

Харківський національний
економічний університет

*Управління
розвитком*

Збірник наукових робіт

№ **1**(122) 2012

видається щомісячно

Харків • ХНЕУ • 2012

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

Затверджено на засіданні
вченої ради університету,
протокол № 5 від 28.12.2011 р.

Редакційна колегія

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

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

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

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

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

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

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

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

Науково-дослідного центру індустріальних

проблем розвитку НАН України

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

Науково-дослідного центру індустріальних

проблем розвитку НАН України

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

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

Української академії банківської справи

Національного банку України

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

Уральського федерального університету

імені першого Президента Росії Б. Н. Ельцина

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

Харківського національного університету

радіоелектроніки

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

Донецького національного університету економіки

і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

Малярець Л. М. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ

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

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

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

(заступник головного редактора)

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

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

Сєдова Л. М. — відповідальний секретар

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

Національного університету "Львівська політехніка"

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

Chauchat Jean-Hugues — professeur (HdR)

de l'Université Lumière Lyon2

Solarz Jan Krzysztof — prof. nadzw.dr hab. Akademia

finansów, Warszawa

Wackowski Kazimierz — prof. nzw.dr hab.

Politechnika Warszawska

Zehetner Andreas — mag. Uppu Austria University

of Applied Sciences

Поштова адреса

засновника і видавця:

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

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

61166, Україна, м. Харків,
пров. Інженерний, 1а, 1 під'їзд

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

Редакція (057)758-77-04

Редактори: **Замазій О. Є., Бутенко В. О.,**

Новицька Л. М., Пушкар І. П.,

Семенова І. М.

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 27.01.2012 р.

Формат 84×108 1/16. Папір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 24,5. Обл.-вуг. арк. 30,87. Зам. № 81.

Ціна договірною.

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

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи
Дк № 481 від 13.06.2001 р.

© Харківський національний економічний університет, 2012.

© Видавництво ХНЕУ,
дизайн, оформлення обкладинки, 2012.

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

МОДЕЛЬ ТОРГОВОЇ СИСТЕМИ НА ОСНОВІ РОЗПІЗНАВАННЯ ОБРАЗІВ

Анотація. Розглянуто основні питання розпізнавання свічкових образів на біржових ринках для побудови торгової системи, надано практичні рекомендації щодо алгоритмізації автоматичної торгової системи на основі розпізнавання образів. Наведено результати тестування торгової системи на історичних даних курсу GBPUSD.

Аннотация. Рассмотрены основные вопросы распознавания свечных образов на биржевых рынках для построения торговой системы, предоставлены практические рекомендации по алгоритмизации автоматической торговой системы на основе распознавания образов. Приведены результаты тестирования торговой системы на исторических данных курса GBPUSD.

Annotation. In the article basic directions of candlestick pattern recognition in the stock markets to build a trading system are regarded, practical advice on algorithm of automatic trading system based on pattern recognition is provided. The results of trading system testing on historical data rate of GBPUSD are presented.

Ключові слова: свічка, свічковий образ розпізнавання образів, торгова система, технічний аналіз.

У сучасних умовах на біржових, зокрема валютному, ринках постає потреба у пошуці нових більш ефективних методів прогнозування та побудови ефективних торгових систем. Проте все менш уваги приділяється розробці старих методів, використання яких було пов'язано з деякими труднощами. Так, наприклад, аналіз японських свічок та їх конфігурацій як аналіз на основі психологічної картини ринку не набув чинної уваги через складність формалізації свічкових моделей та їх велику чисельність, що, у свою чергу, потребує великих затрат часу на вивчення цих моделей та тестування на реальних даних. Тому розробка підходів до аналізу сигналів свічкових образів методами, які показали свою ефективність, але не стали традиційними для біржової торгівлі, є актуальною.

Якщо розпізнавання сигналів технічних індикаторів відносно легке [1], то розпізнавання свічкових моделей потребує трохи більшої уваги.

Прогнозування за допомогою графіка японських свічок – один з найпопулярніших методів технічного аналізу кінця 1980 – 1990-х років. Але з часом цей вид аналізу відійшов на другий план, можливо, через труднощі його застосування.

Як вказується у книзі Г. Морріса, все психологічне підґрунтя прогнозування "на свічках" засноване на обліку співвідношення цін при відкритті і закритті одного й того ж дня, а також співвідношення цін закриття попереднього дня і відкриття наступного. Окрема свічка дає масу інформації. Вона допомагає зрозуміти психологію, що стоїть за багатьма свічковими моделями. Існує кілька моделей, що складаються з однієї-єдиної свічки і кваліфікуються як моделі розвороту [2].

Основу розпізнавання свічкових моделей становить розпізнавання окремо взятих свічок, тому що в подальшому саме з них будуються моделі з декількох свічок.

При побудові автоматичної системи розпізнавання свічкових образів виникає дві основні задачі. Перша з них пов'язана з поданням вихідних даних, отриманих як результати вимірювань характеристик об'єкта. У випадку з японськими свічками, що характеризують динаміку цін, для окремо взятої свічки вимірювання можна представити у вигляді вектора-образу:

$$X = \begin{cases} x_1 \\ x_2 \\ x_3 \\ x_4 \end{cases}, \quad (1)$$

де x_1 – ціна відкриття свічки;
 x_2 – ціна максимуму свічки;
 x_3 – ціна мінімуму свічки;
 x_4 – ціна закриття свічки.

Друга задача розпізнавання образів пов'язана з виділенням характерних ознак або властивостей з отриманих вихідних даних і зниженням розмірності векторів образів. Це завдання часто



визначають як завдання попередньої обробки і вибору ознак. При розпізнаванні свічок простими алгебраїчними операціями можна отримати ті чи інші характеристики, такі, як колір свічки, співвідношення її тіней, розмах і т. п.

