 – 80 % залежить від її якості.

Якість продукції проявляється шляхом міри корисності даної споживної вартості для конкретного споживача. Виходячи з цього, під якістю продукції розуміємо цілісну сукупність її споживних властивостей, що зумовлюють міру спроможності даної продукції задовольняти визначені потреби відповідно до її призначення у фіксованих умовах споживання.

В умовах розвинутого конкурентного ринку ефективним засобом вирішення проблем якості та конкурентоспроможності товарів стає маркетинг. Це пояснюється тим, що конкурентоспроможність визначається тільки такими властивостями, які дають можливість найкраще задовольнити потребу споживача, а необхідну інформацію про поведінку покупця, стан попиту, властивості товарів конкурентів тощо отримує і надає відділ (бюро) маркетингу [2].

Ураховуючи досвід світового менеджменту щодо вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності продукції, можливо запропонувати такі напрямки і методи підвищення конкурентоспроможності продукції [4]:

1. Аналіз стану, виявлення і систематизації основних факторів й умов, які визначають конкурентоспроможність продукції в умовах ринкової економіки.

2. Систематизація, вибір та обґрунтування перспективних напрямків удосконалення таких механізмів: законодавчих; економічних – ціноутворення, собівартість та економічна ефективність, податкові, кредитні умови; нормативних – стандартизація, сертифікація, кодування та каталогізація продукції, техніко-економічна інформація і т. д.; організаційних – сервісне обслуговування, реклама і т. д.; соціальних – індивідуальні особливості покупців, безпечність використання; психологічних – дизайн, упаковка; комерційних – умови платежів, поставок, знижок, марка.

3. Удосконалення й розповсюдження систем управління якістю продукції: на базі міжнародних стандартів, за рівнями, сферами, аспектами, факторами, стадіями життєвого циклу продукції, обсягом, елементами формування якості продукції.

4. Створення й удосконалення системи підготовки спеціалістів із забезпечення конкурентоспроможності продукції – вища і середня – спеціальна освіта, підвищення кваліфікації, перепідготовка кадрів і т. д.

5. Систематизація, вибір та обґрунтування напрямків формування системи захисту прав споживачів на законодавчій та суспільній основах: гарантії, інформація, взаємодія з організаціями захисту інтересів і прав споживачів.

У сучасній ринковій економіці підприємство виживає лише тоді, коли воно виходить на ринок з товаром, конкурентоспроможним порівняно з товарами-субститутами.

Показник конкурентоспроможності продукції є дзеркалом, у якому відображаються результати роботи усіх служб і підрозділів підприємства. В умовах ринкових відносин конкуренція є основною рушійною силою товарного господарства та основною умовою роботи ринкових механізмів. Для того щоб підприємство мало стабільне становище на ринку, воно повинно виробляти продукцію на рівні світових стандартів, що є заставою його конкурентоспроможності. Це можливо лише тільки у результаті організації на підприємстві планомірної роботи із досягнення оцінки конкурентоспроможності продукції та управління нею [5].

Наук. керівн. Отенко І. П.

Література: 1. Туркова Е. С. Повышение конкурентоспособности предприятия / Е. С. Туркова // Проблемы теории и практики управления. – 2007. – № 4. – С. 115–120. 2. Хемел Г. Стратегическая гибкость / Г. Хемел, К. Прахалад; пер. с англ. – СПб.: Питер, 2003. – 384 с.: ил. – (Серия "Теория менеджмента"). 3. Селівеостова Н. С. Методика оцінювання конкурентоспроможності продукції легкої промисловості / Н. С. Селівеостова // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8. – С. 120–123. 4. <http://nbuv.gov.ua>. 5. <http://revolution.allbest.ru/upload.html>.

ПРОБЛЕМИ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто вплив малого бізнесу на економіку України, а також проблеми, з якими стикаються малі підприємства по ходу своєї діяльності та основні причини даної ситуації. Запропоновано декілька варіантів поліпшення ситуації в малому бізнесі: забезпечення політичної стабільності, створення грамотної грошово-кредитної підтримки малих фірм, створення сприятливої правової бази.

Аннотация. Рассмотрено влияние малого бизнеса на экономику Украины, а также проблемы, с которыми сталкиваются малые предприятия по ходу своей деятельности, и основные причины данной ситуации. Предложено несколько вариантов улучшения ситуации в малом бизнесе: обеспечение политической стабильности, создание грамотной денежно-кредитной поддержки малых фирм, создание благоприятной правовой базы.

Annotation. The influence of small business on the economy of Ukraine is considered. Problems into which small enterprises run on motion the activity are also suggested, and also principal reasons of this situation are studied. Few variants of improvement of situation in small business: providing of political stability, creation of competent money-and-credit support of small firms, creation of favourable legal base, are offered.

Ключові слова: малий бізнес, економіка України.

Питання про розвиток малого бізнесу в Україні є дуже актуальним на даний момент. Одне з провідних місць у господарських системах розвинутих країн належить малим підприємствам. Саме мале та середнє підприємство дає змогу в найкоротший термін здійснити структурну перебудову економіки, сприяє насиченню ринка товарами та послугами і формуванню середнього класу, який формує внутрішній ринок країни, а також забезпечую купівельну спроможність громадян.

Метою статті є дослідження проблем розвитку малого бізнесу в Україні. Дослідженню всіх принципів діяльності малих підприємств присвячені праці таких зарубіжних учених, як Дж. Стопер, Е. Долан, Ю. Конрад, а також українських економістів З. Варналія, А. Гальчинського, В. Гейнца, Ю. Палкіна та ін. Але ця проблема досі є не вирішеною та потребує подальшого розгляду. Також ця проблема особливо стосується саме України.

В економічно розвинутих країнах світу частка малого бізнесу у валовому внутрішньому продукті складає від 50 до 90 відсотків. Малий бізнес забезпечує значний рівень зайнятості, надходить до бюджетів, валового внутрішнього продукту. У той же час, незважаючи на те, що політика підтримки малого підприємництва проголошена однією з пріоритетних в Україні, діє спрощена система оподаткування, показник участі малого бізнесу у ВВП складає лише близько 10 %. Рівень зайнятості не перевищує 20 %. Великою мірою роль малого підприємництва полягає у вирішенні питання зайнятості, що проявляється, насамперед, у здатності малого та середнього бізнесу створювати нові робочі місця і поглинати надлишкову робочу силу. Особливо це стосується нинішнього стану справ як в Україні в цілому, так і в нашому регіоні зокрема. Адже в той час, коли йде процес скорочення робочих місць на великих підприємствах, малі фірми не тільки зберігають, але й створюють нові робочі місця. З огляду на це, як доречі свідчить і зарубіжна статистика, мале підприємство є більшим стабілізуючим фактором, ніж велика індустрія [1].

Аналіз стану малого підприємництва показує, що сектор малого бізнесу в Україні перебуває на початковому етапі розвитку і характеризується високим ступенем неефективності. За теперішньої ситуації розвиток малого бізнесу в Україні повинен стати вирішальним чинником для вдосконалення економічних механізмів: цей напрямок потребує ефективної державної підтримки, яка повинна бути спрямована на створення позитивного економічного та правового клімату. І це особливо потрібне тому, що малий бізнес пов'язаний із значним ризиком. У США спостерігається тенденція: в перший рік роботи свого існування банкрутує половина новостворених малих підприємств, а через 5 років залишається тільки 25 % від початкової кількості. В Японії 7 із 10 підприємств припиняють свою діяльність протягом перших п'яти років. Жорстока конкуренція, нестача початкового та обігового капіталу, підвищена чутливість до зовнішніх факторів можуть обернутись для будь-якої фірми крахом. Тому згубним для малого підприємництва є відсутність знань і досвіду в галузі фінансів, права, недостатня компетентність в управлінні фірмою. Як свідчить статистика, тільки 5 % з числа новостворених підприємств в Україні можна вважати успішними. 35 % зникають вже протягом першого року діяльності. Решта 60 % ледве зводять кінці з кінцями [3].

У розвинутих країнах малому підприємству приділяється першочергова увага з боку урядових органів, приватних структур, громадських організацій. Для них встановлені сприятливі законодавчі умови, відповідне інституціональне середовище. Через малі підприємства тут набагато легше впроваджувати нові технології у виробничо-промисловому комплексі, сільському господарстві, переробній промисловості та ін.



Незважаючи на ту велику роль, яка відводиться малому і середньому бізнесу, розвиток підприємництва в Україні не відповідає вимогам часу.

В Україні, звичайно, є невелика тенденція к покращенню цієї ситуації, але це дуже незначний відсоток. Також в Україні фактично немає політики контролю за діяльністю банків, тобто отримати кредит зараз є справою або нереальною, або цей кредит буде дуже дорогим. Це обумовлено бажанням банків застрахуватись від невиклати кредиту, а також відсутністю будь якого контролю з боку держави, Національного банку. А якщо ніхто не контролюватиме систему комерційних банків, то з року у рік отримати кредит буде все важче [3].

На даний момент можна виділити декілька шляхів розвитку малого підприємництва:

- 1) створення сприятливої для розвитку малого бізнесу правової бази;
- 2) розвиток системи фінансово-кредитної підтримки підприємництва;
- 3) забезпечення політичної стабільності в державі.

Із усього вказаного вище можна зробити такий висновок: мале підприємство є одним з найважливіших частин ринкової економіки та формування середнього класу. У розвинених країнах близько 80 % економіки тримається на малому бізнесу, що забезпечує робочі місця, сплату податків, підвищення купівельної спроможності громадян тощо. Але в нашій країні спостерігається зворотня тенденція. В Україні є великі перспективи розвитку малого бізнесу, адже немає іншого способу становлення і зміцнення держави, окрім розвитку ринкової економіки.

Наук. керівн. Проскура О. Ю.

Література: 1. Щокін Г. В. Управління бізнесом : навч. посібн. – М., 2004. – 231 с. 2. Офіційний сайт Держкомстату України. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua. 3. Політична економія : навч. посібн. / К. Т. Кривенко, В. С. Савчук, О. О. Беляєв та ін. – К. : КНЕУ, 2001. – 456 с.

Сиволожська Д. В.

УДК 336.13

Студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

ПРИЗНАЧЕННЯ І РОЛЬ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСІВ

Анотація. Розглянуто головне призначення та роль державних фінансів, за допомогою яких забезпечується успішний економічний і соціальний розвиток держави.

Анотация. Рассматривается главное назначение и роль государственных финансов, при помощи которых обеспечивается успешное экономическое и социальное развитие государства.

Annotation. The main purpose and role of public finance, through which the successful economic and social development of the state are ensured, are considered.

Ключові слова: державні фінанси, призначення, роль, економічний і соціальний розвиток, держава.

Державні фінанси — складова частина фінансової системи, її центральна підсистема, через яку здійснюється вплив держави на економічний і соціальний розвиток країни. Вона має свої особливі принципи організації та функціонування. Це зумовлено функціями і роллю держави у регулюванні та забезпеченні демократичних, економічних і соціальних умов життя населення, створенні сприятливих умов для діяльності виробничих і невиробничих структур [1, с. 2].

Розробці нормативних принципів державних фінансів та моделей їх функціонування присвячено велику кількість наукових праць таких учених, як А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Ст. Міль, У. Мацолла, Ф. Нітті, К. Віксель, Ф. Еджуорт, А. Маршалл, В. Парето, А. Пігу, Дж. Кейнс, А. Лернер, Р. Масгрейв, П. Самуельсон, Дж. Ейджел, Т. Лінд, Х. Ольсон, Д. Бойд, Р. Барро, С. Лін, Е. Аткинсон, Дж. Стігліц, Дж. Б'юкенен та ін. Але аналіз еволюції економічної думки свідчить про неусталеність поглядів на державні фінанси, тому доцільно розглянути цю тему у більш розгорнутому вигляді.

Необхідність державних фінансів зумовлена тим, що за будь-якого типу економічних відносин основним призначенням держави є забезпечення фінансовими ресурсами тих потреб, які не можуть бути вирішені через ринковий механізм, тобто через попит і пропозицію, а також особисто кожним громадянином у зв'язку з відповідними об'єктивними причинами. До них слід віднести структурну перебудову економіки, боротьбу з монополізмом, захист навколишнього середовища, захист громадян, які з'являються на ринку в ролі споживачів – інваліди, діти, люди похилого віку,

© Сиволожська Д. В., 2010

проведення фундаментальних наукових досліджень, загальну освіту, підготовку кадрів, соціальне забезпечення і страхування, охорону здоров'я тощо [2, с. 1, 2].

Держава будує свою фінансову політику, головним завданням якої є пошук оптимальної моделі перерозподілу фінансових ресурсів з метою прискорення зростання матеріального виробництва і добробуту населення. Для побудови такої моделі потрібно визначити рівень втручання держави у господарську діяльність виробничих структур і рівень зобов'язань держави з соціального забезпечення своїх громадян. Від цих факторів залежить, яка частка валового національного продукту має зосереджуватися у фінансових інституціях, створюваних державою.

На сьогодні фінанси слід розглядати, насамперед, як економічну категорію, що відображає процеси, пов'язані зі створенням, розподілом і використанням фондів фінансових ресурсів. Форми мобілізації ресурсів можуть бути різними. Так, держава мобілізує фінансові ресурси для своїх потреб у формі податків, зборів і платежів. Витрачаються ці ресурси через асигнування на різні заходи загальнодержавного значення, тобто на оборону, забезпечення громадського порядку, утворення органів влади й управління, збереження довкілля, надання громадянам безплатних послуг у сфері освіти, медичної допомоги, оволодіння професією, а також грошових виплат у формі допомоги.

В економічному житті фінанси є досить складним явищем. За їх допомогою держава перерозподіляє значну частину валового внутрішнього продукту, який є головним об'єктом фінансових відносин. З огляду на це фінанси слід розглядати як систему відносин, що склалася в суспільстві у процесі розподілу й перерозподілу валового внутрішнього продукту. З одного боку, суб'єктом цих відносин є держава, а з іншого — населення й підприємницькі структури [3, с. 141].

Отже, виникнення та розвиток загальнодержавних фінансів зумовлювалися зростанням продуктивних сил у суспільстві, насамперед товарно-грошових відносин як необхідної форми економічного життя для досягнення певного рівня суспільного добробуту. Своїй досконалості й завершеності фінанси зобов'язані також появою та прогресом різних видів державних утворень. Тому є підстави стверджувати, що фінанси — це продукт розвитку товарно-грошових відносин і держави. Фінанси можуть успішно функціонувати, активно сприяти економічному та соціальному прогресу лише за активного втручання у ці процеси держави. У сучасних умовах загальнодержавні фінанси визначають як систему економічних відносин між державою, юридичними та фізичними особами, а також між окремими державами.

Наук. керівн. Проскура О. Ю.

Література: 1. Хохич Д. Г. Роль інституту державних фінансів у формуванні суспільного добробуту : дис. канд. наук: 08.00.01 / Д. Г. Хохич. — К., 2009. — 183 с. 2. Василик О. Д. Державні фінанси України : конспект книги / О. Д. Василик, К. В. Павлюк. — К. : Вища школа, 1997. — 378 с. 3. Василик О. Д. Теорія фінансів : підручник / О. Д. Василик. — К. : НІОС, 2000. — 411 с.

УДК 657.417

Нестеренко Ю. В.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ РОЗПОДІЛУ НАКЛАДНИХ ВИТРАТ

Анотація. Проаналізовано проблеми розподілу накладних витрат промислового підприємства. Обґрунтовано необхідність використання маржинального доходу як бази розподілу накладних витрат.

Аннотация. Проанализированы проблемы распределения накладных расходов промышленного предприятия. Обоснована необходимость использования маржинального дохода в качестве базы распределения накладных расходов.

Annotation. The problems of overheads distributing of an industrial enterprise are analyzed. The necessity to use marginal income as a distributing base of overhead costs is grounded.

Ключові слова: накладні витрати, маржинальний дохід, калькуляція, база розподілу, рентабельність, собівартість.

Актуальність проблеми управління накладними витратами на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки обумовлена значною їх часткою у структурі витрат і негативним впливом на фінансові результати діяльності промислових підприємств. Значну увагу даному питанню приділяють не тільки такі відомі вітчизняні фахівці, як С. Голов, О. Орлов, Є. Рудніченко, В. Списак, А. Череп, М. Чумаченко [1 – 3], а й велика кількість іноземних авторів А. Апчерч, К. Друрі, Р. Каплан, Ч. Хорнгрен та ін.

Метою дослідження є аналіз існуючих проблем розподілу накладних витрат, а також обґрунтування необхідності використання маржинального доходу як бази розподілу накладних витрат підприємства.

© Нестеренко Ю. В., 2010



Згідно з П(с)БО 16 "Витрати" (далі – П(с)БО 16) у виробничу собівартість продукції (робіт, послуг) із загальної суми накладних витрат включається тільки частина загальновиробничих витрат (змінні та постійні розподілені), а всі інші накладні витрати відносяться на фінансові результати [1]. Тобто здійснюється розрахунок так званої "усіченої" собівартості, відповідно до однієї з модифікацій директ-костингу. Хоча на практиці підприємства спостерігається ситуація, коли бухгалтери розподіляють тільки загальновиробничі витрати і розраховують виробничу собівартість відповідно до П(с)БО 16, а плановий відділ розраховує повну собівартість з розподілом усіх постійних витрат. Така ситуація обумовлена різними вимогами до інформації з боку фахівців економічних служб підприємства. Тому недоцільно категорично відмовлятися від розрахунку повної собівартості виробів.

Дійсно, якщо застосовувати підхід, запропонований у П(с)БО 16 і розподіляти тільки загальновиробничі витрати, то собівартість виробів є досить прийнятною і ніби то підприємство працює нормально, однак коли всі інші витрати, які не були включені до виробничої собівартості, списуються на фінансові результати, то, дуже часто, результат може бути негативний.

Виникає парадокс – результат від основної діяльності позитивний, а загальний результат діяльності підприємства негативний. Отже можна зробити висновок, що чисто "бухгалтерський підхід" до управління накладними витратами не дозволяє детально проаналізувати за рахунок регулювання яких саме витрат можна покращити ситуацію на підприємстві.

Наприклад, проаналізувавши діяльність ТОВ "Харківський завод підійомно-транспортного устаткування" (далі – ТОВ "ХЗПТУ"), автор дійшов висновку, що управління накладними витратами ведеться на підприємстві у так званому "ручному режимі", тобто накладні витрати розподіляються на виробі залежно від платоспроможності і конкретного споживача продукції або замовника.

Ще однією загальною тенденцією на ТОВ "ХЗПТУ" є використання заробітної плати основних робітників як бази віднесення накладних витрат на конкретні виробі. Вибір даного показника як бази розподілу накладних витрат більше обумовлений традиціями господарювання, ніж економічною доцільністю його використання, і постійно у наукових колах піддається жорсткій критиці.

Необхідно відмітити, що метод розподілу накладних витрат повинен відповідати таким вимогам: має бути досить простим і не потребувати великих витрат часу та інформації для розрахунку, а, яких є потреба, й перерахунку; забезпечувати повний розподіл витрат; з позиції беззбиткового обороту величина останнього повинна збігатися із сумою беззбиткових оборотів за окремими виробами, розрахованих за допомогою розподілу постійних витрат; забезпечувати достатньо точну порівняльну оцінку прибутковості окремих виробів.

Проведений аналіз довів, що усім вищезазначеним вимогам найбільш повно відповідає метод розподілу накладних витрат пропорційно маржинальному доходу. Для обґрунтування даного положення виконаємо порівняльний розрахунок розподілу накладних витрат за такими методиками:

- 1) пропорційно прямим матеріальним витратам;
- 2) пропорційно прямим витратам на оплату праці;
- 3) пропорційно маржинальному доходу.

Вихідні дані для розрахунку представимо у табл. 1, де відобразимо статті калькуляції п'яти виробів, які виготовляє ТОВ "ХЗПТУ".