Для короткого пояснення принципу розпізнавання образів можна звернутись до досліджень Ф. Розенблатта, який зробив спробу технічно реалізувати фізіологічну модель сприйняття і запропонував технічну і математичну модель сприйняття образів, яку назвав "персептрон" (від слова "перцепція" – сприйняття) [3; 4].

Відповідно до моделі Розенблатта, персептрон працює за принципом нервової клітини, у якої є ряд входів, що приймають сигнали, і виходів, що передають відповіді, які генеруються на вхідні сигнали. При цьому вводяться порогові значення, що дозволяють співвіднести вхідні сигнали з прийнятими рамками і згенерувати вихідний сигнал.

$$y = \begin{cases} 1, x_i \geq \lambda_i \\ 0, x_i < \lambda_i \end{cases} \quad (2)$$

де x_i – значення характеристики елемента;

λ_0 – величина порога спрацьовування елемента.

Відносно розпізнавання свічкових образів запропонована модель зазнає деякі зміни для адаптації до правил розпізнавання окремих свічок, їх конфігурацій і окремих характеристик.

Так, наприклад, якщо окремо взята свічка описується вектором з чотирьох значень: x_1, x_2, x_3, x_4 , (x_1 – ціна відкриття свічки; x_2 – ціна максимуму свічки; x_3 – ціна мінімуму свічки; x_4 – ціна закриття свічки), і необхідно визначити колір свічки, то модель прийме вигляд:

$$y = \begin{cases} 1, x_1 \geq x_4 \\ 1, x_1 < x_4 \end{cases} \quad (3)$$

Тобто при перетворенні граничний коефіцієнт став залежним від вхідних даних. І згідно з запропонованою схемою виходить, якщо ціна відкриття менше ціни закриття, то свічка біла ($y = 0$), а якщо ціна відкриття більше ціни закриття – свічка чорна ($y = 1$).

Також важливими в розпізнаванні свічок є пропорції та співвідношення характеристик свічок. У таких випадках вхідні сигнали перетворюються деякою функцією $f(X)$, унікальною для кожного випадку, і береться пороговий коефіцієнт λ , також унікальний для кожного окремого випадку. При цьому модель приймає вигляд:

$$y = \begin{cases} 1, f(x) \geq \lambda \\ 0, f(x) < \lambda \end{cases} \quad (4)$$

де $f(x)$ – функція розрахунку пропорцій свічок;

λ – величина порога спрацьовування елемента.

Далі можна використовувати наведену схему для фільтрації свічкових сигналів за допомогою технічних індикаторів [1], використовуючи для підтвердження сигналів свічкові образи за допомогою сигналів технічних індикаторів, точніше для визначення найбільш імовірно правильного свічкового сигналу.

Результати тестування торгової системи на основі розпізнавання свічкових образів на денних даних по цінах GBPUSD наведені в таблиці та на рисунку.

Таблиця

Результати тестування торгової системи на денних даних по GBPUSD за період 31.05.09 – 31.05.11

Найменування характеристики	Значення характеристики
Чистий прибуток	6 626
Валовий прибуток	9 073
Валові збитки	-2 447
Максимальна просадка	-1 194
Фактор відновлення	5,5494
Профінт-фактор	3,7078
Кількість виграшних угод	45 (71,43 %)
Кількість програшних угод	18 (28,57 %)
Максимальна кількість виграшних угод підряд	8
Максимальна кількість програшних угод підряд	2

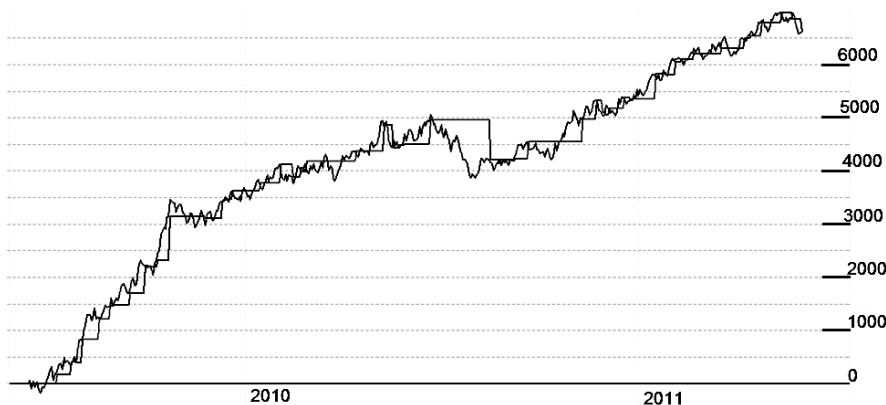


Рис. Крива капіталу при тестуванні торгової системи на денних даних по GBPUSD за період 31.05.09 – 31.05.11

Як видно з таблиці, система виявилась ефективною, ефективність можна оцінити на рівні 554,9 % за два роки на даному інструменті.

Однак не на всіх валютних інструментах і не на всіх часових розрізах торгова система показує однакову ефективність, проте на всіх випробуваннях вона показала себе ефективною. Враховуючи те, що торгова система, побудована на основі розпізнавання образів свічкових моделей, добре себе зарекомендувала, має сенс продовжувати подальші дослідження та удосконалення торгової системи.

Наук. керівн. Мілов О. В.