Таблиця 1

Статті калькуляції виробів ТОВ "ХЗПТУ", грн

Найменування статей калькуляції	Найменування виробів					Разом
	Кран однобачний	Таль	Механізм замикання	Кран мостовий КМ 3877	Кран мостовий КМ 2099	
1. Сировина й матеріали	25859	6109	3409	526860	202069	764306
2. Покупні виробі, напівфабрикати, роботи та послуги виробничого характеру сторонніх підприємств та організацій	15042	23754	4286	2339112	439986	2822180
3. Напівфабрикати власного виробництва	14428	8457	5964	96331	86229	211409
4. Паливо та енергія на технологічні цілі	0	0	0	0	0	0
5. Транспортно-заготівельні витрати	1227	896	151	85979	19262	107515
6. Зворотні відходи	380	79	53	6735	2626	9873
7. Усього матеріальних витрат	56176	39137	13757	3041547	744920	3895537
8. Основна заробітна плата виробничих робітників	3460	1836	911	85433	29606	121246
9. Відрахування на соціальне страхування	1333	708	351	32926	11410	46728
10. Усього витрат на оплату праці	4793	2544	1262	118359	41016	167974
11. Витрати, пов'язані з підготовкою та освоєнням виробництва продукції	0	0	0	0	0	0
12. Загальновиробничі витрати	27774	14864	7533	637516	209587	897274
13. Усього виробничої собівартості	88743	56545	22555	3797422	995523	4960788
14. Адміністративні витрати	7854	4167	1230	299015	103621	415887
15. Витрати на збут	4607	243	91	222126	76976	304043
16. Усього повна собівартість	101204	60955	23876	4318563	1176120	5680718
17. Ціна виробу, грн	108480	72320	27000	5230000	1319000	-
18. Маржинальний дохід виробу	19737	15775	4448	1432578	323477	1796015

Як змінні витрати у розрахунку використаємо виробничу собівартість (ряд. 13 табл. 1). Загальновиробничі витрати будемо розглядати як змінні (частина постійних розподілених загальновиробничих витрат у загальній їх сумі складає менше ніж 20 %).

За допомогою табл. 2 розрахуємо ставки накладних витрат пропорційно до різних баз розподілу.

Таблиця 2

Розрахунок ставок накладних витрат пропорційно до різних баз розподілу

Ставки розподілу накладних витрат	Бази розподілу		
	Прямі матеріальні витрати	Прямі витрати на оплату праці	Маржинальний дохід
1. Ставка загальнопромислових витрат на одиницю бази розподілу	0,230333841	5,341743	0,499591596
2. Ставка адміністративних витрат на одиницю бази розподілу	0,106759864	2,475901	0,231560984
3. Ставка витрат на збут на одиницю бази розподілу	0,07804906	1,81006	0,169287562

Розглянемо як впливає використання розрахованих вище баз розподілу на прибуток та рентабельність окремих видів продукції підприємства. Розрахунок рентабельності окремих видів продукції при використанні різних баз розподілу накладних витрат наведено у табл. 3.

Таблиця 3

Розрахунок рентабельності окремих виробів при використанні різних баз розподілу накладних витрат

Найменування виробів	Розподіл накладних витрат								
	пропорційно прямим матеріальним витратам			пропорційно прямим витратам на оплату праці			пропорційно маржинальному доходу		
	Прибуток на од., грн	Рентабельність, %	Рейтинг виробу за рівнем рентабельності	Прибуток на од., грн	Рентабельність, %	Рейтинг виробу за рівнем рентабельності	Прибуток на од., грн	Рентабельність, %	Рейтинг виробу за рівнем рентабельності
Кран однобалочний	24189,94	2	2	1365,41	1	4	29739,01	38	2
Таль	14391,56	25	3	6146,12	9	3	16434,56	29	3
Механізм замикання	6269,88	30	1	-169,16	-1	5	13243,00	70	1
Кран мостовий КМ 3877	807417,77	18	5	930568,55	22	1	780143,26	18	5
Кран мостовий КМ 2099	223815,85	20	4	138174,08	12	2	241792,32	22	4

Результати розрахунків, які наведені у табл. 3, показують, що при використанні різних баз розподілу рентабельність окремих виробів змінюється залежно від частки тих чи інших витрат у структурі собівартості продукції.

При розрахунку рентабельності виробів з використанням як бази розподілу прямої заробітної плати було отримано найнижчі та подекуди від'ємні значення показників рентабельності.

Тільки результати розподілу накладних витрат з використанням як бази розподілу маржинального доходу надають об'єктивну інформацію щодо рентабельності виробів.

З проведеного вище дослідження автор дійшов висновку, що домінуючий у вітчизняній практиці і на досліджуваному ТОВ "ХЗПТУ" метод розподілу накладних витрат пропорційно прямій заробітній платі досить сильно викривляє інформацію про повну собівартість та рентабельність окремих виробів, що призводить до ухвалення неефективних управлінських рішень.

Отже, на сьогодні методика розподілу накладних витрат з використанням маржинального доходу привертає увагу не тільки тому, що дає змогу точніше обчислити собівартість продукції, але й як механізм контролю за накладними витратами та управління ними. Унаслідок застосування маржинального доходу як бази розподілу накладних витрат можна одержати досить точні звіти з аналізу рентабельності виготовленої продукції, що дуже необхідно для прийняття виважених управлінських рішень в умовах швидкої зміни ринкової кон'юнктури.

Наук. керівн. Лучанінова Г. С.

Література: 1. Орлов О. Все традиционные методы распределения накладных затрат не только бесполезны, но и вредны... // О. Орлов // Економіст. – 2007. – № 1. – С. 56–61. 2. Списах В. Про можливості вдосконалення способів розподілу непрямих витрат підприємства / В. Списах // Галицький економічний вісник. – 2006. – № 3 (10). – С. 150–154. 3. Череп А. В. Механізм формування накладних витрат промислових підприємств / А. В. Череп // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ. – 2005. – № 3. – С. 115 – 117. 4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>. 5. Погорелов Ю. С. Распределение накладных расходов предприятия: принципиальные подходы / Ю. С. Погорелов // Вісник Східноукраїнського національного університету. – 2003. – № 2 (60). – С. 183–187.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДИХ ФАХІВЦІВ

Анотація. Проаналізовано проблему працевлаштування молоді, її актуальність у нинішній ситуації на ринку праці в Україні. Визначено основні поняття, цілі, завдання та шляхи їх вирішення, а також внесені пропозиції про необхідність подальшого вивчення і покращення стану даного питання.

Аннотация. Анализируется проблема трудоустройства молодежи, ее актуальность в нынешней ситуации на рынке труда в Украине. Определены основные понятия, цели, задачи и пути их решения, а также внесены предложения о необходимости дальнейшего изучения и улучшения состояния данного вопроса.

Annotation. The problem of youth employment, its relevance in the current situation on the labor market in Ukraine are analyzed. The basic concepts, goals, objectives and solutions are considered and also suggestions about the need for further study and improvement of the matter are made.

Ключові слова: працевлаштування, професія, молодь, робота, центр зайнятості, безробіття.

Серед багатьох проблем державної молодіжної політики виділяються проблеми працевлаштування молоді, які істотно відрізняються від аналогічних проблем "дорослих".

Актуальність теми працевлаштування молоді зумовлена ситуацією, що склалася на ринку праці в Україні. У кризових умовах проблеми з працевлаштуванням торкнулися не тільки працюючого населення, а й молодих фахівців, які тільки починають свою трудову діяльність. Жорсткість вимог до потенційних кандидатів у багато разів збільшило конкуренцію і зробило працевлаштування молоді вельми скрутним.

Проблеми працевлаштування молоді полягають у відсутності професії (спеціальності), відсутності досвіду роботи, завищених вимогах до рівня заробітної плати і статусу роботи.

Мета дослідження – виявлення проблем працевлаштування молодих фахівців в Україні та створення механізму комплексної допомоги у формуванні первинного самовизначення підлітків і молоді у виборі професії.

Аналіз суті ринку праці, закономірностей його функціонування в умовах капіталістичних виробничих відносин на етапах його розвитку і трансформації знайшов відображення в роботах учених: Дж. Кейнса, Ф. Кене, К. Маркса, А. Маршалла, Д. Рікардо, А. Сміта, Д. Фрідмена. Питанню молодіжної зайнятості присвячені роботи О. Белокрилової, А. Дадашева, І. Заславського, Р. Капельюшнікова, С. Міхньова, Р. Колосової, Б. Лісовик, К. Микульське, А. Нікіфорова, Л. Рибаківа та ін.

Завдання даного дослідження: теоретично проаналізувати проблему; практично її осмислити; дати оцінку реальної готовності ВНЗ забезпечити оптимальну потребу території і галузей у необхідних спеціалістах.

Усі вищеперераховані особливості в сукупності з високими вимогами роботодавців до працівників, наявністю додаткових гарантій, встановлених законодавством при працевлаштуванні, роблять молодь неконкурентоспроможними на ринку праці і відповідно трудова зайнятість цієї категорії потребує регулювання правовими нормами особливого характеру з боку держави.

На сучасному етапі молодіжний ринок праці характеризується надлишковою пропозицією престижних високооплачуваних спеціальностей і недоліком кваліфікованих фахівців з ряду професій, породжуваних інноваційними процесами в суспільстві [1].

Німецький соціолог К. Мангейм визначив, що молодь є свого роду резервом, який виступає на передній план, коли таке поживлення стає необхідним для пристосування до швидко мінливих або якісно нових обставин. Динамічні суспільства рано чи пізно повинні активізувати і навіть організувати їх (ресурси, які у традиційному суспільстві не мобілізуються і не інтегруються, а часто придушуються) [2].

Молодь, на думку К. Мангейма, виконує функцію посередника, оживляє соціальне життя; ця функція має своїм важливим елементом неповну включеність у статус суспільства.

Для більш глибокого вивчення даної теми автором було проведено дослідження методом анкетування серед молоді Харківського регіону. В опитуванні брали участь 20 респондентів, серед яких були студенти, працівники і роботодавці. Вибірка носила випадковий характер.

Опитування проводилось за такими напрямками:

- 1) проблема працевлаштування молоді в Україні;
- 2) проблема безробіття в країні;
- 3) проблема працевлаштування після закінчення ВНЗ;
- 4) причини пошуку роботи;
- 5) причини відмов роботодавців у прийомі на роботу;
- 6) роль освіти при працевлаштуванні;
- 7) рекомендації щодо вирішення проблеми працевлаштування молоді.

Результати дослідження показали наступне:

На питання: "Як Ви вважаєте, працевлаштування молоді проблематично в нашій країні?".

Відповіді: А) так; Б) ні, можна сказати, що на варіант відповіді А) відповіло 85 % з усіх опитуваних і тільки 15 % вибрали варіант Б). Це говорить про те, що молодь дійсно зацікавлена в проблемі працевлаштування, навіть якщо у неї спостерігаються ідеалістичні уявлення про майбутню професію та трудову кар'єру. Автор згоден з більшістю, оскільки незайнятість молодих людей веде до негативних проявів як у сфері економіки, так і у сфері соціального життя суспільства.

На питання: "Чи турбує Вас проблема безробіття в країні?". Відповіді: А) так; Б) все одно; В) ні, відповіли А) 80 %, це означає, що рівень молодіжного безробіття продовжує залишатися високим. Причини різні: відсутність у безробітної молоді середньої загальної і базової професійної освіти; недостатньо скоординована взаємодія між органами освіти, роботодавцями, органами служби зайнятості та іншими структурами, які діють на ринку праці; роботодавці часто не спроможні оцінити такі переваги молоді, як сучасна освіта, мобільність, гнучкість, здатність до навчання; завищені амбіції молоді. З усіх опитуваних були й такі, яким все одно щодо безробіття, тобто вибрали варіант Б), оскільки у свідомості цих людей швидше за все склалося те, що сам уряд усвідомлює гостроту проблеми безробіття, але при цьому не дуже прагне щось зробити.

Стосовно питання: "Чи реально отримати роботу відразу ж після закінчення ВНЗ?". Відповіді: А) так; Б) ні, рівно половина опитуваних відповіли, що отримана освіта відіграє значну роль у житті людини. А інша половина стверджує, що освіта нічого їм не дає, оскільки вони вважають, що існує незатребуваність молодих фахівців на ринку праці, а також конкурентоспроможність випускників ВНЗ на ринку праці досить низька. Хотілося б відзначити, що роботодавець, орієнтований на випуск конкурентоспроможної продукції, пред'являє високі критерії оцінки до молодого фахівця, перш за все щодо рівня професійної або комунікативної цінності. Рационально-прагматичне ставлення до праці (праця як засіб здобуття матеріального достатку) властиво більшості молодих людей, що прагнуть стати матеріально незалежними й утримувати родину. У той же час для багатьох респондентів, праця – це механізм самореалізації, самоствердження, показник дорослості і самостійності. Нарешті значна кількість опитаних сприймає зайнятість як форму включення в колективне спілкування і у процес засвоєння групових соціально-професійних цінностей. Автор вважає, що для них робоче місце виступає психологічно комфортною сферою міжособистісного спілкування.

Проаналізувавши результати відповіді на питання: "На Вашу думку, які причини пошуку роботи?", можна зробити висновок, що на рішення респондентів влаштуватися на роботу вплинуло в основному: прагнення мати матеріальну незалежність – 40 %; необхідність утримувати сім'ю – 20 %; потреба в самоповазі, престижність бути працюючим людиною – 15 %; цікава робота – 15 %; не хотілося сидіти вдома – 10 %. Ці мотиви можна згрупувати за ознакою ставлення до праці як інструментальної, фундаментальної або комунікативної цінності. Рационально-прагматичне ставлення до праці (праця як засіб здобуття матеріального достатку) властиво більшості молодих людей, що прагнуть стати матеріально незалежними й утримувати родину. У той же час для багатьох респондентів, праця – це механізм самореалізації, самоствердження, показник дорослості і самостійності. Нарешті значна кількість опитаних сприймає зайнятість як форму включення в колективне спілкування і у процес засвоєння групових соціально-професійних цінностей. Автор вважає, що для них робоче місце виступає психологічно комфортною сферою міжособистісного спілкування.

Причинами відмов роботодавців у прийомі на роботу респонденти виділили недостатній досвід роботи, а також недостатній рівень освіти і кваліфікації. Також менш важливим вважають молодий вік і невміння правильно вести себе в бесіді з роботодавцем. Автор вважає, що причинами є: брак інформації про потреби сучасного ринку праці, затребувані професії, вимоги, що пред'являються до професійних й особистих якостей працівників різних спеціальностей; професія, отримана випускником, часто в нових мінливих умовах виявляється незатребуваною на ринку праці; завищені амбіції молоді щодо оплати праці та престижності професій не співвідносяться з пропозицією роботодавців.

Отримана освіта, на думку абсолютної кількості респондентів, відіграє значну роль у житті людини. Дає можливість службової кар'єри – 40 %, дає перспективи просування до високого становища в суспільстві – 20 %, дозволяє вибрати роботу до душі – 15 %, дозволяє швидко знайти роботу – 15 %, воно служить основою для матеріального благополуччя – 5 % опитаних, 5 % респондентів стверджують, що освіта нічого їм не дає. З відповідей видно, якісна освіта є умовою досягнення службової кар'єри, а компонентами професійного успіху в цілому виступають наявність хорошої освіти, гарної роботи і гарного заробітку.

На питання: "Як Ви вважаєте, що може допомогти вирішити проблему працевлаштування молоді?", аналізуючи відповіді, автор стверджує, що проблема працевлаштування працездатного населення набула державного значення. Хоча деякі вважають, що в нашій країні, а саме в Україні, нічого досягти не можна, або необхідно змінити владу. Але, в основному, респонденти виступають за державну підтримку розвитку підприємництва і служб працевлаштування, також за надання непрацюючому населенню оплачуваних тимчасових робіт. Проте основна маса підприємств не має



можливості оплачувати підготовку фахівців, посилаючись на економічні труднощі. Фактично всі міністерства і відомства, які є основними споживачами кадрів вищої кваліфікації, заперечують саму можливість оплати навчання. Опитувані також відстоюють свої права, тобто виявляють амбіції: надання робочих місць, випробувального терміну, додаткового навчання; не вимога досвіду та стажу роботи; довіру до молодих спеціалістів з боку роботодавців, не враховуючи того, що низька конкурентоспроможність робочої сили на ринку праці пояснюється відсутністю достатнього виробничого досвіду і необхідного стажу роботи за спеціальністю. При цьому молоді люди нерідко першими потрапляють під скорочення при реорганізації підприємств або стають безробітними відразу ж після закінчення навчального закладу.

Важливе значення має створення умов, що сприяють залученню і закріпленню молодих спеціалістів на виробництві, це: гідна заробітна плата та своєчасність її виплати, наявність соціальних гарантій працівнику, можливість просування у службовій діяльності, рішення житлового питання, прояв ініціативи про проведення виробничої практики студентів на підприємствах, відродження традицій наставництва на виробництві [3]. Державна служба зайнятості готова стати активним партнером у формуванні системи збереження і розвитку трудових ресурсів при зацікавленій участі всіх структур. Оскільки підготовка висококваліфікованих кадрів, які адаптовані до умов ринкової економіки і володіють новітніми технологіями, є завданням стратегічної важливості, від її вирішення значною мірою залежить майбутнє нашої країни.

Наук. керівн. Іванова О. Ю.

Література: 1. Иванов О. И. Динамика социальной напряженности у отношениях молодежи та общества (основные положения концепции исследования) / О. И. Иванов, И. Г. Васильев // Регион : Политика. Экономика. Социология. – 2000. – № 1 – 2. – С. 15–20. 2. Манхейм К. Диагноз нашего времени / Карл Манхейм. – М. : Юрист, 1994. – 704 с. 3. Лисовская В. Т. Социология молодежи / В. Т. Лисовская. – СПб. : СПбДУ, 1996. – 358 с. 4. Руденко Г. Г. Специфика становления молодежи на рынке труда / Г. Г. Руденко, А. Р. Савельев // Социс. – 2002. – № 5. – С. 101–107.

Голобородько М. А.

УДК 331.108.38

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

АДАПТАЦИЯ НОВЫХ СОТРУДНИКОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Выделены этапы организации эффективной процедуры адаптации персонала и разработаны рекомендации по организации успешного прохождения сотрудником различных видов адаптации.

Анотация. Выделено этапы организации эффективной процедуры адаптации персонала та разработано рекомендации з організації успішного проходження співробітником різних видів адаптації.

Annotation. The stages of an effective procedure for adapting the organization of staff are suggested and recommendations of successful organization of worker's passing different adapting kinds are worked out.

Ключевые слова: адаптация, процесс адаптации, организационная адаптация, социально-психологическая адаптация, профессиональная адаптация.

Основная цель любого коммерческого предприятия – это получение максимально возможной прибыли. Этой цели подчинена деятельность каждого подразделения коммерческого предприятия. Причем эта задача может решаться двумя путями – либо путем максимизации прибыли, либо путем минимизации издержек предприятия. Служба персонала относится к числу "затратных" подразделений, то есть подразделений, которые самостоятельно прибыли не приносят. Она участвует в прибыли путем минимизации издержек за счет оптимизации бизнес-процессов в организации. Один из бизнес-процессов, которые призвана оптимизировать служба персонала, – это процесс скорейшей мобилизации вновь принятого сотрудника. Процесс, от которого зависит, как быстро новый сотрудник сможет приносить организации необходимую прибыль – это процесс его адаптации на предприятии [1].

© Голобородько М. А., 2010



Целью данного исследования является разработка рекомендаций по усовершенствованию процессов адаптации персонала.

Во многих предприятиях, прежде чем приступить к полноценной работе, нового сотрудника вводят в среду организации первые несколько месяцев, тем самым снижая риск его ухода. Адаптация новых сотрудников в коллективе – одна из важных задач, которую приходится решать службе по работе с персоналом в организации. Необходимость в такой процедуре адаптации существует на предприятиях среднего и крупного бизнеса. Для небольших структур эта проблема не столь актуальна.

Адаптацию нельзя рассматривать как отдельный, изолированный процесс, не связанный с системой управления персоналом на предприятии. Формализованная процедура адаптации строится на основе и является неотъемлемой частью структуры управления предприятия в целом.

Процесс взаимного приспособления сотрудника и организации, основанный на принятии или непринятии первым новых профессиональных и организационных условий работы, должен быть связан как со стратегическим планированием в организации, так и с существующими программами мотивации сотрудников, оценки и развития персонала и, конечно же, со сложившейся корпоративной культурой компании [1].

Недостаточное внимание службы по работе с персоналом к этой функции, отсутствие четко регламентированных процедур по адаптации новых сотрудников влечет за собой невработаемость нового сотрудника в коллектив, его уход или увольнение по инициативе администрации. Соответственно эффективность мероприятий по комплектованию организации персоналом снижается, а также падает эффективность деятельности предприятия в целом.

По мнению Манаева С. В., большее внимание следует уделить проблеме адаптации в коллективе новых сотрудников и выделить следующие этапы создания эффективной процедуры:

- 1) необходимо выделить факторы, которые влияют на успешную адаптацию новых сотрудников, а также критерии оценки эффективности процедуры адаптации;
- 2) определить круг мероприятий, необходимых, для понимания и успешного принятия сотрудником существующих на предприятии норм и правил;
- 3) определить круг лиц, которые будут проводить и контролировать эти мероприятия, разграничить сферы ответственности различных подразделений, включенных в процесс.

Рекомендации по внедрению различных видов адаптации приведены в таблице.

Таблица

Виды адаптаций

Вид адаптации	Описание
Организационная	Понимание и принятие новым сотрудником своего организационного статуса, структуры организации и существующих механизмов управления. Новому сотруднику необходимо рассказать историю развития предприятия, рассказать о клиентах и партнерах
Социально-психологическая	Принятие сотрудником новых норм взаимоотношений, поведения на данном предприятии, приспособление к новому социуму. Следует обсудить с сотрудником миссию компании, рассказать о существующих традициях на предприятии, познакомить с коллегами. Возможно проведение социально-психологических тренингов
Профессиональная	Доработка профессиональных навыков и навыков сотрудничества до определенного уровня, необходимого для исполнения новым сотрудником своих функциональных обязанностей на технологически необходимом уровне. Круг данных навыков должен быть очерчен в должностной инструкции

Стоит уделять большее внимание организационной адаптации новых сотрудников, то есть тех, для которых данное место работы является первым, особенно если это крупное предприятие с большой численностью персонала. Сотрудники, которые не имеют опыта работы, не имеют и опыта организационного поведения. Для них является большой сложностью обратиться к коллегам по вопросу получения какой-либо информации, у них нет опыта работы со служебной документацией и т. п. Это объясняется тем, что человек находится впервые в такой среде, и адаптация требует какого-то времени. Отделу по работе с персоналом необходимо рассказать новым сотрудникам о корпоративной культуре организации, системе документооборота компании, служебных взаимоотношениях между работниками, ведь в каждой компании по прошествии длительного времени существует свой стиль общения и служебных взаимоотношений между сотрудниками. К примеру: в некоторых фирмах обращение к работнику происходит по имени и отчеству, вне зависимости от должности и возраста, в других – для обращения используется имя и фамилия, в третьих – имя. Если новый сотрудник не знает об этом, то у него в самом начале работы, могут возникнуть проблемы в общении с коллегами [1].

Обычно, новые сотрудники прикрепляются к наставнику. На него возлагается основная часть работы по профессиональной адаптации нового сотрудника. Для наставников необходимо ввести дополнительные поощрения в случае успешной адаптации "подопечного" в коллективе. Для



социально-психологической адаптации новых сотрудников службе по работе с персоналом необходимо проводить периодические мероприятия (опросы, тренинги).

Затраты на адаптацию сотрудника должны быть значительно меньше, нежели суммарные затраты на поиск нового сотрудника. Это следует учитывать при построении процедуры адаптации.

Таким образом, в результате затрат на разработку, внедрение и поддержание эффективной процедуры адаптации, предприятие должно получить следующий результат:

- 1) снижение издержек по поиску нового персонала;
- 2) снижение количества увольнений сотрудников, проходящих испытательный срок, как по инициативе администрации, так и по собственному желанию;
- 3) формирование кадрового резерва (наставничество – это возможность для опытного сотрудника приобрести опыт руководства);
- 4) сокращение времени выхода на точку рентабельности для новых сотрудников.

Если в результате адаптационного процесса организация в кратчайшие сроки получает высокомотивированных сотрудников, работающих на стабильный результат, то процесс адаптации сотрудников в данной организации действительно эффективен [1].

Научным результатом данного исследования является разработка научно-практических рекомендаций по усовершенствованию процесса организации адаптации сотрудников. Перспективой дальнейших научных исследований в данном направлении является усовершенствование структуры общей проблемы адаптации персонала.

Научн. рук. Мишина С. В.

Литература: 1. Манаев С. В. Адаптация новых сотрудников: роли, функции, назначения [Электронный ресурс] / С. В. Манаев. – Режим доступа : <http://www.uprav.biz/materials/education/view/6506.html>. 2. Андреева Т. Успешный "управляющий ростом": какой он? [Электронный ресурс] / Т. Андреева. – Режим доступа : <http://www.aup.ru/articles/management/24.htm>. 3. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия / Е. В. Маслов. – М., 1999. – С. 169–177.

Бутенко Ю. А.

УДК 005.95:331.101.3

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

МОТИВАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Анотація. Проаналізовано існуючі методи мотивації; розроблено теоретико-методичні рекомендації щодо мотивування праці персоналу в умовах економічної кризи.

Аннотация. Проанализированы существующие методы мотивации; разработано теоретико-методические рекомендации по мотивированию труда персонала в условиях экономического кризиса.

Annotation. Existing methods of motivation are analysed; teoretic-methodical recommendations concerning motivation of work of the personnel in the conditions of an economic crisis are developed.

Ключові слова: мотивація, мотивування, матеріальна мотивація, нематеріальна мотивація, персонал.

В умовах економічної кризи утримати висококваліфікованих спеціалістів на робочих місцях, у той час як заробітна плата зовсім не зростає, дуже важко. Тому для роботодавця треба вміти запропонувати працівникам щось таке, що спонукало б їх до продуктивної праці, а не до пошуку нової роботи.

Метою дослідження є розкриття сутності поняття мотивація, виявити її види та методи застосування.

© Бутенко Ю. А., 2010

Для досягнення мети дослідження були поставлені і вирішені такі завдання:

виявити та систематизувати потреби персоналу;

виявити, що найбільше стимулює робітників до праці;

виявити, для яких груп робітників треба застосовувати ті чи інші методи мотивації.

Система мотивації характеризує сукупність взаємопов'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив у цілому щодо досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства [1].

Дані дослідження ґрунтуються на доробках таких учених: Г. Осовська, О. Крушельницька, Л. Безтелесна, Г. Мішук, С. Мартинюк, О. Бондаренко, О. Ядранська [1 – 4].

Мотивація – це процес спонукання окремо кожного працівника і взагалі всіх членів цього колективу до активної трудової діяльності для задоволення своїх потреб і для досягнення цілей організації.

Потреби працівників дуже різноманітні. Вони залежать від багатьох факторів (соціальний статус, характер людини та ін.), а саме: задовільна заробітна плата, соціальна допомога, постійна робота, повага, інтерес до виконуваної роботи та багато іншого. Тому розглянемо, як же можна задовольнити потреби працівників, щоб це принесло користь підприємству.

Існують такі види мотивації, як матеріальна та нематеріальна. Дуже важливо визначити вже при прийомі працівника на роботу, який з видів мотивації для нього пріоритетніший. Таку інформацію менеджер з персоналу чи інша відповідальна особа повинна отримати під час співбесіди з потенційним працівником. Якщо кандидата цікавить тільки можливість заробляти, очевидно, що основною для нього є матеріальна мотивація. Якщо ж кандидата більше цікавлять інші моменти, такі, як престиж, стабільність, соціальний захист, доступ до певних привілеїв чи переваг, можливість навчатися, то основною для них є нематеріальна мотивація. Матеріальна мотивація включає: заробітну плату, регулярні грошові премії з нагоди певних подій (ювілей фірми, різноманітні державні та релігійні свята), нерегулярні грошові премії з нагоди певних подій у житті працівника (ювілей, народження дитини, певні досягнення у роботі), інші грошові виплати (відсотки від підписаних контрактів, гонорари).

В економічній літературі в деяких випадках існує ототожнення матеріального стимулу з розміром заробітку за принципом: чим вища заробітна плата, тим більший й матеріальний стимул до праці. Проте насправді це не так. Працівники, заробіток яких відповідає результатам роботи, вважають застосовану на підприємстві систему стимулів ефективною. Несправедливий розподіл заробітків і премій, навіть якщо їх розмір достатньо великий, знижує стимулюючу роль оплати праці [4]. Для різних груп працівників треба підбирати індивідуальні матеріальні методи мотивації. Так, для торгової групи це можуть бути: групові комісійні зі збільшення обсягів продажів за минулий рік, групова система пайової участі в прибутку, просування на більш престижні посади з більш високою зарплатою, для групи працівників виробництва продукції (товарів, надання послуг) – премії за дострокове завершення роботи, премії за понаднормову роботу, загальна схема пайової участі в прибутку, для керуючого персоналу – винагорода за понаднормову роботу, частина групової виробничої премії, пропозиція про пайову участь у бізнесі.

Не менш важливою є нематеріальна, або непряма мотивація. На думку багатьох бізнесменів та спеціалістів з управління, цей вид мотивації важливіший для успішного розвитку бізнесу за матеріальну мотивацію. До видів непрямої мотивації належать: мотиваційні подарунки, мотиваційні навчання, спільні корпоративні святкування, інші види мотивації. Людині подобається відчувати повагу до себе і свою значимість. Саме тому мотиваційні подарунки (годинники, ручки, оргтехніка тощо), які продемонструють працівникові оцінку його досягнень з боку керівництва, мають велике значення. Очевидно, що вартість такого подарунка залежить від заслуги працівника, проте він не повинен бути зовсім банальним.

Інший вид мотивації – це соціальні вигоди, такі, як безкоштовні медичні огляди, безкоштовний відпочинок під час відпустки, можливості для оздоровлення і заняття спортом. Цей вид мотивації вимагає порівняно невисоких витрат протягом року на одного працівника, проте підвищує статус компанії в очах персоналу, оскільки він бачить турботу про себе з боку керівництва. Крім того, такий вид додаткової мотивації, як медичний огляд, дозволяє економити на лікарняних.

Головні важелі мотивації – стимули і мотиви. Під стимулом звичайно розуміють матеріальну винагороду визначеної форми, наприклад, заробітну плату. На відміну від стимулу мотив є внутрішньою спонукальною силою: бажання, потяг, орієнтація, внутрішні установки та ін.

На погляд автора, треба застосовувати різні методи мотивації, щоб отримати кращий результат від роботи працівників. Керівник підприємства повинен розробити критерії оцінки персоналу, з'ясувати реальні потреби працівників, створити відповідний морально-психологічний клімат у колективі, підключати персонал до обговорення проблем та знаходження оптимального рішення, яке б привело до покращення продуктивності праці й отримання відповідного прибутку.

В умовах економічної кризи, як свідчить світовий досвід та матеріали літературних джерел, найбільш ефективним є такі методи матеріальної мотивації: відповідна заробітна плата, премії; нематеріальної мотивації: мотиваційні подарунки, спільні корпоративні святкування тощо.

Науковим результатом даного дослідження є розробка теоретико-методичних рекомендацій щодо мотивування праці персоналу в умовах економічної кризи.



Перспективою подальших наукових досліджень у цьому напрямі є розробка дієвих мотиваційних механізмів, які б урахували специфіку функціонування підприємств різних галузей виробництва і послуг.

Наук. керівн. Мішина С. В.

Література: 1. Осовська Г. В. Управління трудовими ресурсами : навчальний посібник / Г. В. Осовська, О. В. Крушельницька. – К. : Кондор, 2003. – 600 с. 2. Безтелесна Л. Удосконалення механізму мотивації продуктивності найманих працівників / Л. Безтелесна, Г. Мішук, С. Мартинюк // Україна: аспекти праці. – 2006. – № 3. – С. 42–48. 3. Бондаренко О. О. Трудова мотивація: проблеми та розвиток / О. О. Бондаренко // Економіка та держава. – 2008. – № 4. – С. 65–66. 4. Ядранська О. В. Щодо створення національної моделі мотивації праці / О. В. Ядранська // Держава і регіони. – 2008. – № 5. – С. 212–217.

Бічуля І. В.

УДК 005.95

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Подано етимологію категорії "кадровий менеджмент". Сформовано завдання кадрового менеджменту на підприємствах. Запропоновано шляхи забезпечення ефективності кадрового менеджменту.

Аннотация. Предложена этимология категории "кадровый менеджмент". Сформулированы задачи кадрового менеджмента на предприятиях. Предложены пути обеспечения эффективности кадрового менеджмента.

Annotation. Etymology of the category "skilled management" is given. The tasks of skilled management on enterprises are formed. The ways of providing of efficiency of skilled management are offered.

Ключові слова: кадри, кадровий менеджмент, ефективність, ефективність кадрового менеджменту, підприємство, управління, мотивація.

Сучасні процеси, що відбуваються в Україні, супроводжуються поширенням соціально орієнтованого управління, виникненням передумов розповсюдження економіки знань, зміною пріоритетів у накопиченні та ефективному використанні людського, інтелектуального і соціального капіталу. Бачення працівника як носія капіталу обумовлює необхідність розгляду його як основного чинника, що ініціює розвиток суспільного виробництва і вдосконалення економічних та соціальних відносин, що можливо при реалізації ефективного кадрового менеджменту на підприємстві [1].

Таким чином, вищевикладене обумовлює актуальність питань, що стосуються кадрового менеджменту, його ефективності. Різним аспектам кадрового менеджменту приділяють увагу як зарубіжні, так і вітчизняні дослідники, серед яких: О. Амосов, М. Армстронг, В. Веснін, Дж. Грехем, Друкер, Р. Коул, Д. Парсонс, В. Савченко, П. Форсіф та ін. При цьому більшість розробок дослідників у рамках кадрового менеджменту охоплює проблеми менеджменту персоналу або управління персоналом.

Метою статті є формування науково-теоретичних основ кадрового менеджменту, а саме розгляд етимології кадрового менеджменту та факторів впливу на кадровий менеджмент.

У літературі можна зустріти приклади різного тлумачення поняття "кадровий менеджмент". Одні автори у визначенні оперують метою і методами, за допомогою яких можна цю мету досягти, тобто акцентують увагу на організаційній стороні управління. Інші автори роблять наголос на змістовну частину, що відображає функціональну сторону управління.

Типовим прикладом першого підходу може служити визначення, дане В. П. Галенко: "Кадровий менеджмент – це комплекс взаємопов'язаних економічних, організаційних і соціально-психологічних методів, які забезпечують ефективність трудової діяльності та конкурентоспромож-

© Бічуля І. В., 2010

ність підприємств". Інший підхід відображений у визначенні управління персоналом, прийнятому в німецькій школі менеджменту: "Кадровий менеджмент – сфера діяльності, найважливішими елементами якої є визначення потреби в персоналі, залучення персоналу, розвиток, контроль персоналу, а також структуризація робіт, політика винагород і соціальних послуг, політика участі в успіху, управління витратами на персонал та керівництво співробітниками" [1].

Ефективність кадрового менеджменту забезпечується високим рівнем таких факторів: документальне забезпечення діяльності персоналу, оцінка та навчання персоналу, мотивація при створенні об'єктів інтелектуальної власності, науково-технічний прогрес, інвестиції в інтелектуальний потенціал працівників, соціальна забезпеченість працівників, розвиток комунікацій, довіра і наявність спільної мети.

У кадрових документах повинні описуватися прямі обов'язки працівника, сфера його компетентності та відповідальності, критерії оцінки ефективності його роботи, управлінська структура.

Управління в системі з ієрархічною структурою засноване на принципі вирішення кожною підсистемою певного завдання в умовах відносної самостійності.

Організаційна структура управління має передбачати оптимальне розділення функціональних обов'язків, що дозволить забезпечити максимальну відповідальність за кінцевий результат діяльності на всіх рівнях ієрархії й оптимальне використання ресурсного потенціалу [2].

Ефективність праці можна підвищити за рахунок реалізації унікальних індивідуальних здібностей людей – їх знань, вмінь і досвіду, особистісних особливостей, які проявляються в поведінці й ставленні до справи, в захопленості. Здібності конкретної людини проявляються по-різному, залежно від організації, в якій він працює, тому одним із найважливіших завдань управління персоналом є забезпечення умов для реалізації внутрішнього потенціалу кожного свого працівника. Це дозволить компанії здійснювати найсміливіші стратегії [3].

Працювати ефективно – означає домагатися більших результатів від діяльності персоналу. А для того щоб з'ясувати, наскільки кадровий менеджмент є ефективним, необхідно проводити оцінку персоналу, що дозволить визначити потенціал співробітників підприємства.

При цьому оцінці повинні піддаватися не просто потенційні можливості працівника, його професійна компетентність, а й реалізація цих можливостей у процесі виконання доручених обов'язків. Отримані результати оцінювання дають можливість визначити достатність професійно-кваліфікаційного рівня працівників для виконання обов'язків, відповідність психофізіологічних характеристик, адаптаційні пріоритети та інші особливості з формуванням напрямів їх розвитку.

Компанії необхідні уважні та відповідальні менеджери, які могли б дати характеристику кожному з працівників, виділити і проаналізувати відмінності у їх поведінці [3].

При забезпеченні ефективності кадрового менеджменту неможливо переоцінювати важливість комунікацій. Ледве не все, що робить персонал для досягнення цілей підприємства, вимагає ефективного обміну інформацією. Якщо люди не зможуть обмінюватися інформацією, ясно, що вони не зможуть працювати разом, формулювати цілі і досягати їх.

Для досягнення ефективності підприємству потрібна своєчасна і достовірна інформація про стан зовнішнього оточення, оскільки на діяльність підприємства впливають різноманітні фактори зовнішнього середовища.

Для поліпшення комунікаційних процесів між підрозділами, відділами і службами на підприємстві необхідно широко застосовувати комп'ютерну техніку. Це істотно підвищить оперативність роботи підприємства, помітно скоротить час доступу до інформації, час реакції керівництва на зміну складових ринку, підвищить швидкість проходження інформації та прийняття рішень управлінським персоналом.

Забезпечення ефективності кадрового менеджменту можливо і в тому випадку, коли загальні цілі підприємства є об'єднанням цілей зацікавлених сторін. Працівники спроможні досягти мети, якщо кожен ясно уявляє собі бажані результати [1].

На підприємстві необхідно створювати відчуття безпеки у працівників (надійність, спокій, захист, дотримання таємниці); розробляти і впроваджувати заходи для згуртованості й сумісності колективу та виховувати у працівників дружелюбність, розуміння, ввічливість, пошану, терпіння один до одного; викликати щирість персоналу, а саме: чесність, відвертість; орієнтувати співробітників на взаємодопомогу, колективне вирішення проблем.

Підвищення рівня довіри залежить від створення умов для позитивного вирішення ключових питань якості трудового життя, під яким розуміється певна сукупність потреб працівника і ступінь їх задоволення [3].

Основна причина неефективності робітників пов'язана з низькою мотивацією, а не з тим, що вони не можуть, не знають, як або не вміють щось робити. Керівник має створити умови, які підтримували б і посилювали внутрішню мотивацію працівника [4].

Система стимулювання в організації повинна відповідати бізнесу і підтримувати виконання бізнес-завдань.

Стимули мають бути прозорими і зрозумілими, своєчасними і дієвими, треба визначити критерії, за допомогою яких розрізняються роботи на основі їх складності та реальної цінності для бізнесу (за що і коли платити) [5].

Менеджер повинен створити для кожного робітника оптимальні умови і режим праці, тобто сформувати в колективі культурне середовище, засноване на визнаних корпоративних цінностях.

З огляду на все вищесказане, можна стверджувати, що впровадження рекомендацій дозволить не тільки забезпечити виробничий процес праці, але і сприяти досягненню мети ключовою кадрового менеджменту – забезпечення ефективності.



Не ставлячи перед собою завдання вичерпного розгляду всіх питань, що накопичилися, автор прагнув розкрити найбільш важливі сторони, вирішити ряд найактуальніших питань методичного характеру. Зроблені висновки, методичні рекомендації дозволять знайти підходи до однієї з мало-вивчених проблем і зможуть надати користь у вдосконаленні кадрового менеджменту.

Наук. керівн. Іванова О. Ю.