Література: 1. Погребняк А. С. Анализ сигналов технических индикаторов на биржевых рынках методами теории распознавания образов / А. С. Погребняк // Перспективы развития и пути совершенствования фондового рынка : тезисы докладов II Всеукраинской научно-практической конференции (Симферополь, 17 – 20 ноября 2010 г.) ; М-во образования и науки Украины. – Симферополь : Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, 2010. – 128 с. 2. Моррис Г. Японские свечи-методы анализа акций и фьючерсов, проверенные временем / Г. Моррис. – М. : Альпина Паблишер, 2001. – 311 с. 3. Вапник В. Н. Теория распознавания образов (статистические проблемы обучения) / В. Н. Вапник, А. Я. Червоненкис. – М. : Издательство "Наука", 1974. – 416 с. 4. Ту Дж. Принципы распознавания образов / Дж. Ту, Р. Гонсалес ; [пер. с англ. Гуревич И. Б.]. – М. : Изд. "Мир", 1978. – 414 с. 5. Нисон С. Японские свечи: графический анализ финансовых рынков / С. Нисон ; пер. с англ. Дозорова Т., Волкова М. – М. : Изд. "Диалог", 1998. – 336 с.

УДК 004.89+004.021

Следзинский А. В.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ГЕНЕТИЧЕСКИЕ АЛГОРИТМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПТИМИЗАЦИИ РАЗМЕЩЕНИЯ ПРИВЛЕЧЕННЫХ СРЕДСТВ БАНКА

Аннотация. Рассмотрены особенности генетических алгоритмов, их преимущества и недостатки. Осуществлена постановка оптимизационной задачи по распределению привлеченных средств банка и проведено ее решение при помощи генетических алгоритмов.

Анотація. Розглянуто особливості генетичних алгоритмів, їх переваги та недоліки. Здійснено постановку оптимізаційної задачі з розподілу залучених коштів банку та проведено її розв'язок за допомогою генетичних алгоритмів.

© Следзинский А. В., 2012



Annotation. The features of genetic algorithms, their advantages and disadvantages were regarded. Optimization problem bank funds distribution of the was presented. A solution of the problem was obtained by using the genetic algorithms.

Ключевые слова: генетический алгоритм, скрещивание, мутация, оптимизация размещения заемных средств банка.

Современный этап развития экономики характеризуется наличием минимального уровня информации об исследуемых системах. Аналитику постоянно приходится иметь дело с системами с высокой долей неопределенности. В таких условиях становится невозможным применение традиционных графических и аналитических методов поиска решений.

Для решения подобного рода задач больше всего подходят генетические алгоритмы. Данный алгоритм не требует аналитического описания оптимизируемой функции, поскольку в качестве информации используются лишь ее значения в рассматриваемых точках пространства поиска. Генетические алгоритмы являются очень гибкими и применяются для решения тех задач, для которых не существует общепринятого алгоритма решения.

В связи с этим исследование генетических алгоритмов является очень актуальным вопросом.

Генетический алгоритм – это алгоритм поиска решения задач оптимизации и моделирования путём случайного подбора, комбинирования и вариации искомых параметров с использованием механизмов, напоминающих биологическую эволюцию. Также генетический алгоритм – это простая модель эволюции в природе, реализованная в виде компьютерной программы, где используются как аналог механизма генетического наследования, так и аналог естественного отбора [1].

Простой генетический алгоритм реализуется по следующим этапам:

- создание начальной популяции;
- определение функций приспособленности для особей популяции;
- выбор индивидов из текущей популяции;
- скрещивание и/или мутация;
- вычисление функций приспособленности для всех новых особей;
- формирование нового поколения (селекция).

Если выполняются условия остановки алгоритма, то полученное решение считается оптимальным. В противном случае процесс продолжается итеративно до полной остановки [2].

Среди основных преимуществ генетических алгоритмов можно выделить следующие:

- они не требуют никакой информации о поверхности ответа;
- разрывы, существующие на поверхности ответа, имеют незначительный эффект на полную эффективность оптимизации;

- они стойки к попаданию в локальные оптимумы;
- они хорошо работают при решении крупномасштабных проблем оптимизации;
- они могут быть использованы для широкого класса задач;
- генетические алгоритмы просты и прозрачны в реализации;
- они могут быть использованы в задачах с изменяющейся средой.

Из недостатков можно выделить:

- большое время исполнения функции;
- трудности при кодировке решений;
- нежелательно использовать, когда необходимо найти точный глобальный оптимум [3].

Наиболее успешно генетические алгоритмы применяются для решения задач оптимизации.

В качестве объекта для моделирования был выбран ОАО "Укрэксимбанк" и его деятельность за 2006 – 2009 г. В результате осуществления операций по привлечению ресурсов банк привлекает депозиты физических и юридических лиц, а также депозиты банков по соответствующим процентным ставкам. Эти привлеченные ресурсы необходимо грамотно распределить с целью получения наибольшей прибыли.

Таким образом, необходимо оптимизировать распределение кредитов, выданных физическим и юридическим лицам.

Осуществим постановку задачи, введя следующие обозначения:

X_f – сумма кредитов, выданных физическим лицам;

X_j – сумма кредитов, выданных юридическим лицам;

S_f, S_j – процентные ставки по кредитам физических и юридических лиц соответственно;

D_b, D_f, D_j – суммы привлеченных депозитов банка, физических и юридических лиц соответственно;

R_b, R_f, R_j – процентные ставки по депозитам банка, физических и юридических лиц соответственно;

$Re s$ – норма резервирования, устанавливаемая НБУ;

Dem_f, Dem_j – спрос на кредиты физических и юридических лиц;

$Strateg$ – стратегия банка, отражающая предельную долю кредитов, которые могут быть выданы физическим лицам.

Оптимизационная задача имеет следующий вид:

$$F = (S_f \cdot X_f + S_j \cdot X_j) - (D_b \cdot R_b + D_f \cdot R_f + D_j \cdot R_j) \rightarrow \max, \quad (1)$$

$$\begin{cases} X_f + X_j \leq (1 - \text{Re } s) \cdot (D_b + D_f + D_j) \\ X_f \leq \text{Dem}_f \\ X_j \leq \text{Dem}_j \\ (\text{Strateg} - 1) \cdot X_f + \text{Strateg} \cdot X_j \geq 0 \\ X_f, X_j \geq 0. \end{cases}$$

Решение задачи будет проводиться в прикладном пакете Evolver.