Література: 1. Космарова Н. А. Эффективность кадрового менеджмента предприятия: пути обеспечения / Н. А. Космарова // Бизнес Информ. – 2009. – № 7. – С. 124–127. 2. Гросул В. А. Формирование организационной структуры управления торговым предприятием / В. А. Гросул // Бизнес Информ. – 2009. – № 7. – С. 117–118. 3. Кучерова С. Модель компетенций на службе эффективной работы организации / С. Кучерова // Менеджер по персоналу. – 2007. – № 10. – С. 16. 4. Кебас Д. Прочистка "оперативки" / Д. Кебас // Генеральный директор. – 2006. – № 33. – С. 48. 5. Лемещук Р. Практика разработки и внедрения компетенций / Р. Лемещук // Генеральный директор. – 2006. – № 33. – С. 58–61.

Гриневич Г. В.

УДК 005.95:005.336.4

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ЗАВДАННЯ ТА МЕТОДИ СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Проаналізовано сучасні тенденції в еволюції менеджменту персоналу. Розглянуто основні завдання та наведено певні методи управління людським капіталом на підприємстві. Визначено основну проблему щодо управління персоналом на сучасних підприємствах та запропоновані методи її усунення.

Аннотация. Проанализированы современные тенденции в эволюции менеджмента персонала. Рассмотрены основные задания и приведены определенные методы управления человеческим капиталом на предприятии. Определено основную проблему относительно управления персоналом на современных предприятиях и предложены методы ее устранения.

Annotation. Modern tendencies in the evolution of management of personnel are analyzed. Basic tasks are considered and the certain methods of management a human capital on an enterprise are resulted. Basic problem concerning management of the personnel at the modern enterprises is suggested and the methods of its elimination are offered.

Ключові слова: людський фактор, управління людськими ресурсами, мотивація, мистецтво управління, кадрова політика.

У сучасних умовах цінність людських ресурсів постійно зростає, що у свою чергу призвело до підвищення ролі системи управління людськими ресурсами.

На сьогодні в управлінні організацією далеко не останнє місце займає людський фактор, психологічні особливості колективу, особисті потреби та інтереси певних його членів. Мистецтво керівництва полягає в тому, щоб знайти саме такі підходи, які б допомагали певним чином контролювати події на підприємстві і спонукали працівників до кращої і ефективнішої праці. У таких умовах управління людськими ресурсами є важливою складовою менеджменту, що сприяє підвищенню ефективності діяльності організації [1].

Підприємства починають надавати все більше значення нематеріальним характеристикам, наприклад, таким, як лояльність, уміння працювати в команді й готовність йти на ризик. І розуміючи, наскільки не дешевим є такий потенціал цих людських якостей, компанії перетворюють їх у щось конкретніше – людський капітал.

Дослідження теорії людського капіталу було розпочато у другій половині минулого сторіччя у США та Європі [2].

© Гриневич Г. В., 2010

Значний внесок у вивчення людського капіталу і дослідження його впливу на економічне зростання підприємств здійснили такі вчені, як: А. Добринін, Ф. Тейлор, А. Маслоу, М. Критський, С. Климов, А. Кудлай, Н. Маркова, Л. Тертична.

Актуальність даної теми полягає в тому, що робота з людським капіталом стає все важливішою, оскільки на сучасному ринку праці фахівці мають величезну свободу вибору своїх працедавців. Одна з основних причин, яка впливає на звільнення персоналу, полягає в тому, що працівники не відчувають своєї значущості або не бачать перспектив для повного розвитку своїх можливостей. Управління людським капіталом допомагає ефективно використовувати досвід і знання співробітників, щоб допомогти їм повністю реалізувати свій потенціал.

Також за умови ефективного використання й управління цим капіталом підприємство зможе стати прибутковим, конкурентоспроможним, інвестиційно привабливим [3].

Головна мета роботи полягає в тому, щоб визначити основні завдання управління людськими ресурсами на підприємстві й запропонувати певні методи для більш ефективного управління людським капіталом.

Завдання системи управління персоналом – це процеси управління, цільова направленість яких чітко визначена соціальною стратегією, що є складовою частиною основної стратегії підприємства.

До основних завдань системи управління персоналом можна віднести:

- забезпечення організації кваліфікованими і зацікавленими співробітниками;
- ефективне використання майстерності та здібностей персоналу;
- удосконалення мотиваційної системи;
- підвищення рівня задоволеності працею всіх категорій персоналу;
- збереження сприятливого морального клімату;
- планування кар'єри – просування у службовій діяльності;
- забезпечення високого рівня життя, що робить бажаною роботу в певній організації;
- створення дієвої та об'єктивної системи атестації працівників;
- налагодження тісних стосунків керівників із підлеглими [4].

Тобто управління персоналом має здійснюватись на такому рівні, який би міг задовольнити всі першочергові потреби людського капіталу, а також міг би мотивувати робітників до підвищення зацікавленості у якісному виконанні своєї роботи.

Для того щоб дані завдання могли бути повною мірою реалізовані на підприємстві, спеціалісти розробили певні методи управління людським капіталом.

Методи управління персоналом способи впливу на колективи та окремих працівників з метою координації їх діяльності у процесі роботи організації. Наука та практика виробили три групи методів управління персоналом: адміністративні, економічні та соціально-психологічні.

Класифікації методів управління персоналом наведена на рисунку.



Рис. Методи управління персоналом

Адміністративні методи, орієнтовані на такі мотиви поведінки, як усвідомлення необхідності дисципліни праці, почуття обов'язку, прагнення людини працювати в певній організації, культура трудової діяльності. Управлінський вплив економічних і соціально-психологічних методів є непрямим. Не можна розраховувати на автоматичну дію цих методів і важко визначити силу їх впливу та остаточний результат. Економічні методи потрібні для матеріального стимулювання колективів та окремих працівників. Економічні методи ґрунтуються на використанні економічних механізмів управління, а соціально-психологічні — на використанні соціального механізму управління (системи взаємовідносин у колективі, соціальних потреб тощо). Специфіка цих методів полягає у використанні неформальних факторів, інтересів особистості, групи, колективу у процесі управління персоналом [5].



Для підвищення ефективності управління було розроблено певні методи, проте ніякі методи не зможуть допомогти, якщо керівник не має певних знань і хоч мінімального досвіду в даній галузі. Для ефективного управління необхідно знати його теоретичні основи, мати практичний досвід і вміти творчо використовувати теорію і практику, тобто володіти мистецтвом управління.

У процесі розвитку підприємство рано чи пізно зіштовхнеться з проблемою зниження контролю за тією чи іншою ділянкою роботи, зниженням активності працівників і, відповідно, усього підприємства в цілому, що безпосередньо впливає на внутрішній дух організації, відбивається на іміджі підприємства і на економічних результатах діяльності.

Існують відпрацьовані механізми управління персоналом, але у вітчизняних керівників не вистає досвіду, часу, а іноді просто бажання для того, щоб проводити кадрову політику, що враховує інтереси всього персоналу підприємства, що у свою чергу веде до виникнення проблем і розбіжностей між керівником і підлеглими.

Побудова управлінських рішень дозволяє організувати роботу найбільш ефективним чином відповідно до сформованої ситуації. Існують різні стилі управління, використання яких також носить ситуаційний характер.

Підводячи підсумки, можна відзначити, що вітчизняні керівники повинні більш ґрунтовно підходити до питань управління персоналом. Необхідно постійно розвивати систему наймання, навчання і мотивації персоналу, перетворити її в професійно працюючий, чіткий механізм, такий же, як система збуту чи постачання на підприємстві. Цей механізм є рівною часткою, що приносить прибутки, а недостатня увага до нього може призвести до низької активності співробітників, плинності кадрів і автоматичного зниження конкурентоспроможності підприємства.

Наук. керівн. Іванова О. Ю.

Література: 1. Лазаренко Л. Особливості сучасного управління людськими ресурсами / Л. Лазаренко // Персонал. – 2009. – № 1. – С. 53–56. 2. Кошулько О. Пошук шляхів удосконалення управління і збереження людського капіталу на вітчизняних підприємствах / О. Кошулько // Україна : Аспекти праці. – 2008. – № 6. – С. 39–44. 3. Безтелесна Л. Управління людським розвитком в Україні: порівняльне оцінювання та напрями вдосконалення / Л. Безтелесна // Україна : Аспекти праці. – 2008. – № 8. – С. 34–39. 4. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління : навч. посібн. / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2003. – 567 с. 5. Храмов В. О. Основи управління персоналом : навч.-метод. посібн. / В. О. Храмов, А. П. Бовтрук. – К. : МАУП, 2001. – 112 с.

Клокар М. В.

УДК 005.53

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

РОЗРОБКА НЕСТАНДАРТНИХ МЕТОДІВ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Анотація. Розглянуто методи прийняття управлінських рішень. Розроблено метод "індивідуальної дисертації", в основі якого лежить аналіз необхідної інформації. Виділено етапи проведення методу: підготовчий, інформативний, змістовний, заключний.

Аннотация. Рассмотрены методы принятия управленческих решений. Разработан метод "индивидуальной диссертации", в основе которого лежит анализ необходимой информации. Выделены этапы проведения метода: подготовительный, информативный, содержательный, заключительный.

Annotation. The methods of acceptance of administrative decisions are considered. A method of "individual dissertation" is developed. In its basis the analysis of necessary information lies. The stages of conducting of method: preparatory, informing, rich in content, final are selected.

Ключові слова: управлінське рішення, методи прийняття управлінських рішень, метод "експертних оцінок", метод "Дельфі", метод "мозкового штурму", метод "індивідуальної дисертації".

© Клокар М. В., 2010



На сучасному етапі розвитку ринкових відносин для отримання прибутку підприємству необхідно бути конкурентоспроможним у тій чи іншій галузі виробництва. За часів командно-адміністративної економіки на рівні підприємства не потрібно було приймати багато важливих рішень самостійно, вони надходили у вигляді планів з центрального керівництва, тому всі були у більш-менш рівних умовах. Для того щоб досягти успіху у наш час, необхідно вміло приймати рішення, які б дозволили підвищити ефективність роботи підприємства, його конкурентоспроможність.

Актуальність теми цієї статті пояснюється тим, що прийняття рішень є важливою частиною управління, яке в комплексі з вдалим плануванням та організацією забезпечує конкурентні переваги підприємства, що так необхідні на шляху ринкової трансформації.

Мета статі – аналіз вже існуючих методів прийняття рішень, їх теоретичних основ; розробка нового методу й обґрунтування його переваг та ефективності.

Такі вчені, як Виханський О. С. [1], Наумов А. Н. [1], Орлов А. И. [2], Е. Горбунова [3], приділяли багато уваги питанням прийняття управлінських рішень. Найбільш чітко, на погляд автора, визначення цьому поняттю надав Виханський О. С.: "Ухвалення рішення становить свідомий вибір з наявних варіантів чи альтернатив напрямку дій, що скорочують розрив між сьогодишнім і майбутнім бажаним станом організації" [1, с. 432].

Існують такі групи методів прийняття рішень, що наведені рисунку.

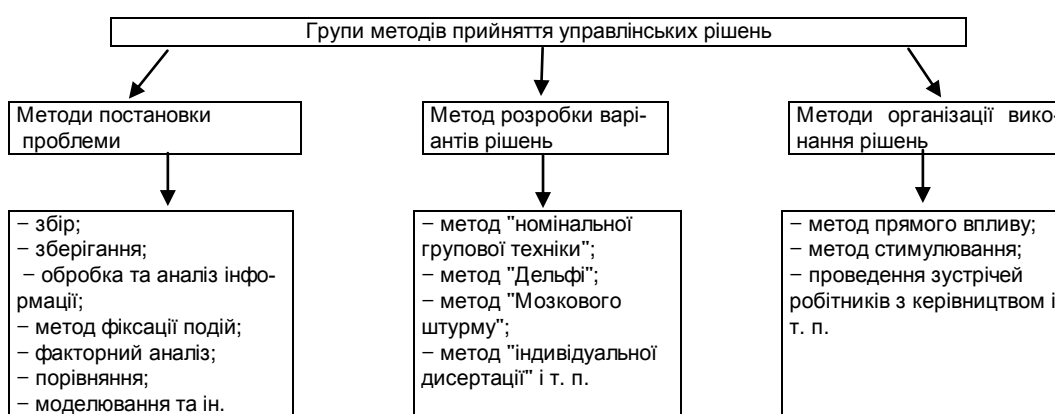


Рис. Методи прийняття управлінських рішень

Метод експертних оцінок – це метод організації роботи з фахівцями-експертами й обробки думок експертів, виражених у кількісній і/чи якісній формі з метою підготовки інформації для прийняття управлінських рішень [2]. Слід зауважити, що це досить коштовний метод, оскільки необхідно платити за послуги експертів, які зазвичай дорогі.

Цього недоліку не має метод, що отримав назву метод "номінальних груп". Метод номінальних груп – технологія групової діяльності, певним чином структурованої і направленої на спільне прийняття рішень [3]. У даному випадку прийняти рішення мають співробітники підприємства, яким не має необхідності платити за це додаткові кошти. Та, незважаючи на це, існує ризик необґрунтованих ідей, неоднорідність відповідей, вплив і тиск учасників один на одного. Як наслідок – отримання результату, що має безліч недоліків і вимагає додаткових зусиль для їх ліквідування.

Що стосується методу "Дельфі", який часто практикується нині в організаціях, то він виключає вплив учасників один на одного, але не має наукової основи і займає багато часу. Його суть полягає в індивідуальній письмовій відповіді кожного учасника, які потім об'єднуються у зведений документ. Учасникам дається можливість отримати копію та внести свої корективи. Таким чином, резюме проходить 2 – 3 кола, після чого приймається кінцеве рішення.

Метод "мозкового штурму" займає мало часу, в ньому беруть участь групи не більше 10 чоловік, які висловлюють усі думки у вільному порядку. Вони фіксуються, потім вибирається той варіант, який найбільше відповідає обмеженням та критеріям. Необхідно зауважити, що цей метод має низьку формалізованість, високий ступінь конфліктності, результати залежать від якості підготовки та проведення.

Можна зробити висновок, що кожен із нині існуючих методів має як безліч переваг, так і недоліків. У результаті більшості з них є вірогідність того, що отримана відповідь буде суб'єктивною, не матиме наукової обґрунтованості, не опиратиметься на інформаційну базу.

Останній недолік, на думку автора, має найбільший вплив на некоректність результату. Усі названі вище методи (крім методу експертних оцінок) не мають у своїй основі ознайомлення робітників з інформацією, необхідною для прийняття рішення. Тому учасники висувають лише пропозиції, які базуються на інтуїції, досвіді та уявленнях, які часто не збігаються з інформативним аспектом питання, що розглядаються.

Виникає необхідність у створенні методу, який би враховував інформацію повною мірою, що суттєво впливає на рішення, на його якість, надійність і вірогідність.



Автор пропонує вживати у практиці метод так званої "індивідуальної дисертації". Його слід приймати у випадках, коли:

- 1) підприємству необхідно прийняти рішення, яке не є нагальним;
- 2) керівник може допустити робітника до інформації, яка потрібна для аналізу ситуації;
- 3) можливе відведення робочого часу на аналіз (близько 1 години на день протягом 1 – 2 тижнів);
- 4) серед трудових кадрів є робітники, що є компетентними та ерудованими, здатними приймати якісно нові рішення.

Даний метод полягає в аналізі всіх необхідних для цього форм звітності (звіт про фінансові результати, звіт про рівень продажів, звіт по заробітній платі і т. п.) і має такі етапи: підготовчий, інформативний, змістовний, заключний.

На підготовчому етапі керівником проводиться тестування персоналу з метою виявлення найбільш здібних робітників (не більше 3 чоловік), що будуть брати участь у розробці рішення. Тести мають включати близько 20 запитань закритого та відкритого типу, що стосуються сфери знань, до якої відноситься дана проблема. На відповіді відводиться 10 хвилин.

Потім, на інформативному етапі, учасникам відкривається доступ до всіх необхідних їм джерел інформації, у тому числі можливість консультуватися зі спеціалістами, що працюють на підприємстві (бухгалтерами, юристами, психологами, менеджерами і т. д.). Керівник завчасно має організувати подібний зв'язок. Важливим моментом є доступ до статистичних даних, що стосуються даного підприємства.

Змістовний етап – це безпосереднє прийняття рішення. На основі отриманої інформації робітник упродовж тижнів (керівник повинен виділяти близько 1 – 2 годин робочого часу щоденно учасникам) аналізує інформацію, осмислює можливі варіанти, перевіряє їх на відповідність критеріям та обмеженням (їх можна виявити за допомогою отриманої інформації) і приймає рішення. Метод отримав назву "індивідуальна дисертація", оскільки займає порівняно з іншими багато часу, має у своїй основі аналіз великої кількості документації й у результаті формується обґрунтоване рішення, якісно нового змісту.

На заключному етапі проводиться оформлення відповіді у вигляді невеликої дисертації, що повинна мати теоретичну частину (аналіз інформації), та практичну частину (розробка пропозицій, розрахунок їх ефективності). Цей документ передається керівнику, який приймає рішення, що, на його думку, найбільш вдале і принесе максимальний результат (це необхідно робити, знову ж таки враховуючи критерії та обмеження).

Недоліки та переваги методу зазначені в таблиці.

Таблиця

Переваги та недоліки методу "індивідуальної дисертації"

Недоліки	Переваги
Довготривалий у проведенні	Отриманий результат базується на фактичних даних, що практично виключає його суб'єктивність
Необхідно мотивувати робітника, що викликає додаткові матеріальні та часові труднощі	Висока інформативність дозволяє сформулювати чітку змістовну відповідь; вона не спонтанна і тому гарантовано має цінність
Існує ризик розголошення інформації	Оскільки аналізується учасниками одна й та ж інформація, відповіді будуть доповнювати одна одну, утворюючи цілісну картину
	Мотивація дасть величезний стимул бути найкращим, що спровокує кожного з робітників до акумуляції всіх своїх інтелектуальних та творчих можливостей
	За допомогою звіту керівнику не потрібно буде вникати у всі аспекти проблеми, оскільки відповіді будуть структуровані, в них будуть представлені як аналіз фактичного стану, так і розрахунок ефективності заходів

Таким чином, метод "індивідуальної дисертації" має на меті додати низку конкурентних переваг підприємству і при його правильному проведенні окупить вкладені у нього інвестиції. Аналіз інформації дозволить прийняти рішення, яке буде мати високу вірогідність його успішного впровадження, що значно знизить ризик втратити кошти, споживачів та авторитет.

Наук. керівн. Іванова О. Ю.

Література: 1. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Экономист, 2006. – 670 с. 2. Орлов А. И. Менеджмент / А. И. Орлов. – М. : Знание, 1999. – 96 с. 3. Горбунова Е. Метод номинальных групп / Елена Горбунова // Социология. – 2003. – № 16. – С. 4.

Студент 3 курса
факультету економіки і права ХНЕУ

НЕОБХОДИМОСТЬ КОРПОРАТИВНОГО ВНЕДРЕНИЯ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. Обоснована необходимость и разработаны принципы по корпоративному внедрению тайм-менеджмента на отечественных предприятиях в условиях экономического кризиса.

Анотація. Обґрунтовано необхідність і розроблено принципи з корпоративного впровадження тайм-менеджменту на вітчизняних підприємствах в умовах економічної кризи.

Annotation. The necessity is considered and the principles for the implementation of corporate time management at the domestic enterprises in the economic crisis are worked out.

Ключевые слова: менеджмент, тайм-менеджмент, корпоративный тайм-менеджмент, планирование, самоорганизация.

Актуальность статьи заключается в том, что в экономике XXI века в связи с ростом темпов изменений и степени неопределенности экономической среды увеличивается потребность в повышении адаптивности организации, скорости ее реакции на изменения. Эта адаптивность становится одним из важнейших факторов конкурентоспособности организации как экономической системы. Одним из инструментов повышения адаптивности является корпоративное внедрение технологий тайм-менеджмента в качестве элемента системы управления организацией.

Цель статьи – обоснование необходимости корпоративного внедрения тайм-менеджмента на отечественных предприятиях в условиях экономического кризиса.