На первом этапе необходимо задать все условия и ограничения модели.

Устанавливаем целевую функцию и ограничения модели, а также условия работы генетического алгоритма (рис. 1, 2).

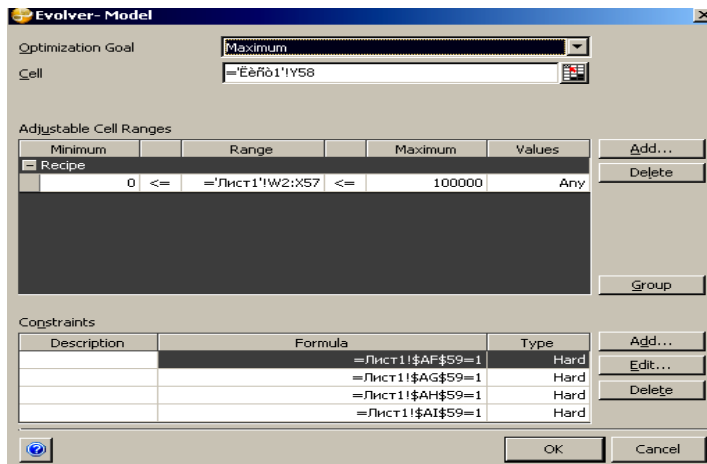


Рис. 1. Постановка задачи модели

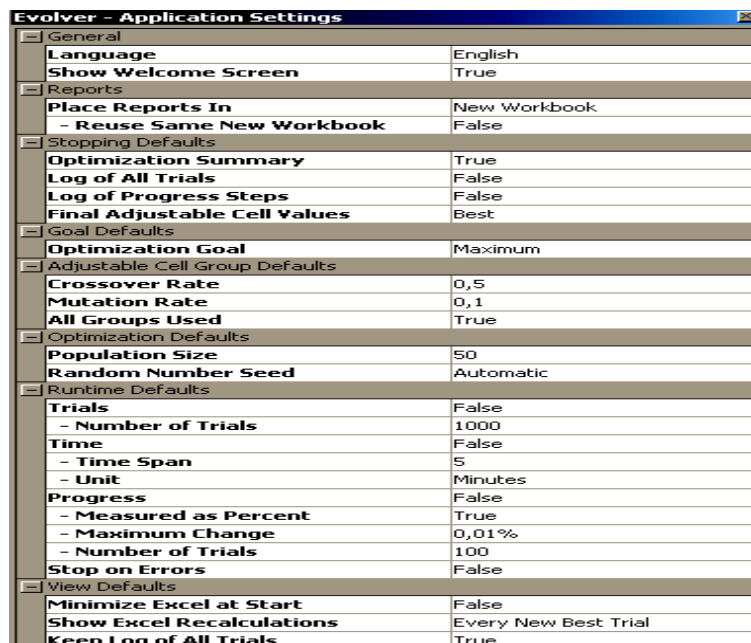


Рис. 2. Параметры работы генетического алгоритма

Количество популяций было задано в размере 50. Вероятность мутации была установлена 0,1. Максимальное количество итераций – 100 000.

В результате решения оптимизационной задачи были получены следующие результаты распределения ресурсов (рис. 3, 4).

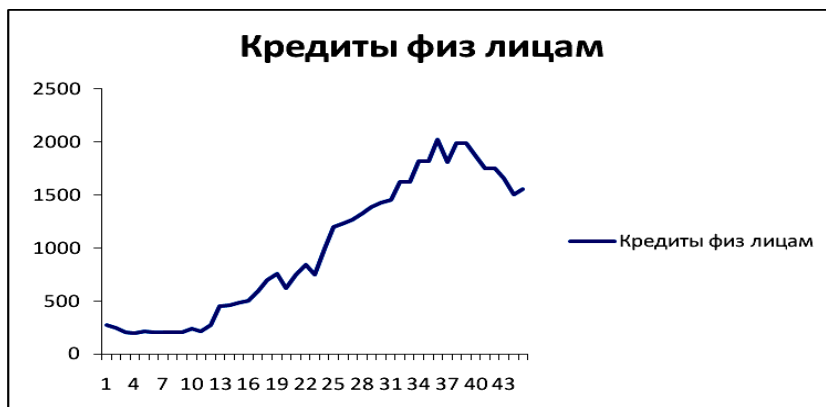


Рис. 3. Кредиты, выданные физическим лицам



Рис. 4. Кредиты, выданные юридическим лицам

Как видно из рисунков, основная доля кредитов приходится на кредиты юридическим лицам. Полученные результаты полностью согласовываются с кредитной стратегией банка. График прибыли приведен на (рис. 5).



Рис. 5. Прибыль от выданных кредитов

В результате было найдено оптимальное размещение средств, которое позволило получить банку к концу периода 4 731,126 миллиона гривен прибыли.

Научн. рук. Миров А. В.

Литература: 1. Курейчик В. М. Генетические алгоритмы / В. М. Курейчук. – Таганрог : ТРТУ, 1998. – 205 с. 2. Васильев В. И. Интеллектуальные системы с использованием нечеткой логики : учебное пособие / И. В. Васильев, Б. Г. Ильясов. – Уфа : УГАТУ, 1999. – 101 с. 3. Букатова И. Л. Эволюционное моделирование: идеи, основы теории, приложения / И. Л. Букатова. – М. : Знание, 1981. – 220 с.

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГОРОДСКОГО ЭЛЕКТРИЧЕСКОГО ТРАНСПОРТА

Аннотация. Охарактеризованы основные показатели ХКП "Горэлектротранс". Проанализирована и спрогнозирована выручка ХКП "Горэлектротранс". Рассмотрены дальнейшие пути развития предприятия.

Анотація. Охарактеризовано головні показники ХКП "Міськелектротранс". Проаналізовано і спрогнозовано виручку ХКП "Міськелектротранс". Розглянуто подальші напрями розвитку підприємства.

Annotation. The main indicators of KUR "Gorelektrotrans" are described. The revenue of KUR "Gorelektrotrans" is analyzed and forecasted. The ways for further development of the enterprise are discussed.

Ключевые слова: электротранспорт, выручка, структурный сдвиг, сезонные колебания, адаптивные модели.

Городской пассажирский транспорт – важная область народного хозяйства. Без четко функционирующей транспортной системы современный город не может существовать. Во многих городах Украины городской электрический транспорт играет большую роль в обслуживании населения. На его часть приходится от 30 до 50 % всех городских перевозок пассажиров. В городе Харькове перевозка пассажиров городским электрическим транспортом составляет около 42 %.

В городе Харькове городской пассажирский электрический транспорт представлен ХКП "Горэлектротранс". Главной задачей деятельности предприятия есть обеспечение пассажироперевозок жителей и гостей города и, в первую очередь, социально незащищенных слоев населения. Ежесуточно предприятием перевозится более 450 тыс. пассажиров.

Перевозками пассажиров занимаются 2 трамвайных и 2 троллейбусных депо. Ежесуточно на 14 трамвайных и 25 троллейбусных маршрутах работают 180 единиц трамваев и 166 единиц троллейбусов [1].

На 1.01.2011 г. инвентарный парк составляет 566 ед., в том числе [1]:

трамваев – 305 ед.

троллейбусов – 261 ед.

Из них отработали свой амортизационный срок и подлежит списанию:

трамваев – 289 ед., что составляет 94,8 %;

троллейбусов – 163 ед., что составляет 62,5 %.

Средний возраст трамваев – 25,1 лет, троллейбусов – 11,3 лет.

В течение 2010 г. работа предприятия была нацелена на увеличение доходов от перевозки пассажиров, а также качества пассажироперевозок при рациональном использовании подвижного состава. Однако план по доходам от перевозок пассажиров был не выполнен: при плане 61 400,0 тыс. грн фактически получено доходов 57 662,6 тыс. грн [1]. Невыполнение плана по доходам от перевозок наблюдалось и в предыдущем году. Для анализа сложившейся ситуации было предпринято исследование показателя выручки с помощью эконометрических методов за 6 лет.

Выручкой от реализации продукции (работ, услуг) называются денежные средства, поступившие на расчетный счет предприятия за предоставленную продукцию (работу, услугу). На рис. 1 представлена динамика выручки ХКП "Горэлектротранс".

В результате исследования был обнаружен структурный сдвиг, произошедший в августе 2008 г. Причина данного явления заключается в поднятии стоимости проезда до 75 копеек [2]. Однако данное изменение не привело к резкому скачку как в августе 2008. Также была обнаружена зависимость выручки от сезонных колебаний: спад – в январе, феврале, июне, июле и августе; рост – в марте, сентябре, октябре, ноябре и декабре.

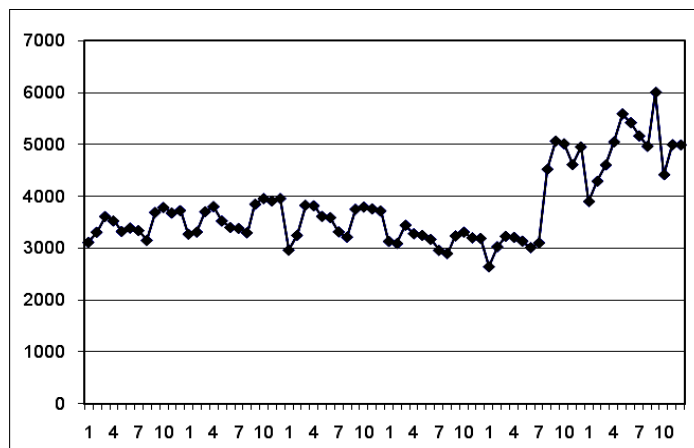


Рис. 1. График выручки ХКП "Горэлектротранс" за 2004 – 2009 гг.

С помощью адаптивных методов прогнозирования, а именно модели с мультипликативной сезонностью и линейным трендом, модели Хольта –Уинтерса, был построен прогноз объема выручки на 2010 г. На рис. 2 представлены графики прогнозных и теоретических значений объема выручки за 2010 г.

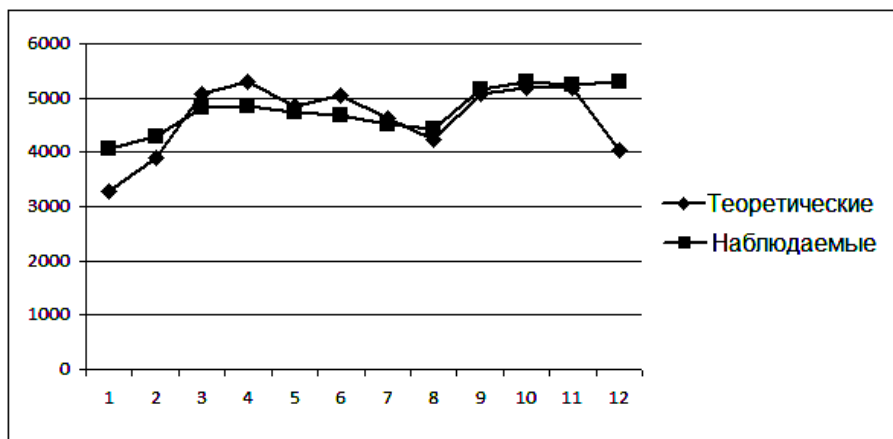


Рис. 2. Выручка ХКП "Горэлектротранс" за 2010 г.