Термин "тайм-менеджмент" отражает наиболее распространенное определение сферы управленческой деятельности, оформившейся в самостоятельное направление менеджмента организации к 70-м годам XX века. Тайм-менеджмент включает в себя всю совокупность технологий планирования работы сотрудника организации, которые применяются сотрудником самостоятельно для повышения эффективности использования рабочего времени и повышения подконтрольности возрастающего объема задач. Иногда для обозначения таких технологий применяются также термины "самоменеджмент", "персональная (личная) организация труда", в отличие от общего менеджмента (корпоративной организации труда) [1].

В последние годы все большее количество организаций осознают потребность в централизованном корпоративном внедрении технологий тайм-менеджмента. Эта потребность обусловлена следующими факторами:

растущие темпы изменений среды требуют передачи сотрудникам организации больших полномочий, принятия ими самостоятельных решений и самостоятельной организации и планирования своей работы. Особенно это актуально для мультипроектной деятельности, а также при большом количестве внешних запросов (от клиентов, поставщиков, приоритетов (без обращения к непосредственному руководителю) в условиях ограниченных ресурсов времени;

возрастает удельный вес нематериальных активов в стоимости организации; "ключевые компетентны" и эффективность их работы становятся основным фактором успешности все большего числа компаний. При этом крайне затруднен внешний контроль за деятельностью сотрудника, имеющей творческий характер, но повышается актуальность самостоятельной организации таким сотрудником своей работы;

для организаций становятся нормой, а не редким исключением, постоянные существенные изменения деятельности – разработка новых продуктов, выход на новые рынки, внедрение новых инструментов и систем управления. Для топ-менеджеров и специалистов организации, соответственно, становится нормой постоянное увеличение количества и объема решаемых задач, необходимость постоянно изыскивать резервы времени для осуществления проектов, позволяющих организации непрерывно развиваться.

Указанная потребность современных организаций в централизованном корпоративном внедрении тайм-менеджмента обусловила необходимость определить место технологий тайм-менеджмента в системе управления организацией, и соответственно, место тайм-менеджмента как научно-практической дисциплины в общем менеджменте.

Тайм-менеджмент первоначально сложился как практическая дисциплина, разрабатываемая в большей степени консультантами по управлению, нежели учеными. Ряд отечественных и западных специалистов по управлению разрабатывали практические технологии планирования, пре-



длагая их менеджерам-практикам в форме книг и учебных курсов. Среди отечественных работ в этой области стоит отметить как получившие наиболее широкое распространение исследования и подходы Г. Попова, среди западных – технологии С. Кови (США), Л. Зайверта (Германия), К. Меллера (Дания). Усилиями этих и других исследователей тайм-менеджмент к 70-м годам XX в. оформился как самостоятельная дисциплина, предлагающая менеджеру-практику широкий выбор систем планирования и самоорганизации [1].

Как правило, применение либо неприменение технологий тайм-менеджмента оставалось руководством организации на собственное усмотрение сотрудника. Поэтому в научном менеджменте сравнительно редко затрагивались вопросы самоменеджмента и персональной организации труда. Среди классиков научного менеджмента, в частности, одним из основополагающих является сформулированный Тейлором Ф. У. принцип, согласно которому стихийные, традиционные, интуитивно сложившиеся приемы и методы работы должны заменяться новыми, разработанными на научных основаниях и централизованно внедряемыми администрацией предприятия [2].

Отметим, что Тейлор Ф. У. неоднократно подчеркивает необходимость и первичность усилий руководства по повышению эффективности работника, по сравнению с его собственными усилиями, поскольку работник является не высоко заинтересованным в производительности собственного труда. Очевидно, в современных условиях при разработке методов организации умственного и творческого труда такой подход к работнику не может быть взят за основу при корпоративном внедрении технологий повышения личной эффективности [2].

Однако мысль о необходимости рассматривать вопросы личной эффективности на уровне управления фирмой в целом, не отдавая их "на произвол судьбы" (как было до Тейлора Ф. У. в области физического труда) можно считать полностью сохранившей актуальность, учитывая возрастающую долю умственного и управленческого труда в конечном продукте фирмы.

При этом анализируя современное состояние тайм-менеджмента, можно отметить следующее:

наиболее распространенные технологии классического тайм-менеджмента основаны на жестком планировании, что делает их неадекватными динамично изменяющейся бизнес-среде, и требует разработки альтернативных технологий, позволяющих гибко реагировать на непредсказуемые изменения обстоятельств;

в современном менеджменте и тайм-менеджменте практически не рассматриваются вопросы корпоративного внедрения технологий тайм-менеджмента, их использования в качестве инструмента управления организацией;

в современном менеджменте, тайм-менеджмент рассматривается исключительно как технология, позволяющая более рационально использовать рабочее время. Между тем, сделанные в рамках отечественной школы тайм-менеджмента наблюдения, позволяют ставить вопрос о применении тайм-менеджмента для развития организации, формирования корпоративной культуры, нацеленной на непрерывное повышение эффективности деятельности [2].

В данной статье разрабатываются принципы корпоративного внедрения тайм-менеджмента в условиях экономического кризиса на отечественных предприятиях:

материализованность и обозримость задач и информации (следует материализовать мысли и задачи, так как находясь "в голове", они не контролируются);

измеримость результатов, времени и эффективности (для эффективного управления необходимо измерять. Управляйте на основе фактов, а не мнений);

системность, согласованность, скоординированность работы (необходимо систематизировать работу, а именно, объединить по смыслу, структурировать. Нет системы — нет результата);

гибкость деятельности, простота планирования, оперативность реагирования (следует планировать максимально просто и гибко. Повышать скорость реагирования на изменения);

целеориентированность, определенность направления (следует формулировать цели. Оценивать любое действие по вкладу, так как каждое из которых вносит свою лепту в достижение целей);

приоритизированность, сфокусированность на главном (следует выделять важнейшее, начинать с него, уделять ему лучшее время и силы);

инвестиционность, ориентация на развитие (следует инвестировать время в будущее. Это очень трудно делать, но это окупается);

контролируемость исполнения (следует создавать обзор делегированных задач и мониторинг исполнения. Все должны знать, что вы "ничего не забываете" и всегда добиваетесь своего);

легкость работы (следует управлять рабочей нагрузкой; работать "меньше, но умнее", так как перезагруженный менеджер — профнепригоден).

Научным результатом данного исследования является разработка научно-практических принципов корпоративного внедрения тайм-менеджмента в условиях экономического кризиса. Перспективы дальнейших научных исследований в данном направлении является разработка концепций широкого внедрения тайм-менеджмента на отечественных предприятиях.

Научн. рук. Мишина С. В.

Литература: 1. Архангельский Г. А. Тайм-менеджмент : учебное пособие для вузов / Г. А. Архангельский. – М. : Маркет ДС, 2008. – 288 с. 2. Архангельский Г. А. Тайм-драйв: как успевать жить и работать / Г. А. Архангельский. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 270 с. 3. Калинин С. И. Тайм-менеджмент : практикум по управлению временем / С. И. Калинин. – СПб. : Речь, 2006. – 371 с.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

РОЛЬ КОМАНДОУТВОРЕННЯ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Проаналізовано основні бар'єри на шляху створення ефективної команди на підприємстві та рекомендовано заходи щодо поліпшення цього процесу.

Аннотация. Проанализированы основные барьеры на пути создания эффективной команды на предприятии и рекомендованы мероприятия относительно улучшения этого процесса.

Annotation. Basic barriers on the way of creation of effective command on an enterprise are analysed and measures for the improvement of this process are recommended.

Ключові слова: командоутворення, персонал, взаємодія, управління, конкурентоспроможність.

У сучасних умовах головним ресурсом ефективного господарювання є персонал. Різко зростає роль особистостей, що здійснюють процес управління. Від їхньої кваліфікації, ділової активності, уміння взаємодіяти між собою залежать перспективи розвитку підприємства та досягнення усталеної конкурентної позиції.

Однією з найбільш затребуваних особистісних якостей, поряд із професіоналізмом, є здатність персоналу діяти в команді.

Метою даної роботи є виявлення значення команди для ефективності діяльності підприємства та аналіз проблем застосування командоутворення.

Програми щодо командоутворення становлять один з найбільших феноменів сучасного управління. Однак запровадження їх в Україні має перед собою деякі труднощі, що проявляються, зокрема, в менталітеті людей. Як не намагаються багато керівників установити чіткі посадові інструкції, моделі взаємодії, щось нерідко виходить із ладу. Проблема полягає в тому, що ці заходи хоч і дають відчуття стабільності, для українського менталітету в певний момент стають нудними, і виникає спочатку неусвідомлена, а потім й усвідомлена потреба обійти або змінити ці правила.

Проблеми командоутворення розглядаються в роботах таких вчених, як: М. Белбін [1], який зробив помітний внесок в аналіз структурно-рольового дизайну ефективної команди, Гібсона Дж. Л., Доннеллі Д. Х., М. Геллерта [2], Т. Д. Зінкевич-Євстигнєєвої [3].

Більшість менеджерів сьогодні застосовують програми командоутворення завдяки тому, що саме ці заходи спрямовані на узгодження всіх членів колективу. Однак існує величезний розрив у розумінні поняття командоутворення. У результаті цього процес командоутворення включає в себе тільки поїздки до парку, ночівлі на базах відпочинку та ігри пополудні. Роббінс та Колтер визначають командоутворення як взаємодію між членами колективу для того, щоб зрозуміти, як кожен член колективу мислить і працює [4]. Як результат губиться саме уявлення про те, як кожен член команди працює. Необхідно, щоб заходи щодо командоутворення були націлені на досягнення цілей підприємства та ефективну роботу. Тому доцільним буде, щоб командоутворення мало під собою підґрунтя, пов'язане з практичною діяльністю всіх членів колективу.

Головною метою заходів командоутворення є вивчення того, як працювати як команда, надати кожному члену колективу здатність вивчити структуру роботи кожного на його робочому місці.

Процес створення команд є досить складним і тривалим кадровим процесом. При підборі кандидатів насамперед треба визначитися, які їхні характеристики є пріоритетними. Команду доцільно формувати не з фахівців сторонніх організацій, а з кадрового складу співробітників організації, які знають специфіку роботи, та їх самих добре знає колектив.

Залежно від конкретних умов і вимог пріоритет може бути відданий або високому рівню професійної кваліфікації, або особистим характеристикам кандидатів. У першому випадку нерідко виникають складності в налагодженні взаємодії між членами команди, а також між командою й всім колективом, оскільки фахівці високої кваліфікації, як правило, вже досить сформовані індивідууми. До того ж їхні мотиваційні запити досить високі [3, с. 31–32].

У другому випадку при більшій увазі до особистих характеристик кандидатів можна зібрати дієву команду, але є небезпека, що вона не буде мати необхідний вплив у колективі через недостатньо високий рівень кваліфікації.



З цього, на думку автора, випливають декілька бар'єрів на шляху створення команди. Один з них – це те, що дорослі, сформовані особистості складніше йдуть на контакт, їм важче знайомитися. Фахівці скептично відносяться до здібностей та пропозицій інших членів колективу. Це може суттєво ускладнити роботу в команді.

Другим бар'єром є те, що багато людей практично не йдуть на компроміси. Їм важко змінити своє мислення, звернутися до креативних та нових ідей. Робота разом займатиме час, а також багато зусиль. Можливо деякі люди, які працюють багато років на одному підприємстві, не взаємодіяли з іншими членами команди. Персоналу потрібно отримати деякий досвід у злагодженій роботі та усвідомити можливість досягнути разом потрібного ефекту.

Для того щоб зробити заходи щодо командування більш практичними та ефективними, автор пропонує, по-перше, розробити чітку структуру заходів. Поїздка до парку, наприклад, може привести до взаємодії, але все, що персонал пам'ятатиме, – це те, що вони просто гарно провели час та отримали заряд позитивної енергії. Тому потрібно такі заходи прив'язувати до професійної діяльності кожного члена команди.

Також керівництву необхідно поставити чіткі межі щодо того, на якому етапі взаємодії знаходяться члени команди, а також у якому напрямку розвивати цю взаємодію. Це допоможе персоналу зрозуміти один одного та зрозуміти, чому вони діють саме так.

Найкращим способом вирішування проблем є ініціативні ігри. Саме тоді можна розглянути поведінку членів команди. Кожен з членів команди може мати свої способи вирішення проблеми. Даючи змогу кожному пояснити, чому він приймає те чи інше рішення, можна сформувані практичні навички для професійної діяльності. У таких ситуаціях забуваються порядки офісу та на перший план виходить ефективність рішення. До таких ігор належать, наприклад, ігри з тематикою виживання – "ваш літак розбився, оберіть 12 речей, які допоможуть вам вижити", ігри з детективною тематикою або методи пісочної терапії [5].

На думку автора, робота команди на підприємстві має переваги та недоліки, що наведені у таблиці.

Таблиця

Переваги та недоліки роботи команди

Переваги	Недоліки
Команда здатна швидко та ефективно виконувати завдання, на яке звичайно йде багато часу	Процес формування команди займає тривалий час
Команда здатна генерувати креативні ідеї та виконувати завдання більш якісно	Необхідні додаткові кошти на проведення тренінгів, додаткове навчання членів команди
У команді виробляється досвід співпраці та взаємної допомоги	Необхідне додаткове матеріальне стимулювання
Наявність команди на підприємстві створює позитивний імідж та довіру з боку клієнтів, отже, такому підприємству буде легше отримати вигідні замовлення	В управлінні командою не припустимо застосовувати адміністративно-командні методи
Робота в команді сприяє не тільки професійному розвитку членів команди, а й духовному, формуючи систему цінностей, сприяє особистому розвитку	Кожну нову команду потрібно створювати з особливою методичністю, оскільки успіх однієї команди на професійній арені не обов'язково буде повторений іншою

Таким чином, створюючи команди керівник повинен мати на увазі всі її переваги та недоліки.

Внесок кожного учасника в роботу є дуже вагомим. Багато що в команді тримається на взаємній довірі та командному дусі. Ці категорії потребують постійної підтримки. Для цього потрібно працювати над формуванням сприятливого морально-психологічного клімату в колективі, налагодити співпрацю з лідерами колективу.

Команда – це не група людей, якою можна командувати. Команда – це група фахівців, зацікавлених у досягненні загального результату. Адже видатний менеджер Лі Якока казав: "Персонал підприємства – це як футбольна команда: вони повинні грати як єдина команда" [6].

Команда ні якою мірою не пригнічує індивідуальність окремої людини. Навпаки, кожний займає в команді місце, що відповідає його здатностям і можливостям. У команді кожен її член відчуває себе значимим та незамінним, а це є найважливішою умовою задоволеності професійною діяльністю.

Таким чином, командна діяльність сама по собі демонструє певний рівень культури робочих і міжособових контактів співробітників. Думка про те, що люди – найкоштовніший ресурс будь-якого підприємства, звичайно, не нова. Проте цей ресурс хочеться використовувати максимально ефективно. Чим більш згуртованою є команда, тим швидше і результативніше вона вирішує будь-які завдання, що дозволяє досягати ефективності в діяльності підприємства. Адже якщо продукт або послуга – загальні для декількох компаній в одному сегменті ринку, вистояти може найбільш унікальна з них, а унікальність за інших рівних умов може забезпечити персонал.



На думку автора, створення ефективної команди на підприємстві є унікальним джерелом підвищення його рентабельності за рахунок комбінації науково-технічного, виробничого, управлінського й кадрового потенціалів. Наявність команди на підприємстві дає змогу використовувати корпоративні форми прийняття рішень, скоротити втрати робочого часу завдяки високому рівню організації праці в команді. Також важливу роль для підвищення конкурентоспроможності підприємства відіграють активна ініціатива членів команди, раціональне розподілення ролей і робота на випередження.

Наук. керівн. Іванова О. Ю.

Література: 1. Heathfield S. M. How to make team building activities successful [Electronic resource]. – Access mode : <http://humanresources.about.com>. 2. Геллерт М. Все о командообразовании : руководство для тренеров / Манфред Геллерт, Клаус Новак ; пер. с нем. – М. : Вершина, 2006. – 352 с. 3. Зинкевич-Евстигнеева Т. Д. Теория и практика командообразования. Современная технология создания команд / Зинкевич-Евстигнеева Т. Д., Фролов Д. Ф., Грабенко Т. М. – СПб. : Речь, 2004. – 304 с. 4. Robbins S. P. Management / S. Robbins, M. Coulter. – 6th ed. – Prentice Hall : USA, 1999. 5. Newstrom J. W. The big book of team building games: Trust building activities, team spirit exercises, and other fun things to do / J. Newstrom, E. Scannell. – Two Penn Plaza, NY : McGraw-Hill, 1998. 6. Якокка Ли. Карьера менеджера / Ли Якокка. – М. : Попурри, 2007. – 544 с.

УДК [005.942:005.95](477)

Мальована О. Г.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

КАДРОВИЙ КОНСАЛТИНГ В УКРАЇНІ

Анотация. Проанализовано стан розвитку та обґрунтовано необхідність запровадження кадрового консалтингу у вітчизняній економіці.

Аннотация. Проанализировано состояние развития и обосновано необходимость внедрения кадрового консалтинга в отечественной экономике.

Annotation. The state of development is analysed and the necessity of introduction of the skilled consulting in a home economy is grounded.

Ключові слова: консалтинг, кадровий консалтинг, рекрутингове агентство, HR-консалтинг, організаційна культура підприємства, мотивація, стимулювання.

Ще з радянських часів девіз "Кадри вирішують все!" не викликає сумнівів у тих, хто займався організацією бізнесу. У вас може бути перспективна бізнес-ідея, передове устаткування, ексклюзивна сировина, але якщо працівники недостатньо кваліфіковані або працюють "у півсили", ваша перевага буде значно понижена, а то і зовсім "зійде нанівець". Питання професійної кваліфікації достатньо специфічне, а організація бізнес-процесу і мотивація працівників стосується, мабуть, будь-якого керівника.

Проте проблема стимулювання персоналу – це складна система взаємозв'язаних питань, тому різні аспекти цієї сфери слід розглянути в декількох статтях. Перш за все необхідно звернути увагу на матеріальне і нематеріальне стимулювання. Дослідження показують, що тільки близько 20 % працездатних людей за ситуації, коли вони будуть повністю матеріально забезпечені, не стануть більше працювати. Це говорить про те, що у великій кількості випадків матеріальна мотивація не має вирішального значення [1].

У зв'язку з цим актуальним є питання розвитку кадрового консалтингу.

Метою даного дослідження є аналіз можливостей розвитку кадрового консалтингу в Україні.

У літературі існує декілька визначень двох основних понять, що стосуються сфери стимулювання персоналу. Перше з них – організаційна культура підприємства – базується мотивація і стимулювання персоналу, друге – кадровий консалтинг – це інструментарій для оптимізації роботи з персоналом.

© Мальована О. Г., 2010



Вивченням цього питання займалися чимало вчених-економістів як вітчизняних, так і вчених з усього світу. Серед наших співвітчизників можна виокремити: А. Жуковську, В. А. Коростельова та ін.

Організаційна культура підприємства – унікальна для кожної організації сукупність формальних і "неписаних" норм поведінки і взаємодії, якій підкоряються члени організації, структура управління, система винагород і способів їх розподілу, цінності, унікальні для даної організації, моделі комунікації, базисні переконання, які розділяються членами організації, що діють підсвідомо і визначальні спосіб бачення себе і оточення. Організаційна культура – це той елемент організації, який дозволяє зробити бізнес-ідею таким, що реалізовується і ефективною, досягти ефективності праці й отримати вигоду з використання людського ресурсу.

Кадровий консалтинг – це система організаційно-психологічних заходів щодо діагностики і, з потреби, корекції організаційної структури і/або культури підприємства (організації) з метою поліпшення виробничих показників, оптимізації соціально-психологічного клімату, посилення мотивації персоналу [2].

Щоб організація працювала чітко і злагоджено, щоб фахівці віддавали роботі максимум сил і здібностей, де треба чітко виконували вказівки, а де треба – проявляли творчий підхід до справи, і необхідно, щоб організація задовольняла їх потреби. Відповідно, щоб підприємство було зацікавлене в задоволенні потреб працівника, потрібно, щоб і він задовольняв потреби підприємства.

Розглянемо потреби підприємства відносно працівника: працівник має заробляти для підприємства грошей більше, ніж витрачається на його заробітну плату; працівник повинен робити точно те, що йому наказано технологією; працівник має бути адекватно ініціативний, в потрібний час використовувати творчий підхід до реалізації своїх функцій; працівник повинен уміти в нестандартній ситуації прийняти і реалізувати оптимальне рішення.