Средняя абсолютная процентная ошибка составила 8,46 %, что говорит об адекватности построенного прогноза. Сильные расхождения между теоретическими и прогнозными значениями были в январе и декабре 2010 г., поскольку в связи с задолженностью по невыплате заработной платы работники предприятия бастовали. С марта по июль месяц наблюдаемые значения даже превышали прогнозные. При этом количество ежедневно выезжаемых на маршрут трамваем уменьшилось на 33 единицы, а количество троллейбусов увеличилось на 4 единицы [2]. Однако на сегодняшний день предприятие ХКП "Горэлектротранс" является убыточным.

Одной из главных причин недополучения дохода от перевозки пассажиров является "человеческий фактор". Поэтому городские власти планируют создание единой платежной системы для всех видов наземного транспорта или единого электронного билета. "Это будет похоже на турникеты метрополитена", – рассказывает Максим Мусеев директор КП "Харьков-пасс", – "но меньших размеров, которые будут снимать стоимость проезда со счета на бесконтактной электронной карте. Пассажиру не нужно будет искать купюру, передавать за проезд, ожидать сдачу – все будет полностью автоматизировано" [3]. КП "Харьков-пасс" объединит управление и контроль за ХКП "Горэлектротранс", частными маршрутными перевозками и харьковским метрополитеном. Также большое влияние на доход от перевозок имеет правильно составленное расписание и слежение за правильным его выполнением. Для автоматизации данной процедуры для ХКП "Горэлектротранс" была создана автоматизированная система управления и уже на некоторые машины установлены GPS-навигаторы [4]. Данную систему планируют использовать для координации работы всех видов городского пассажирского транспорта. Правильно составленное расписание должно повлечь увеличение выручки.

Анализ предприятия ХКП "Горэлектротранс" показал, что предприятие находится в кризисном состоянии. В планах городских властей – объединить контроль, управление и взаимосвязь между предприятиями, регулирующими городской пассажирский транспорт с помощью предприя-

тия, в КП "Харьков-Пасс". Также планируется создание единой платежной системы и автоматизированной системы управления расписанием для всех видов наземного транспорта.

Научн. рук. Полякова О. Ю.

Литература: 1. Пояснительная записка о работе ХКП "Горэлектротранс" за 2010 г. 2. Пояснительная записка о работе ХКП "Горэлектротранс" за 2009 г. 3. Єдиним засобом оплати проїзду у всіх видах пасажирського транспорту Харкова стане електронна карта маршрутів // Офіційний сайт Харківської ради. – Режим доступу : <http://www.city.kharkov.ua/uk/news/view/id/6271>. 4. Весь пасажирський транспорт Харкова буде включений у систему GPS-навігації та контролю виконання маршрутів // Офіційний сайт Харківської ради. – Режим доступу : <http://www.city.kharkov.ua/uk/news-/view/id/6270>.

УДК 331.56(477)

Сивозалізов І. М.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто основний категоріальний апарат, пов'язаний з ринком праці, видами безробіття, визначенням його рівня, та проаналізовано основні статистичні дані.

Аннотация. Рассмотрен основной категориальный аппарат, связанный с рынком труда, видами безработицы, определением ее уровня, и проанализированы основные статистические данные.

Annotation. Main categorial device, connected with the market of the labour, type of unemployment, determination is considered in the article, its level and its statistics are analysed.

Ключові слова: безробіття, рівень безробіття, економічно активне населення, аналіз.

Здійснюваний в Україні досі перехід до ринкових відносин пов'язаний з великими труднощами і виникненням багатьох соціально-економічних проблем. Одна з них – проблема зайнятості, яка нерозривно пов'язана з людьми, їх виробничою діяльністю. У нашій країні на офіційному рівні ця проблема була визнана на початку 1990-х років. У наші дні безробіття є неодмінним елементом життя, що здійснює істотний вплив не лише на соціально-економічну, а й на політичну ситуацію в країні. Воно залишається в центрі уваги і населення, і наукової громадськості. Безробіття не можна розглядати тільки як суто економічне явище, дуже важливо враховувати його соціальні аспекти. І тільки подвійний підхід до його вивчення дозволить якнайповніше розкрити зміст безробіття, його роль і значення.

Розглянемо основні поняття, що стосуються проблеми безробіття.

Ринок праці (робочої сили) – важлива і багатопланова сфера економічного та соціально-політичного життя суспільства. На ринку праці отримує оцінку вартість робочої сили, визначаються умови її найму, у тому числі і величина заробітної плати, умови праці, можливість здобуття освіти, професійного зростання, гарантія зайнятості.

Специфічні риси української моделі ринку праці – це більш висока міра колективізму як традиційного способу взаємної підтримки працюючих (звідси переважаючими, мабуть, залишаються і колективні форми найму і звільнення, соціальної підтримки у сфері праці); різна швидкість руху до ринку різних галузей і секторів економіки; нерівномірність переходу до ринку в окремих регіонах, містах і сільській місцевості, широко поширене явище – "кумівство" і т. д.

Безробіття – явище в економіці, при якому частина економічно активного населення, що бажає працювати, не може застосувати свою робочу силу [1].

Тривалість безробіття – це показник, що характеризує середню тривалість пошуку роботи серед осіб, що мають статус безробітного на кінець аналізованого періоду.

Рівень безробіття – відношення чисельності безробітних до чисельності економічно активного населення (у %).