А також розглянемо іншу сторону – потреби працівника відносно підприємства: підприємство повинне забезпечити матеріальний рівень працівника; підприємство має забезпечити працівникові певний ступінь психологічного комфорту (це дуже багатофакторна вимога); крім того, працівник прагне до мінімізації витрат своєї праці.

Якщо за професійними якостями працівник відповідає своєму робочому місцю і робота на підприємстві задовольняє його провідні потреби, такий працівник віддаватиме своєму підприємству максимум своїх сил, знань і здібностей. Він зароблятиме для підприємства набагато більше, ніж підприємство витратить на нього і організацію його роботи. Звучить перспективно! Але врахувати особливості й індивідуальність кожного працівника підприємства – дуже складне завдання.

Саме для вирішення подібного роду питань виник кадровий консалтинг.

Попит на консалтингові послуги в Україні постійно й динамічно зростає завдяки впливу сталої західної практики. Темпи розвитку компанії з кожним роком збільшуються, і консалтинг стає тим необхідним параметром, який забезпечує життєдіяльність кожної з них.

Світові дослідження підтверджують: компанії, які піддаються фінансовим коливанням бізнесу і стикаються з проблемою високої плинності кадрів, вважають технологію залучення зовнішніх ресурсів високоефективним рішенням, що дозволяє скоротити витрати більш ніж на 20 % [3].

Бізнес зростає, а разом з ним і попит на людські ресурси, тому компанії починають використовувати порівняно нові (на нашому ринку) рішення для задоволення потреб свого бізнесу.

"Займайтеся своїм бізнесом – ми подбаємо про все інше", – так може звучати слоган будь-якої консалтингової компанії. Дійсно, однією з основних переваг компанії, що вирішила передати певні функції консалтинговій компанії, у тому числі й у сфері HR, є можливість концентрувати зусилля й ресурси на кореневому бізнесі. Так, американські консультанти вважають, що в організації з чисельністю працівників до 100 осіб взагалі не повинно бути HR-фахівців. Невеликим компаніям краще весь потенціал спрямовувати на розвиток основного бізнесу, а додаткові, так би мовити не-профільні функції, довірити сторонній організації – професіоналу у своєму виді діяльності [3].

HR-консалтингові послуги можуть використовуватися на різних етапах розвитку компанії: стадії зародження й становлення компанії, реорганізації та нововведень, а також ситуації кризового стану.

Аналізуючи HR-консалтинг як окремий професійний напрямок консультаційних послуг, слід мати на увазі надання допомоги компанії. Ця допомога виражена у створенні ефективної системи залучення, управління й утримання персоналу, що дозволяє перетворити кадровий ресурс у стратегічну перевагу компанії.

Розглядаючи поняття Human Resource (HR), говоримо про сукупність людських ресурсів на підприємстві. Спектр послуг, які надаються HR-консалтинговими компаніями, дуже широкий – від пошуку персоналу, розробки систем мотивації до організації корпоративних заходів.

В Україні однією з найбільш поширених функцій компанії, переданих у консалтинг, є пошук і підбір персоналу. Навіщо компанії, яка займається виробництвом конкретних товарів (наприклад, жувальних гумок чи океанічних суден), акумулювати й оновлювати базу даних кандидатів різних спеціальностей, маючи для цього цілий штат спеціально навчених рекрутерів й асистентів, місце для масового інтерв'ювання тощо, коли можна просто звернутися до рекрутингового агентства. Воно щодня виконує цю роботу й має всі необхідні ресурси, у тому числі знання й досвід [4].

Найбільш затребуваними на ринку залишаються послуги рекрутингових агентств. Трохи почав спадати попит на бізнес-навчання. Новий напрямок національного HR-консалтингу – аутсорсинг функції HR-адміністрування (ведення кадрової документації) та нарахування заробітної плати співробітникам (Payroll). Набирають обертів послуги з оцінки персоналу, розробки комплексних систем для роботи з людським ресурсом.

Науковим результатом даного дослідження є обґрунтування необхідності розвитку й удосконалення кадрового консалтингу в Україні. Перспективою подальших наукових досліджень у даному напрямі є уточнення сутності поняття "кадровий консалтинг".

Наук. керівн. Мишина С. В.

Література: 1. Жуковська, А. Перспективи розвитку ринку кадрового консультування в Україні / А. Жуковська // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 1. – С. 51–56. 2. Коростельов В. А. Роль консалтингу в управлінні бізнесом : навч. посібн. / В. А. Коростельов. – К. : МАУП, 2004. – 252 с. 3. Борисенко Л. Ключ від таємних дверей / Л. Борисенко // Консалтинг в Україні. – 2007. – № 2. – С. 12–14. 4. Коростельов В. А. Управлінське консультування : навч. посібн. / В. А. Коростельов. – К. : МАУП, 2003. – 104 с.

УДК 005.591.6

Токарь Е. С.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

Аннотация. Проанализированы подходы к рассмотрению сущности реинжиниринга бизнес-процессов, уточнен перечень влияющих на них факторов.

Анотація. Проаналізовано підходи до розгляду суті реінжинірингу бізнес-процесів, уточнено перелік факторів, які на них впливають.

Annotation. Approaches to consider the essence of business process reengineering, updated list of influencing factors.

Ключевые слова: реинжиниринг бизнес-процессов, предприятие, инвестиции, персонал, руководитель, инициатива, планирование, мотивация, консультация, технологическая поддержка.

Переход к рыночному механизму функционирования экономики вызвал необходимость реформирования деятельности предприятий. Одним из самых эффективных подходов к реформированию является реинжиниринг бизнес-процессов, на основе современных информационных технологий, вызвавший активный интерес у специалистов в области управления во всем мире, чем и обусловлена актуальность темы исследования.

Целью данного исследования является уточнение перечня и сущности факторов, влияющих на процесс реинжиниринга.

Следует отметить, что реинжиниринг бизнес-процессов – это фундаментальное переосмысление бизнес-процессов предприятия для достижения резких, скачкообразных улучшений в основных актуальных для предприятия показателей их деятельности, таких, как: стоимость, качество, услуги и темпы производства. Смысл реинжиниринга кроется в необходимости для предприятия (организации) выявить основные процессы своей деятельности, максимально упростить их и сделать как можно более эффективными в целях коренного улучшения основных показателей.

Впервые термин "реинжиниринг бизнес-процессов" как новая революционная технология улучшения был введен Майклом Хаммером в 1990 г. в статье "Реинжиниринг: не автоматизируйте – уничтожайте". Одной из основных его особенностей является ориентация не на функции, а на процессы. Хаммер рассматривает это направление как революцию в бизнесе, которая знаменует отход от базовых принципов построения предприятий и превращает конструирование бизнеса в инженерную деятельность [1].

Реинжиниринг можно описать четырьмя ключевыми характеристиками: фундаментальность, радикальность, резкость (скачкообразность), бизнес-процессы.

Фундаментальный процесс предполагает, что на начальной стадии реинжиниринга необходимо определится: с какой целью компания делает то, что она делает, для чего компания осуществляет это таким способом, какой стремится стать компания. При этом специалисты должны переосмыслить текущие правила и положения ведения бизнеса и часто оказывающиеся устаревшими, ошибочными или неуместными.

© Токарь Е. С., 2010



Радикальный процесс заключается в радикальном перепроектировании – это изменение всей существующей системы, а не только поверхностные преобразования, то есть в ходе радикального перепроектирования предлагаются совершенно новые способы выполнения работы.

Рассматривая резкий (скачкообразный) процесс, следует отметить, что реинжиниринг не применяется в тех случаях, когда необходимо улучшение либо увеличение показателей деятельности компании на 10 – 100 %, а используются более традиционные методы, применение которых не сопряжено со значительным риском. Реинжиниринг целесообразен только в тех случаях, когда требуется достичь резкого (скачкообразного) улучшения показателей деятельности компании (500 – 1000 % и более) путем замены старых методов управления новыми. Реинжиниринг изменяет сам способ выполнения бизнес-процесса, делая его более эффективным. Одними из возможных следствий этого могут стать сокращение затрат, а также увеличение производительности, улучшение качества, снижение количества ошибок, потерь или брака, сокращение численности занятого персонала, повышение уровня удовлетворенности потребителей.

Бизнес-процесс – это самое важное в определении бизнес-реинжиниринга, но оно наиболее трудно понимается управляющими. Это горизонтальное понятие иерархии внутренних и зависимых между собой функциональных действий, конечной целью которых является выпуск продукции или отдельных ее компонентов [2].

Быстро изменяющееся окружение может свести на нет усилия по постепенному совершенствованию бизнес-процессов, ведущему всего лишь к незначительным улучшениям. К тому же такое совершенствование может оказаться чересчур медленным и запоздалым. Поэтому один из решающих факторов успеха реинжиниринга – стремительность его преобразования в жизнь. Поскольку этот процесс предполагает коренную ломку устоявшихся управленческих функций и характера выполняемых менеджерами работ, инициировать и возглавить этот процесс должно высшее руководство компании. Не менее важным фактором успеха следует считать настроенность персонала на решительную и быструю перестройку не только на организационной структуре корпорации, но и, самое главное, на коренное изменение самого характера работы каждого сотрудника и его рабочего окружения. Формирование команд, осуществляющих реинжиниринг бизнес-процессов, требует значительных инвестиций, необходимых для проведения первоначального анализа бизнес-процессов, их перепроектирования и последующего внедрения в практику функционирования организации. Если менеджер фактически обладает небольшой властью, то зачастую и его подчиненные недостаточно инициативны. Сила власти лидера проявляется и подтверждается самостоятельными и инициативными действиями подчиненных. Реинжиниринг бизнес-процессов требует от руководства формирования и распространения разделяемого всеми сотрудниками единого понимания будущего организации и своего вклада в его достижение, создания окружающей среды и инфраструктуры, которые бы активно способствовали обучению персонала и его профессиональному росту.

Объектом реинжиниринга является не организации, а процессы. Компания подвергает реинжинирингу не свои отделы продаж или производства, а работу выполняемую персоналом этих отделов. В литературе выделяют такие этапы реинжиниринга бизнес-процессов на предприятии [3]:

1) планирование и начало работ (выявление причин проведения реформы, подготовка плана проекта, согласование его с руководством, выбор консультантов и внешних экспертов, подбор группы реинжиниринга);

2) исследования (аналитическое обследование опыта компаний с подобными процессами, сбор рабочих данных, обзор изменений и вариантов технологий, посещение семинаров и чтение литературы по данной теме);

3) проектирование (разработка 3 – 5 комплексных моделей, создание картины идеального процесса, разработка организационной структуры с учетом новой модели, определение технологических требований для ее реализации, составление краткосрочных и долгосрочных мероприятий по реализации проекта);

4) утверждение (анализ затрат, прогнозирование прибыли, оценка конкурентоспособности);

5) внедрение (определение новых рабочих обязанностей, разработка систем поддержки, первичные испытания, подготовка персонала, поэтапный план внедрения).

Следует отметить, что на процесс реинжиниринга, как и на любой другой процесс, значительное влияние осуществляют определённые факторы, такие, как мотивация, руководство, сотрудники и коммуникации. Мотив осуществления проекта реинжиниринга должен быть ясно определен и зафиксирован. При этом высшее руководство должно быть абсолютно убеждено, что этот проект действительно даст значительный результат, и понимать, что полученный результат вызовет изменение структуры компании. Чтобы обеспечить успех, руководство должно верить в необходимость реинжиниринга, проводимого в масштабах всей компании, и предоставить в распоряжение команды по реинжинирингу лучшие силы. Проект должен выполняться под управлением руководителей компании.

Для успеха проекта очень важно твердое и умелое управление. Руководителю проекта следует понимать, что возникнут трудности, неизбежные при построении новой компании. Он обязан прилагать все усилия для продвижения проекта и своевременного его завершения. Сотрудники в команде, выполняющей проект реинжиниринга и контролирующей его проведение, должны понимать, почему проект приведен в действие, принимать свои новые обязанности, быть способными выполнять их. По сути, все работники должны освоить и устойчиво реализовывать новый набор образцов поведения. Группа, на которую следует обратить особое внимание специалистов, мене-



джеры среднего уровня. Американский исследователь Б. Виллох определяет три категории менеджеров такого уровня [4]: 1) "тигры" – молодые карьеристы, которые хотя и участвуют в проекте по реинжинирингу с энтузиазмом, имеют тенденцию концентрироваться на собственных задачах в ущерб общим целям проекта; 2) "ослы" – старейшие сотрудники, достигшие пика карьеры, которые хотят спокойствия и стабильности в компании, они могут серьезно навредить проекту; 3) "акулы" – сотрудники, которые разработали процедуры и инструкции для управления операциями компании, они часто имеют реальную силу в компании и могут создать огромные проблемы, саботируя реальные перемены в жизни компании. Новые задачи компании должны быть четко сформулированы и понятны каждому сотруднику. Успешность реинжиниринга зависит от того, насколько руководство и рядовые сотрудники понимают, как достичь стратегических целей компании.

В данной статье автор предлагает принимать во внимание такие значительные факторы, как: технологическая поддержка и консультации. Для проведения работ по реинжинирингу необходима поддержка, технологическая поддержка, соответствующие методики и инструментальные средства. Реинжиниринг обычно включает в себя построение информационной системы для поддержки нового бизнеса. И второй не менее важный фактор – консультация. Консультанты могут оказать существенную помощь исполнителям, впервые осуществляющим реинжиниринг. Важно, чтобы консультанты исполняли поддерживающую, а не управляющую роль, и не входили в штат компании. Поэтому руководитель проекта реинжиниринга должен быть грамотным заказчиком услуг консультантов.

Не следует рассматривать реинжиниринг бизнес-процесов как дополнительное мероприятие, а тем более приравнивать его к внедрению компьютерных информационных систем, так как суть реинжиниринга состоит в том, чтобы построить рациональную систему управления предприятием, главной целью которой является взаимодействие человеческих и материальных ресурсов.

Подводя итог хочется отметить, что реинжиниринг не просто модная тенденция, а следствие жесточайшей конкурентной борьбы, которая требует внедрения наукоемких инновационных технологий как средств повышения производительности и эффективности деятельности предприятия. Данное направление стремительно развивается и занимает значительное место в системе научных знаний.

Научным результатом данного исследования является уточнение перечня и сущности факторов, влияющих на реинжиниринг бизнес-процесов. Перспективой дальнейших научных исследований в данном направлении есть усовершенствования реинжиниринга бизнес-процесов.

Научн. рук. Мишина С. В.

Литература: 1. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи ; пер. с англ. В. С. Катякало. — СПб. : Издательство С.-Петербургского университета, 1997. — 332 с. 2. Робсон М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процесов / М. Робсон, Ф. Уллах ; пер. с англ. Н. Д. Эриашвили. — М., 1997. — 224 с. 3. Бусыгин А. В. Эффективный менеджмент / А. В. Бусыгин. — М. : Финпресс, 2000. — 232 с. 4. Баринов В. А. Элитариум – центр дистанционного образования : статья [Электронный ресурс] / В. А. Баринов // Smart education. – Режим доступа : <http://smart-edu.com/indiv.php/stati-upravlenie-izmenenijami/html>.

УДК 658.62

Верцинская О. И.

Студент 3 курса
факультету економіки і права ХНЕУ

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Рассмотрена сущность понятия "управление качеством", уточнен перечень и содержание этапов управления качеством продукции.

Анотация. Розглянуто сутність поняття "управління якістю", уточнено перелік і зміст етапів управління якістю продукцією.

© Верцинская О. И., 2010



Annotation. The essence of concept "quality management" is considered, a list and maintenance of the stages of quality of products management is specified.

Ключевые слова: качество, продукция, производство, управление, предприятие, продажа, товар, контроль, расходы.

В условиях глобализации мировой экономики и интеграции хозяйственных связей, существенного повышения требований к стратегии развития рыночных субъектов, ориентированной на обеспечение конкурентоспособности на национальном и международном рынках, кардинальной трансформации потребительских ценностей особое значение приобретает всеобщее управление качеством, которое обеспечивает достижение необходимого уровня качества товаров и услуг в единстве с постоянным процессом по его совершенствованию.

Значительный вклад в решение проблемы управления качеством внесли зарубежные исследователи: Э. Деминг, Дж. Джуран, П. Даккер, К. Ишикава, Я. Монден, П. Роминг, Г. Тагути, Ф. Тейлор, А. Фейгенбаум, Дж. Харрингтон, В. Шухарт [1].

Целью данного исследования является рассмотрение теоретических аспектов управления качеством продукции.

Качество – это понятие многоплановое, обеспечение его требует объединения творческого потенциала и практического опыта многих специалистов. Проблема повышения качества может быть решена только при совместных усилиях государства, управления, руководителей и членов трудовых коллективов предприятий. Важную роль в решении этой проблемы играют потребители, диктующие свои требования и запросы производителям товаров и услуг. Улучшение качества продукции – важнейшее направление интенсивного развития экономики, источник экономического роста, эффективности общественного производства. В этих условиях возрастает значение комплексного управления качеством продукции и эффективностью производства. Управление качеством на предприятии является одним из звеньев описываемого цикла управления [1].

Основные характеристики этапов, которые выполняются в процессе управления качеством, по мнению автора следующие:

этап планирования – который подразумевает проектирование и заключается в использовании руководством предприятия результатов исследования рынков, расчетов коэффициента эффективности капитальных затрат, технического уровня предприятия, оценки эффективности контроля, предполагаемой себестоимости, ожидаемого объема реализации при формировании стратегии и тактики предприятия;

этап осуществления – это воплощение запроектированного качества конструкции в готовую продукцию. Она предусматривает проектирование технологических процессов, определение вида используемого оборудования, машин, инструментов, а также методов работы и контроля. Функцией осуществления предусматриваются обучение и тренировка исполнителей работ. Все это в комплексе преследует цель – сохранить степень соответствия продукции техническим требованиям или по возможности улучшить эти показатели;

этап контроля – осуществляется как на стадии изготовления продукции, так и путем выявления истинных достоинств товара после поступления его на рынок. Иными словами, пригодность товара подтверждается посредством сбыта;

этап управляющего воздействия – подразумевает меры по реализации продукции и соблюдению способов продажи товара, предусмотренных планом, проведение мероприятий по техническому обслуживанию (сервиса) в случае, когда реализованный товар не отвечает требованиям качества.

Кроме этого, она включает сбор информации о качестве реализованного на рынке товара, выявление возможности улучшения качества, изучение мнения потребителя о качестве товара для внесения необходимых изменений в процессе производства. Для четкого управления перечисленными функциями планирования – осуществления – контроля – управляющего воздействия необходимо, чтобы все службы и отделы предприятия, владея техникой управления и контроля, специальной технологией, а также статистическими методами и располагая представлениями о значении качества, с ответственностью за его уровень выполняли возложенные на них обязанности [2].

Можно утверждать, что управление качеством на предприятии – это такой вид руководящей деятельности, который обеспечивает проектирование, изготовление и реализацию товаров, обладающих достаточно высокой степенью полезности и удовлетворяющих запросы потребителей. Система управления качеством представляет собой согласованную рабочую структуру, действующую в фирме и включающую эффективные технические и управленческие методы, обеспечивающие наилучшие и наиболее практичные способы взаимодействия людей, машин, а также информации с целью удовлетворения требований потребителей, предъявляемых к качеству продукции, а также экономии расходов на качество [3].

Таким образом, можно сделать вывод, что управление качеством продукции на предприятии – это руководящая деятельность по обеспечению проектирования, изготовления и реализации товаров, обладающих достаточно высокой степенью полезности и удовлетворяющих запросы потребителей, и что оценить уровень качества этой продукции можно по качественным и количественным признакам. Если они соответствуют стандартам, то продукцию следует сертифицировать. Конечная цель проведения сертификации – это не только повышение качества продукции и услуг, но и гарантии безопасности живущим сегодня и сохранение здоровой среды обитания для тех, кто будет жить завтра.

Таким образом, научным результатом данного исследования является уточнение перечня и содержания этапов управления качеством продукции. Перспективой дальнейших научных исследований в данном направлении является разработка действенных механизмов управления качеством продукции.

Научн. рук. Мишина С. В.

Литература: 1. Богатин Ю. В. Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия / Ю. В. Богатин. – М. : Изд. Стандарт, 2008. – 150 с. 2. Амиров Ю. Д. Оценка качества продукции и рыночная экономика / Ю. Д. Амиров, А. Н. Печенкин // Стандарты и качество. – 2008. – № 10. – С. 53–50. 3. Глазунов А. В. Документы системы ИСО-9000. -1 / А. В. Глазунов // Стандарты и качество. – 2007. – № 6. – С. 56–60. 4. Швец В. Е. Менеджмент качества в системе современного менеджмента / В. Е. Швец // Стандарты и качество. – 2007. – № 6. – С. 48–50.

УДК 005.95

Пересада А. С.

Студент 3 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СУТНІСТЬ І ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Анотація. Проаналізовано проблему управління персоналом, планування діяльності підприємства, кадрову політику, мотивацію і стимулювання працівників, інші важливі складові частини роботи керівника як менеджера.

Аннотация. Изучено проблему управления персоналом, планирование деятельности предприятия, кадровую политику, мотивацию и стимулирование работников, другие важные составные части работы руководителя как менеджера.

Annotation. A problem of management of the personnel, planning of activity of the enterprise, personnel selection, motivation and stimulation of workers, other important components of work of the head as manager are studied.

Ключові слова: управління, персонал, трудовий колектив, контроль, стимулювання, мотивація, організаційні структури, конфлікти на підприємстві, ефективність управління, результативність.

Управління персоналом є одним з найважливіших аспектів теорії і практики управління підприємством. Управління людьми безсумнівно має важливе значення для всіх організацій — великих та малих, комерційних і некомерційних, промислових і діючих у сфері послуг. Без людей немає організацій. Без гарних управлінців жодна організація не зможе досягти своїх цілей та вижити.

Управління персоналом займає провідне місце в системі управління підприємством і вважається основним критерієм його економічного успіху [1].

Актуальність теми полягає в тому, що в останні роки, все більшу увагу привертають до себе інструменти управління, і в рамках вивчення навчальної дисципліни "Управління персоналом" доцільно провести дослідження теоретичного та практичного аспектів вирішення проблем на малому підприємстві.

Метою роботи є вивчення та аналіз процесу і технологій вирішення проблем управління персоналом, розгляд досвіду вирішення завдань якісного комплектування кадрами підприємства.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: проаналізувати систему управління персоналом; розглянути проблему конфліктів у колективі; зробити висновки для підвищення ефективності управління персоналом через вирішення конфліктів; досліджувати методи вирішення конфліктів.

Проблеми управління персоналом досліджувалися з різних точок зору і за цією темою опубліковано досить багато праць. Зокрема, проблеми ефективності управління персоналом вивчалися багатьма вченими, а саме: Александров А. В., Гатовский Л. М., Журавльов А. Г., Кирпа І. М., Ковальова Г. А., Котляр А. Е., Кочкіна Н. В., Мазирін В. П., Неверовського О. М., Папули П. А., Пономарьов Л. М., Попов Г. Х., Рак Н. Г., Рейльян Я. Р., Розанова В. А., Чичканов В. П., Яновський А. М. та ін. Так, у роботах Гатовского А. Г. описані різні підходи до оцінки ефективності управління персоналом. Він пропонує використовувати індивідуальні та групові коефіцієнти, що дозволяють прямо або побічно оцінити продуктивність праці, а також співвідношення фінансування і вироблення. Однак

© Пересада А. С., 2010



такий підхід не враховує специфіку холдингу, у якому є різні умови праці, а також присутня проблема ротації персоналу, оцінка якої має істотний вплив на оцінку ефективності управління персоналом [2].

В управлінні підприємством виділяють дві частини: управління діяльністю і управління людьми. Управління діяльністю складається з планування діяльності, постановки виробничих завдань, створення системи вимірювання виробленої роботи, контролю за виконанням завдань. Управління людьми включає забезпечення співробітництва між усіма членами трудового колективу, кадрову політику, навчання, інформування, мотивацію працівників та інші важливі складові частини роботи керівника як менеджера [3].

Існують приклади різного тлумачення самого поняття "управління персоналом", при визначенні якого одні автори оперують метою і методами, за допомогою яких можна досягти цієї мети, тобто акцентують увагу на організаційній стороні управління, в той час як інші наголошують на змістовній частині, яка відображає функціональну сторону управління (таблиця) [4].

Таблиця

Семантика поняття "управління персоналом"

Сутність поняття	Підхід
Управління персоналом — діяльність (процес) щодо забезпечення організації необхідною кількістю співробітників потрібної компетенції, їх мотивацію й ефективного використання як в економічному, так і соціальному плані	Управління персоналом як цілісна система
Управління персоналом — визначення потреби в персоналі, залучення персоналу, задіяння в роботі, а також структурування робіт, політика винагороди та соціальних послуг, політика участі в успіху, управління витратами на персонал, керівництво співробітниками	Управління персоналом як область (сферу, функцію) діяльності, характерну для всієї організації
Управління персоналом — система розробки і реалізації взаємопов'язаних, ретельно продуманих на рівні організації рішень з приводу регулювання відносин праці та зайнятості	Управління персоналом з точки зору прийняття рішень
Управління персоналом — сукупність механізмів, принципів, форм і методів впливу на формування, розвиток та використання персоналу організації, що реалізуються як низка взаємопов'язаних напрямків та видів діяльності.	Управління персоналом з методологічної точки зору (управління персоналом виступає одночасно як система організації, як процес і як структура)
Управління персоналом — формування і направлення мотиваційних установок працівника відповідно до завдань, які стоять перед організацією	Мотиваційний підхід
Управління персоналом — облік взаємозв'язків між окремими аспектами управління персоналом, який виражається в розробці кінцевих цілей, визначенні шляхів їх досягнення, створенні відповідного механізму управління, що забезпечує комплексне планування, організацію та стимулювання роботи з персоналом	Системний підхід
Управління персоналом — поглиблення взаємодії і взаємозв'язків між компонентами системи управління по вертикалі — між рівнями управління і підрозділами, і по горизонталі — за стадіями життєвого циклу організації, культури; ступінь узгодженості економічних інтересів	Інтеграційний підхід

Таким чином, проаналізувавши різні підходи до визначення, під управлінням персоналом слід розуміти цілеспрямовану діяльність керівного складу організації, підрозділів системи управління персоналом, що включає розробку концепцій і стратегій кадрової політики, принципів і методів управління персоналом.

Система управління персоналом становить сукупність прийомів і методів впливу підприємством на своїх співробітників з метою максимального використання їх потенціалу для досягнення виробничих цілей. Зміст системи управління персоналом складає ряд елементів, найбільш важливими з яких є: формування кількісного та якісного складу кадрів, система підготовки і перепідготовки працівників, система оплати праці, міжособистісні стосунки між працівниками та адаптація працівників на підприємстві.

Принципи управління персоналом — правила, основні положення і норми, і повинні наслідувати керівники та фахівці у процесі управління персоналом підприємства [5].

Автор вважає, що основним принципом управління персоналом є спрямованість політики управління на забезпечення балансу між економічною та соціальною ефективністю використання людських ресурсів.

Ключовими принципами управління персоналом є: обов'язковість для виконання працівниками будь-якої посадового рівня принципів політики з управління персоналом, універсальність (спрямованість на забезпечення комплексу заходів, що дозволяють вирішити будь-які виробничі, професійні та соціальні ситуації), ефективність, об'єктивність і постійне удосконалення методів управління персоналом на основі сучасних концепцій управління персоналом з урахуванням особливостей і стандартів підприємства. Вирішальними чинниками результативності діяльності людей стають стимулювання і мотивація їхньої праці [6].



На думку автора, сьогодні є колосальна кількість способів впливу на мотивацію конкретної людини, причому діапазон їх постійно зростає. При всій широті методів, за допомогою яких можна мотивувати працівників, керівник компанії повинен сам вибирати, яким чином стимулювати кожного працівника для підвищення продуктивності праці. Якщо цей вибір зроблено вдало, то керівник отримує можливість координувати зусилля багатьох людей і спільно реалізовувати потенційні можливості групи людей колективу на благо процвітання фірми і суспільства в цілому.

Автор пропонує як цільовий об'єкт управління персоналом в організації виділення результативності, що означає:

при плануванні потреби в персоналі — скільки і яких працівників потрібно підприємству для досягнення необхідних економічних результатів;

при відборі — персоналу враховуються здатності кандидата виробляти необхідний обсяг продукції;

при адаптації — основною є успішність саме професійної адаптації. Стимулювання буде тісно пов'язане з кількістю праці працівника й обсягом виробленої продукції;

при розвитку персоналу — які якості слід розвивати для підвищення результативності;

при оцінці — наскільки результативним працює працівника;

при трудових переміщеннях — де у системі розподілу праці здібності працівника будуть застосовуватися з більшою економічною користю для організації;

при організації праці — як раціональніше організувати робоче місце, визначити склад функцій для збільшення економічних результатів праці працівника т. п.

Вивчивши дану проблему, автор стверджує, що ефективне управління організацією або підприємством неможливе без створення всередині нього такої атмосфери, коли весь персонал зацікавлений у досягненні спільної мети, кожен відчуває свою особисту причетність до перемог і поразок колективу. Сьогодні успіх чи невдача в бізнесі багато в чому залежать від творчої активності працівників організації, їх готовність взяти на себе відповідальність за прийняті рішення. Необхідне розуміння того, що загальний високий рівень управління може скластися лише в тому випадку, якщо кожен буде працювати, максимально реалізуючи свій потенціал.

Наук. керієн. Іванова О. Ю.

Література: 1. Веселов А. Т. Как улучшить управление организацией / А. Т. Веселов. — М. : Слим, 2002. — 278 с. 2. Ковалик В. М. Теория и практика управления / В. М. Ковалик. — М. : Канди, 2004. — 345 с. 3. Захаров М. И. Мотивация и управление / М. И. Захаров. — М. : Изд-во РАЦС, 2004. — 214 с. 4. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом / А. Я. Кибанов. — М. : ИНФРА-М, 2002. — 640 с. 5. Маслоу А. Г. Мотивация и личность / А. Г. Маслоу. — М. : ИНФРА-М., 2001. — 218 с. 6. Трофимов Н. С. Современное управление персоналом организации / Н. С. Трофимов. — СПб. : Канди, 2005. — 298 с.

УДК 005.57

Рыбас И. Л.

Студент 3 курса
факультета экономики и права ХНЕУ

СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ КОММУНИКАЦИЙ

Аннотация. Рассмотрена сущность, проанализированы определения понятия "коммуникации"; предложена усовершенствована классификация коммуникаций.

Анотация. Розглянуто сутність, проаналізовано визначення поняття "комунікації"; запропоновано вдосконалена класифікація комунікацій.

Annotation. The essence is considered, the determination of the concept "communications" are analyzed; improved classification of communication is offered.

Ключевые слова: классификация, коммуникация, межличностные коммуникации, организационные коммуникации, вербальные коммуникации, невербальные коммуникации.

Роль коммуникаций очевидна как на малых фирмах, так и в мощных компаниях и корпорациях. От эффективности коммуникационных связей и взаимодействий зависит будущее не только

© Рыбас И. Л., 2010



предприятия, как хозяйствующего субъекта на рынке, но также и людей, работающих на данном предприятии, а на глобальном уровне и благополучие всей страны в целом.

Цель данного исследования состоит в анализе подходов к классификации коммуникаций, а также в поиске направлений ее усовершенствования.

Согласно исследованиям руководитель от 50 до 90 % всего времени тратит на коммуникации. Это кажется невероятным, но становится понятным, если учесть, что руководитель занимается этим, чтобы реализовать свои роли в межличностных отношениях, информационном обмене и процессах принятия решений, не говоря об управленческих функциях планирования, организации, мотивации и контроля. Наиболее удачным, по мнению автора, является определение, предложенное автором Игнатъевой А. В.

В литературе нет единого подхода к определению сущности понятия "коммуникации" (таблица).

Таблица

Определения понятия "коммуникации"

Определение	Источник
Коммуникация – это средство, с помощью которого в единое целое объединяется организованная деятельность	Туленков М. В. [1, с. 145–151]
Коммуникации – это связующие нити, объединяющие взаимозависимые части организации	Веснин В. Р. [2, с. 122]
Коммуникация (лат. communicatio) – буквально означающее "общее" или "разделяемое всеми". В практическом плане – это процесс обмена идеями и информацией между двумя и более людьми, ведущий к взаимному пониманию	Виханский О. С. [3, с. 310]
Коммуникация – это обмен информацией, на основе которого руководитель получает информацию, необходимую для принятия эффективных решений, и доводит принятые решения до сотрудников организации	Салига С. Я. [4, с. 120]
Коммуникации – это обмен информацией между двумя людьми и более	Андреев В. И. [5, с. 254]
Коммуникация – это процесс двустороннего обмена мыслями и информацией, который ведёт к достижению взаимопонимания	Максимцов М. М. [6, с. 145]

Именно это определение позволяет разработать научно-обоснованную классификацию коммуникаций [7].

В литературе выделяют такие виды коммуникаций [7]:

межличностные или организационные коммуникации на основе устного общения; а также на основе письменного обмена информацией.

Организационные коммуникации в свою очередь делятся на: формальные или официальные, неформальные коммуникации.

Среди формальных организационных коммуникаций выделяют: вертикальные, горизонтальные.

Межличностные коммуникации делят на:

вербальные (словесные); невербальные, призванные осуществить обмен информацией без применения слов, например с помощью жестов, интонаций голоса, мимики и т. д.

Все эти классификации не учитывают связь со средой их происхождения коммуникаций. Поэтому автором предложено дополнительный классификационный признак. Он носит название: зависимость от среды возникновения. По этому признаку следует выделять: внутренние, внешние, смешанные коммуникации.

Научная новизна данного исследования состоит в усовершенствовании классификации коммуникаций за счет введения дополнительного признака. Перспективой дальнейших научных исследований в данном направлении является разработка иерархической классификации коммуникаций.

Научн. рук. Мишина С. В.

Литература: 1. Туленков М. В. Вступ до теорії та практики менеджменту : навч. посібник / М. В. Туленков. – К. : МАУП, 2008. – 357 с. 2. Веснин В. Р. Основы менеджмента : учебник / В. Р. Веснин. – М. : ИМПЭ. Изд. "Триада, Лтд", 2008. – 432 с. 3. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Изд-во МГУ, 2005. – 235 с. 4. Салига С. Я. Основы менеджменту / С. Я. Салига. – Харьков : "ОКО", 2008. – 295 с. 5. Андреев В. И. Саморазвитие менеджера / В. И. Андреев – М. : Народное собрание, 2005. – 355 с. 6. Максимцов М. М. Менеджмент : учебник для вузов / М. М. Максимцов, А. В. Игнатъева. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007. – 200 с. 7. Брэддик У. Менеджмент в организации / У. Брэддик. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 285 с.

Студент 3 курсу
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотация. Розглянуто особливості формування людського капіталу на українських підприємствах, а також визначено основні напрямки вдосконалювання професійної та освітньої складових людського капіталу з метою розвитку трудового потенціалу.

Аннотация. Рассмотрены особенности формирования человеческого капитала на украинских предприятиях, а также определены основные направления совершенствования профессиональной и образовательной составляющих человеческого капитала с целью развития трудового потенциала.

Annotation. The features of human capital forming in Ukrainian enterprises are considered, and the basic directions of professional and educational improvement are defined for the purpose to develop the labour potential.

Ключові слова: людський капітал, інвестування, освіта, мотивація.

Прогрес світової економічної системи пов'язаний із формуванням постіндустріального, інформаційного суспільства, у якому головну роль відіграє специфічний ресурс – знання. Функціонування і розвиток людського капіталу, використання його потенціалу стає не менш важливим, ніж упровадження сучасної технології, оскільки є засобом, за допомогою якого розробляються дані технології.

Засновниками теорії людського капіталу, розробниками методології його дослідження були вчені розвинутих країн, передусім Т. Шульц і Г. Беккер, яким за видатну наукову діяльність у 1979 р. і 1992 р. відповідно було присуджено Нобелівську премію у галузі економіки [1].

У теперішній час проблемі формування і розвитку людського капіталу приділяється значна увага. У працях таких українських учених, як Грішнова О. А., Куценко В. І., Колот А. М. і багатьох інших, досліджується сутність людського капіталу, специфіка його формування в Україні [2].

Метою статті є обґрунтування важливості розробки системи дій, направлених на розвиток людського капіталу, аналіз особливостей людського капіталу в Україні, а також визначення впливу інвестування в людський капітал на соціально-економічний розвиток України.

Категорія людський капітал є складним структурно-системним об'єктом соціально-економічного дослідження. Грішнова О. А. вважає, що людський капітал – це економічна категорія, яка характеризує сукупність сформованих і розвинутих внаслідок інвестицій продуктивних здатностей, особистих рис та мотивацій індивідів, що перебувають в їхній власності, використовуються в економічній діяльності, сприяють зростанню продуктивності праці і завдяки цьому впливають на зростання доходів свого власника, прибутку підприємства і національного доходу [1].

Під людським капіталом розуміється сукупність усіх продуктивних якостей працівника. Можна сказати, що людський капітал у свою структуру включає набуті знання, навички, а також мотивацію й енергію, використовувані для виробництва економічних благ [2]. Поняття "людський капітал" припускає не тільки усвідомлення вирішальної ролі людини в економічній системі суспільства, але й визнання необхідності інвестування в людину, оскільки капітал створюється й накопичується шляхом інвестування і дає тривалий за часом та інтегральний за характером економічний і соціальний ефект [3].

Але, на відміну від інвестицій в інші форми капіталу, інвестиції в освіту та професійну підготовку є персоналізованими, тобто пов'язаними з конкретною людиною, особистістю [3]. Специфічність людського капіталу полягає в тому, що він не може формуватися без прямої особистої участі його власника.

Ефективність інвестування в людський капітал у майбутньому пояснюється не тільки одержанням певних "дивідендів" у вигляді досвідченості, професіоналізму, високої кваліфікації особи, але й матеріальної віддачі від нього (прибуток, доходи в цілому). Так, ефективність виробництва тільки на 30 – 35 % залежить від фізичного капіталу [4], решта – від рівня кваліфікації працівників і фахівців, причому інвестиції в людський капітал дають віддачу в 5 – 6 разів більше, ніж вкладення в матеріальне виробництво.

"Неринкові" ефекти впливу освіти на економічне зростання враховуються в індексі розвитку людського потенціалу, або індексі людського розвитку (ІЛР), який включає не тільки показник еко-



номічного зростання (ВВП на душу населення), але й показники очікуваного рівня життя й рівня освіти. У 2009 році серед 182 країн і територій, для яких розраховується ІЛР, Україна зайняла 85-те місце, Росія – 71-ше місце, Білорусія – 68-ме місце. Лідером по загальному ІЛР вже кілька років є Норвегія [5].

На основі визначення результатів ІЛР буде доцільним виявити фактори, які призвели до низького рівня людського розвитку в Україні, бо національне багатство, добробут населення будь-якої держави визначаються не стільки матеріальними благами, скільки ступенем розвитку людського капіталу [4].

Ураховуючи цю ситуацію, Комітет з питань науки й освіти прийняв Стратегію інноваційного розвитку України, яка має діяти до 2020 року [6]. Головною метою заходів, що здійснюються у сфері освіти, є створення умов для приведення рівня і якості освітнього потенціалу відповідно до вимог кадрового забезпечення інноваційного розвитку України.

Незважаючи на прийняті заходи, концепція розвитку людського капіталу підприємства далека від реалій існування сьогоднішніх потреб. Керівництво українських підприємств у переважній більшості пріоритетне значення надає фінансовим ресурсам, а потім ідуть усі інші – матеріальні, інформаційні, людські. Причому такий підхід дістався в спадщину від колишньої адміністративно-командної системи, де людина розглядалася як гвинтик у державній машині, як "робоча сила", "людський матеріал", який можна піддавати перекроюванню і насильству.

Отже, виділимо основні фактори, які ускладнюють організацію професійного навчання на українських підприємствах [4]:

1. Недостатнє фінансування підприємствами заходів щодо проведення професійного навчання на виробництві. Так, зарубіжні компанії витрачають на професійний розвиток персоналу і підготовку кадрів на виробництві від 2 до 10 % фонду оплати праці (наприклад, компанія "Дженерал Моторс" витрачає на зазначені цілі у середньому більше 1 млрд дол. у рік). В Україні цей показник ледь досягає 2 % фонду оплати праці [4].