Рівень зареєстрованого безробіття – відношення чисельності зареєстрованих безробітних до чисельності економічно активного населення (у %).

Економічно активне населення (робоча сила) – населення, яке упродовж певного періоду забезпечує пропозицію праці для виробництва товарів і послуг.

Розглянемо основні види безробіття.



Фрикційне безробіття пов'язане з пошуками і очікуванням роботи. Це безробіття серед осіб, для яких пошук місця роботи, що відповідає їх кваліфікації та індивідуальним перевагам, вимагає певного часу.

Фрикційне безробіття має переважно добровільний і короточасний характер: у цієї категорії безробітних є "готові" навички до роботи, які можна продати на ринку праці.

Структурне безробіття пов'язане з технологічними зрушеннями у виробництві, що змінюють структуру попиту на робочу силу. Це безробіття серед осіб, професії яких виявилися "застарілими" або менш необхідними економіці внаслідок науково-технічного прогресу. Структурне безробіття має переважно вимушений і більше довготривалий характер, оскільки у цієї категорії безробітних немає "готових" до продажу навичок до роботи і отримання робочих місць для них пов'язане з професійною перепідготовкою, зміною місця проживання, що нерідко супроводжується.

Поєднання фрикційного і структурного безробіття утворює природний рівень безробіття. Уперше термін "природний рівень безробіття" запропонували Фрідман і Фелпс, що використали для його визначення криву Філіпса.

Циклічне безробіття є відхиленням фактичного рівня безробіття від природного. У період циклічного спаду циклічне безробіття доповнює фрикційну і структурну; у періоди циклічного підйому циклічне безробіття відсутнє.

Приховане безробіття – характерна для вітчизняної економіки. Суть її в тому, що в умовах неповного використання ресурсів підприємства, викликаного економічною кризою, компанія не звільняє працівників, а переводить їх або на скорочений режим робочого часу (неповний робочий тиждень або робочий день), або відправляють у вимушені неоплачені відпустки. Формально таких працівників не можна визнати безробітними, проте фактично вони є такими.

Також характерним для нашої економіки є застійне безробіття. Застійне безробіття як найбільш типова форма безробіття перехідної економіки посилюється тим, що традиції минулого багату в чому призводять до надій значної частини працівників на можливість вирішення своїх проблем у майбутньому за рахунок підтримки держави, але не за рахунок власної активності.

У нашій країні також поширене таке явище, як регіональне безробіття, що є наслідком моно-економічної спрямованості розвитку деяких районів країни, а також існування раніше закритих міст і зон проживання. Регіональне безробіття є результатом невідповідності між попитом і пропозицією робочої сили в цьому регіоні. Загальною причиною її існування служить нерівномірність соціально-економічного розвитку певних територій, яка обумовлена як природно-ресурсними і техніко-економічними, так і демографічними, історико-культурними й іншими особливостями цього регіону.

Розібравшись з видами безробіття, перейдемо до визначення його рівня. Розрахунки фактичного і природного рівнів безробіття ускладнюються тим, що критерії віднесення окремих осіб до категорій зайнятих або безробітних досить рухливі. Зазвичай безробітними вважаються ті, хто не має роботи на момент проведення статистичного обстеження, але активно шукає її і готовий приступити до роботи негайно.

Рівень безробіття визначається як співвідношення чисельності безробітних і чисельності робочої сили або як співвідношення частки зайнятих, що щомісячно втрачають роботу, і суми цієї частки з часткою безробітних, таких, що щомісячно знаходять роботу.

Існує декілька методів визначення рівня безробіття. Це: реєстраційний метод, метод на основі вибіркового обстеження, експертне оцінювання та ін.

Проаналізуємо основні показники, що характеризують проблему безробіття в Україні за останні роки.

На рис. 1 наведено динаміку зайнятого та економічно активного населення за період з 2000 по 2010 роки за офіційними даними державного комітету статистики [2].



Рис.1. Динаміка економічно активного та зайнятого населення

Як видно з рис. 1, в останні 2 роки спостерігається зниження рівня зайнятості населення при незначному зростанні економічно активного населення. Це викликано економічною кризою, з якою Україна зіткнулась саме у 2009 – 2010 роках.

На рис. 2 наведено динаміку чисельності безробітних, що визначені за методологією МОП та в державних центрах зайнятості.

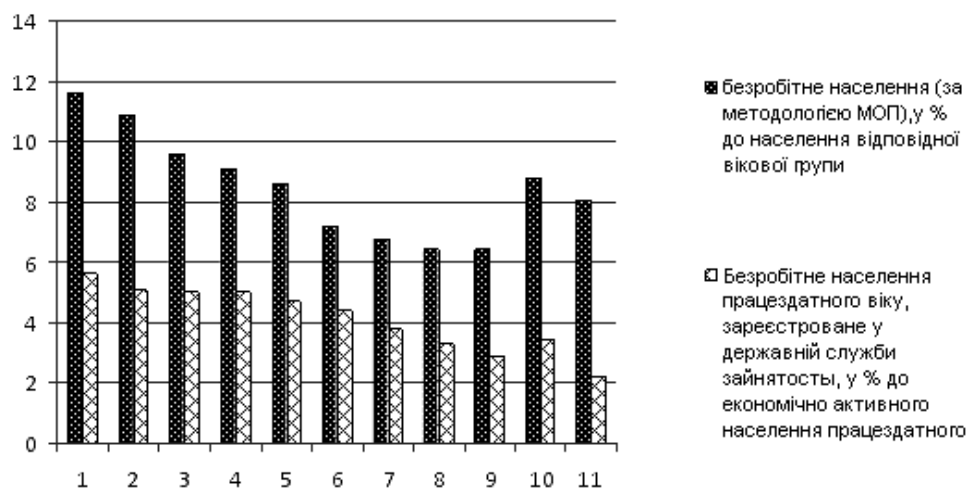


Рис. 2. Динаміка рівня безробіття в Україні

З рис. 2 чітко видно значну розбіжність між зареєстрованим безробіттям та реальним, причому видна тенденція до зменшення кількості зареєстрованих офіційно. Кількість безробітних, визначених за методологією МОП, за період з 2000 по 2008 роки мала стійку тенденцію до зменшення, але економічна криза викликала стрімке зростання.