2. Низький рівень зацікавленості роботодавців вкладати кошти у професійне навчання. Роботодавці неохоче направляють інвестиції в людський капітал, оскільки працівники, які одержали підготовку, можуть перейти до іншого роботодавця, і, таким чином, підприємство втратить витрачені кошти. У той же час, підприємства можуть найняти кваліфікованих працівників, не здійснюючи інвестицій у людський капітал.

3. Низький рівень зацікавленості працівників вкладати кошти у своє професійне навчання через відсутність для цього достатніх стимулів, оскільки більш високий ступінь професійної підготовки не завжди гарантує високу заробітну плату.

4. Відсутність на українських підприємствах відповідних структурних підрозділів або посад, що безпосередньо займаються професійним навчанням кадрів на виробництві, а також недостатня підготовка кадрів, які залучаються у якості викладачів.

На основі вищевикладеного можна зробити висновок, що для зміцнення України на міжнародному рівні уряду нашої країни необхідно: удосконалювати політику зайнятості населення й міграційну політику з урахуванням факторів, пов'язаних із динамікою рівня людського капіталу; провести реальні реформи у сфері освіти, зокрема привести програми навчання відповідно до потреб бізнесу; модернізувати інституціональне середовище ринку праці.

Слід забезпечити розвиток мотивації до здобуття високої освіти. У масовій свідомості населення має бути сформована стійка внутрішня потреба мати високий рівень освіти і культури [7]. Але ця потреба має задовольнятися за допомогою рівномірної освітньої інфраструктури в регіонах України, оскільки її наявність значно впливає на можливості доступу до професійної освіти [7].

Вирішити запропоновані проблеми винятково силами держави неможливо, тому необхідна цілеспрямована взаємодія державних чиновників, експертів і представників бізнесу для розробки зважених інституціональних рішень.

У свою чергу, з погляду розвитку трудового потенціалу українським підприємствам було б доцільним створити економічні та соціальні умови для підвищення кваліфікації працівників за допомогою реалізації гнучких, ефективних і маловитратних методів професійного навчання, зокрема перейти на випуск продукції відповідно до міжнародних стандартів серії ISO 9001:2000, які містять вимоги до системи менеджменту якості, в тому числі до навчання персоналу, а також до комплексної підготовки кадрів.

Наук. керієн. Славегородська О. Ю.

Література: 1. Грішнова О. Економічна природа й значення категорії людський капітал / О. Грішнова, Л. Тертична // Україна: аспекти праці. – 2003. – № 7. – С. 33–37. 2. Антонюк В. П. Людський капітал підприємства й стратегія його розвитку / В. П. Антонюк, Н. І. Лашенко, Ю. Б. Скаженник // Економіка промисловості. – 2004. – № 4 (26). – С. 175–181. 3. Бородіна О. Людський капітал як основне джерело економічного зростання / О. Бородіна // Економіка України. – 2003. – № 7. – С. 48–53. 4. Кошулько О. Ефективність інвестицій у людський капітал на вітчизняних підприємствах / О. Кошулько, І. Гуриченко // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 5. – С. 30–33. 5. "РосБізнесКонсалтінг" (РБК): Україна Інформаційне агентство [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rbc.ua/>. 6. Комітет з питань науки й освіти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/index>. 7. Антонюк В. Головні напрями зміцнення соціально-економічних основ формування людського капіталу / В. Антонюк // Україна: аспекти праці. – 2006. – № 2. – С. 39–47.

Студент 3 курсу
факультету обліку та аудиту ХНЕУ

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ВУЗЕ

Аннотация. Отражен практический опыт формирования и реализации ценовой стратегии на оказание образовательных услуг в учебных заведениях Украины.

Анотація. Відображено практичний досвід формування та реалізації цінової стратегії з надання послуг з освіти в навчальних закладах України.

Annotation. Practical experiment of forming and realization a strategy of diving informative services in educational establishment of Ukraine are shown.

Ключевые слова: стратегии ценообразования; образовательные услуги; управление маркетингом; отличительные черты; рынок услуг.

Ценообразование на образовательные услуги является концептуальным выражением стратегических целей вуза. Оно отражает характер производимых услуг, их особенности и особенности соответствующего рынка. В общем плане услуги имеют отличительные черты от товаров. Они неосязаемы (не имеют физической формы, веса, объема); неотделимы от потребителя (носят индивидуальный характер потребления, их нельзя отделить от источника, преподаватель не может представить услугу, если нет студентов); несохраняемы (их невозможно накапливать и перевозить). Создать запас, складировать и хранить образовательные услуги невозможно; они неразрывны в производстве и потреблении (они существуют одновременно); нестабильны по качеству (их нельзя повторить, стандартизировать, качество зависит от того, кто, когда, где и как предоставляет услугу); не имеют собственности (отсутствие владения). Услуги не являются чьей-либо собственностью, в отличие от товаров.

Образовательные услуги относятся к социально-культурной сфере жизнедеятельности общества. И эта сфера обуславливает особенности спроса и предложения как основополагающих факторов определения цены. Во-первых, спрос на образовательные услуги всегда индивидуален и предшествует их производству. Иными словами, заранее подготовить, произвести услугу в том виде, в котором на нее существует спрос, практически невозможно. Неразрывность спроса и предложения определяет локальный характер рынка услуг. Во-вторых, процесс формирования цен обусловлен их высокой общественной значимостью. Поэтому государство субсидирует ряд вузов, в основном государственных. Чисто рыночные инструменты организации деятельности этих вузов не всегда эффективны, из-за чего они стремятся быть ближе к бюджету. Возникает необходимость в сочетании бесплатных и платных услуг, сохраняется тенденция ценовой дискриминации по отношению к отдельным группам потребителей. В связи с этим управление маркетингом вуза имеет два направления: маркетинг некоммерческой и маркетинг коммерческой его структуры. Автор исследует преимущественно второй. В-третьих, для сферы образовательных услуг присуща асимметричность информации. Потребитель, не имеющий достоверной информации о качестве предлагаемой услуги, рассматривает ее цену как показатель качества и надежности. Значительное влияние на процесс формирования цен на образовательные услуги, выбор маркетинговой стратегии и ценовой политики вуза оказывает характер рынка, на котором он фигурирует (рис. 1).

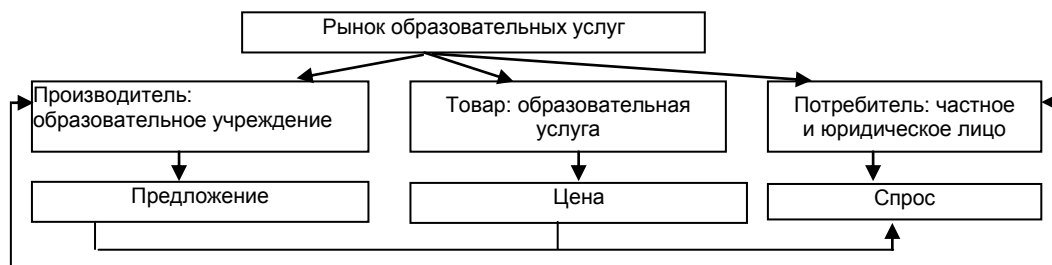


Рис.1 Схема рынка образовательных услуг



Рынок образовательных услуг — это все потенциальные потребители, стремящиеся удовлетворить свои потребности в образовании, способные вступить в отношения обмена с продавцом. Применительно к высшему образованию под образовательной услугой (товаром) понимается процесс получения определенного набора знаний и практических способов их применения, способных удовлетворить потребность личности в своем профессиональном статусе и росте. Университеты на рынке образовательных услуг уже давно выступают в качестве самостоятельных операторов. Государственные вузы, утратив стопроцентное бюджетное финансирование и получив взамен относительную экономическую свободу, коммерциализируют свою деятельность. В настоящее время рынок образовательных услуг представляет собой характер монополистический с элементами олигополистической конкуренции (рис. 2).

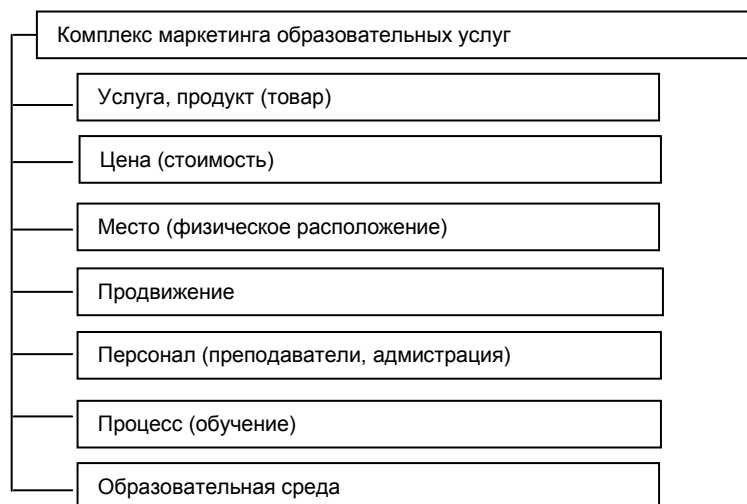


Рис. 2. Маркетинговый комплекс образовательных услуг

Эффективность ценообразования зависит не только от потребительского спроса и отклика покупателей, но и от конкурентного поведения самого вуза и других участников рынка образовательных услуг. Анализ макросреды функционирования цен существенно влияет на постановку целей ценообразования образовательных услуг. Вот примерный набор целей в ценообразовании образовательных услуг вуза: максимизация прибыли, окупаемость инвестиций, ориентация на различные рыночные сегменты; сокращение затрат, возмещение издержек; максимизация доли рынка, сдерживание рынка; ориентация на спрос, увеличение объемов продаж, использование гибких цен на услуги в рамках продуктовой линии; ориентация на цены конкурентов; стремление к социальной справедливости.

На практике можно встретить самые распространенные стратегии: резкое снижение цен на услуги относительно цен, которые предлагают другие вузы; предложение покупателям заплатить полную цену за весь набор услуг (в том числе дополнительный) и одновременно извлечь выгоду от скидок.

Многие вузы (чаще коммерческие) предлагают свои продукты (специальности) менее высокого качества, но по завышенной цене. Менеджеры этих вузов уверены, что неосведомленные потребители примут эти завышенные цены за показатель качества. Вузы, предлагающие широкий ассортимент образовательных продуктов и услуг, например, университеты используют дифференцированные цены. Так, цена на одни услуги устанавливается ниже, чем на услуги, пользующиеся повышенным спросом, например, на юриспруденцию, мировую экономику, менеджмент и предпринимательство.

В последнее время вузы все больше стали обращать внимание на ценовую политику. Стратегия ценообразования может принести должный результат, если ведется систематическая работа по анализу состояния внутренней и внешней среды с учетом ее изменяющихся рыночных возможностей. Это удается сделать тогда, когда учитываются разные интересы и потребности целевых групп конечных покупателей, ценовые маневры конкурентов и учет их текущих цен. Практика ценообразования, используемая в реальной деятельности, иногда все еще не соответствует маркетинговому подходу. Потребители, целевая аудитория, клиенты (студенты) не становятся главным ориентиром в стратегическом планировании деятельности вузов. Руководители уверены, что их образовательные услуги — высокого качества, а главным препятствием к их успешному распространению является невежество, низкая культура потребителей и клиентов. Маркетинговые исследования игнорируются, и цель маркетинга рассматривается исключительно как стимулирование сбыта.

Научн. рук. Иваниенко В. В.

Литература: 1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. — М. : ИНФРА-М, 2000. 2. Есипов В. Цены и ценообразование : учебник для вузов / В. Есипов. — СПб. : Питер, 1999. 3. Егоршин А. П. Менеджмент, маркетинг и экономика образования : учебник / А. П. Егоршин. — Н. Новгород : Нижегородский институт менеджмента и бизнеса, 2001. 4. Маркетинг : хрестоматия. — СПб. : ИНТЕР, 2002.

Зміст

Кулакова А. М. Проблемы развития фондового рынка в Украине.....	3
Кравченко К. Г. Недоліки використання показника валового внутрішнього продукту при оцінюванні суспільного добробуту	5
Винниченко А. В. Дефицит бюджета и способы его покрытия	8
Шевченко Д. Ю. Аналіз динаміки надходження прямих іноземних інвестицій в Україну	10
Ульянова А. С. Проблемы монополии в современной Украине	13
Орехов О. І. Модель ефективного економічного розвитку для України.....	15
Бочарова А. С. Особливості розвитку інноваційної діяльності в Україні.....	16
Сінякіна М. А. Особливості розвитку ринку праці в Україні	18
Рогулін Р. О. Україна та Європейське Співтовариство	20
Коротчин В. М., Хотевський Д. Г. Напрямки виходу економіки України з кризового стану	21
Садовська Д. О. Ринок праці в Україні та його складові.....	23
Сиваш Ю. М. Доходи населення України та їх структура.....	25
Баркалова Д. С. Перспективы развития компьютеризированных банковских систем	27
Мирна І. О. Мотивація персоналу щодо досягнення стратегічних цілей організації.....	29
Булгакова О. А. Використання ефективних методів мотивації персоналу в сучасних умовах розвитку компаній України.....	31
Лихолетов В. М. Інноваційна діяльність на підприємстві.....	33
Кудей О. С. Математичні моделі і методи прийняття рішень.....	35
Півненко К. В. Формування рекламної компанії підприємства.....	36
Чернишова К. А. Базові показники медіапланування.....	37
Парака О. М. Значення кластеризації для розвитку молочної промисловості.....	39
Фефелов І. В. Розробка фінансового плану підприємства.....	41
Шестакова Э. В. Проблеми організації фінансового планування і контролю на підприємстві	42
Петренко А. Ю. Брендинг: коли ім'я стає торгівельною маркою.....	44
Друзін О. М. Бренд як об'єкт дослідження.....	46
Кабак Н. В. Маркетингове дослідження діяльності підприємства.....	47
Серафимова Д. О. Проблеми вивчення інвестиційних ризиків на підприємстві.....	48
Балахніна А. В. Ризики реалізації інноваційної продукції	50
Макуха М. В. Цінова політика підприємства.....	52
Чарыева К. К. Глобализация теневой экономики.....	53
Ляшенко Д. В. Оцінка окремих впливів на сталість отриманого фінансового результату вітчизняною системою банків.....	56
Прокоф'єва І. В. Антимонопольна політика України.....	59
Рябічко Н. С. Визначення вартості людського життя.....	61
Кіншакова А. В. Проблеми інституціонального середовища фінансового сектору економіки України	63
Нікітенко Г. М. Гадяцька угода 1658 року та її вплив на формування зовнішньої політики Гетьманщини у другій половині XVII – на початку XVIII ст.....	65
Сиваш Ю. М. Участь війська Гетьманщини у бойових діях проти Османської імперії наприкінці 90-х рр. XVII ст.	67
Юрченко А. Д. Взаємини гетьмана І. Мазепи та князя В. Голіцина.....	71



Малько О. В. Плани реформування козацького війська Гетьманщини на зламі XVII – XVIII ст.: причини та наслідки	73
Коробкова Г. О. Фастівський полковник Семен Палій	76
Гахова Н. І. Данило Грек – маловідомий український дипломат доби Богдана Хмельницького	78
Заєць О. О. Оцінки постаті гетьмана Івана Мазепи в науковій спадщині Михайла Грушевського	80
Носова І. В. Взаємини гетьмана Івана Мазепи та Запорізької Січі	82
Дранкіна А. В. Інфляція в Україні та сучасні тенденції інфляційних процесів	84
Крюкова К. Ю. Перешкоди щодо автоматизації складської діяльності підприємства	85
Дерека В. В. Теоретичні аспекти автоматизації складської діяльності підприємств	87
Костіна К. С. Використання зарубіжного досвіду щодо вдосконалення проходження митних процедур в Україні	90
Чепіга В. В. Використання логістичного аутсорсингу в умовах українського ринку	92
Фесенко Е. И. Технические инструменты мобильного маркетинга	94
Корицкая А. Н. Теоретические аспекты основных концепций логистики	97
Путятіна Ю. Г. Дослідження цілісної системи логістики торговельного підприємства	100
Ключнікова М. О. Нові підходи до формування системи оплати праці для робітників українських підприємств	103
Черкова М. Ю. Оцінка та аналіз стану судової системи України	105
Головня А. С. Напрямки підвищення ефективності податкової політики України в умовах фінансової кризи	107
Яртим І. А. Рейтингова оцінка конкурентоспроможності та фінансового стану промислових підприємств	109
Бурдовіцина А. А. Аналіз оцінки фінансової стійкості підприємства	112
Римар О. О. Проблеми розвитку паблік рилейшнз в Україні	114
Литвин А. М. Сущность и виды ценовой политики предприятия	115
Вознюк О. Ю. Определение основных этапов ликвидности банка	117
Руденко А. В. Маркетингова цінова політика підприємства та напрямки її вдосконалення в сучасних умовах розвитку економіки України	120
П'ятакова О. В. Система цін на сучасному етапі розвитку економічних відносин	122
Панаско Ю. И. Информационное обеспечение конъюнктурно-ценовой работы на предприятии	123
Сотник О. Г. Анализ финансовой устойчивости предприятия как необходимое условие его стабильного функционирования	126
Тараненко А. Д. Совершенствование ценообразования в условиях рыночных отношений в Украине	129
Туленцева Ю. А. Цінова стабільність: сутність і чинники впливу	130
Рибка А. А. Цінові стратегії: сучасні світові тенденції	132
Мотайло М. М. Методологічні підходи щодо аналізу заборгованості підприємства	135
Бараннік А. А. Аналіз структури активів та її вплив на фінансовий стан підприємства	137
Чуркін Т. В. Розподільна функція ціни	138
Нестеренко А. В. Удосконалення аналізу фінансових ресурсів підприємства	140
Жолудь И. А. Факторы, определяющие уровень и структуру рыночной цены	142

Котляр М. В. Аналіз основних показників фінансової стабільності банків.....	144
Данько Ю. Г. Аналіз ефективності формування та використання оборотного капіталу	146
Мальцева М. М. Оцінка ефективності використання оборотного капіталу	148
Копитова М. С. Удосконалення аналізу фінансових результатів підприємства.....	150
Капустіна А. М. Міжнародний маркетинг та його роль у зовнішньоекономічній діяльності	152
Руденко А. О. Вплив структури капіталу на фінансовий стан підприємства.....	155
Матюхіна В. М. Стійкий фінансовий стан – стійке підприємство.....	157
Істоміна М. Ю. Аналіз фінансового стану суб'єктів малого підприємництва	159
Заєць О. М. Методичні питання з організації економічної безпеки підприємства.....	161
Остапенко І. І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції.....	163
Сітніков Ю. В. Проблеми малого бізнесу в Україні.....	165
Сиволожська Д. В. Призначення і роль державних фінансів	166
Нестеренко Ю. В. Проблеми розподілу накладних витрат	167
Мурадова Л. А. Особливості працевлаштування молодих фахівців	170
Голобородько М. А. Адаптація нових співробітників на підприємстві	172
Бутенко Ю. А. Мотивація як ефективна форма управління персоналом.....	174
Бічуля І. В. Напрями забезпечення ефективності кадрового менеджменту підприємства.....	176
Гриневич Г. В. Завдання та методи сучасного управління людським капіталом підприємства.....	178
Клокар М. В. Розробка нестандартних методів прийняття управлінських рішень ...	180
Гладкая Е. А. Необходимость корпоративного внедрения тайм-менеджмента.....	183
Чичкань Є. О. Роль командоутворення у підвищенні конкурентоспроможності підприємства.....	185
Мальована О. Г. Кадровий консалтинг в Україні	187
Токарь Е. С. Факторы, влияющие на реинжиниринг бизнес-процессов	189
Верцинская О. И. Управление качеством продукции на предприятии.....	191
Пересада А. С. Сутність і принципи управління персоналом.....	193
Рыбас И. Л. Сущность и классификация коммуникаций	195
Непорожня Є. В. Особливості формування людського капіталу на українських підприємствах	197
Корнейчук Н. В. Маркетинговые стратегии ценообразования в вузе.....	199