У табл. 1, 2 наведено основні показники, що характеризують проблему безробіття в Україні.

Таблиця 1

Кількість незайнятих громадян, які скористалися послугами державної служби зайнятості, у цілому за рік

Рік	Усього, тис. осіб	Працевлаштовано, тис. осіб	У % до тих, які перебували на обліку	Перебували на обліку, на кінець року, тис. осіб	Потреба в робочій силі на кінець року, тис. осіб	Навантаження незайнятого населення на одну вакантну посаду на кінець року, осіб
2000	2744,1	597	21,8	1188	68,2	17
2001	2706,2	772,7	28	1028,8	96,9	11
2002	2799,2	831,8	29,7	1055,2	123,9	9
2003	2835,2	877,3	30,9	1003,7	138,8	7
2004	2900,6	984,2	33,9	998,9	166,5	6
2005	2887,7	1049,8	36,4	903,5	186,6	5
2006	2700,4	1070,8	39,7	780,9	170,5	5
2007	2419,7	1098,6	45,4	660,3	169,7	4
2008	2500,7	1084	43,3	876,2	91,1	10
2009	2143,3	702	32,8	542,8	65,8	8
2010	1847,4	744,5	40,3	564	63,9	9

Таблиця 2

Середній розмір допомоги з безробіття в грудні

Рік	Допомога з безробіття, гривень	У % до мінімальної заробітної плати	У % до попереднього року
2000	59,39	50,3	119,2
2001	85,23	72,2	143,5
2002	105,98	64,2	124,3
2003	118,32	57,7	111,6
2004	146,37	61,8	123,7
2005	192,89	58,1	131,8
2006	251,48	62,9	130,4
2007	339,27	73,8	134,9
2008	571,07	94,4	168,3
2009	655,56	88,1	114,8
2010	780,05	84,6	119



Аналізуючи статистику по зареєстрованим та працевлаштованим громадянам, можна помітити, що кількість працевлаштованих за 2000 – 2001 та 2009 – 2010 роки майже однакова, що на погляд автора, пояснюється економічними кризами 1998 – 1999 та 2008 – 2009 років. Також це помітно і в навантаженні незайнятого населення на одне робоче місце. А ось допомога з безробіття зростала усі роки, що викликано, в тому числі, й інфляційними процесами.

Якщо проаналізувати теоретичну та практичну сторони такого явища, як безробіття, можна зробити висновки, що ця проблема характерна для нашої країни протягом всього проміжку часу, що був представлений у статистичних даних, але останні 2 роки були особливо тяжкі у зв'язку з загальною економічною кризою, що знайшло своє відображення в статистиці.

Наук. керівн. Прокопович С. В.

Література: 1. Макконел К. Р. Экономикс / К. Р. Макконел ; пер. с англ. Минц Л. А и др. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 974 с. 2. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Мухигулашвили А. О.

УДК 338:339:144

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ

Аннотация. Осуществлена оценка финансовой конкурентоспособности регионов на основе комплекса критериев и показателей, которые позволили получить оперативную информацию о положении организаций на рынке.

Анотація. Здійснено оцінку фінансової конкурентоспроможності регіонів на основі комплексу критеріїв і показників, які дозволили отримати оперативну інформацію про становище організацій на ринку.

Annotation. The estimation of financial competitiveness of regions was carried out on the basis of complex of criteria and indexes which allowed getting operative information about position of organizations at the market.

Ключевые слова: индекс глобальной конкурентоспособности, регион, конкурентоспособность, усилители эффективности, факторы инноваций и развития, субиндекс.

В настоящее время существует большое количество методик оценки конкурентоспособности региона. При этом в основе большинства методик, описанных различными авторами, лежит оценка макроэкономической стабильности, уровня жизни населения и инфраструктуры региона. Данный подход широко распространён и в мировой практике [1].

Поскольку объем статьи не позволяет рассмотреть большинство методик, реализующих оценку конкурентоспособности региона, рассмотрим методологию исследования конкурентоспособности регионов Украины, проведенного в 2010 году Всемирным экономическим форумом (ВЭФ) и Фондом "Эффективное управление" (ФЭУ). Основным методом для оценивания конкурентоспособности регионов Украины служит индекс глобальной конкурентоспособности. ИГК вобрал в себя то, что давно известно политикам и бизнес-лидерам. Конкурентоспособность – комплексный феномен, ее общий уровень является главным индикатором уровня развития региона и может быть улучшен с помощью целого ряда реформ [2]. ИГК также показывает разницу между приоритетами стран в зависимости от уровня развития.

Применение методологии ИГК позволяет сравнивать конкурентоспособность украинских регионов не только между собой, но и в международном контексте. Такое сравнение возможно благодаря единой методологии ИГК, которая используется (после незначительной модификации) для оценки конкурентоспособности регионов. Таким образом, рассматривается два индекса: региональный и глобальный. В региональном индексе конкурентоспособности 20 отобранных регионов Украины сравниваются между собой. В глобальном индексе регионы сравниваются между другими странами, вошедшими в отчет о глобальной конкурентоспособности.

© Мухигулашвили А. О., 2012

В качестве показателей используются и статистические данные, и данные, полученные в ходе опроса руководителей компании [2]. Таким образом, были опрошены руководители около 50 компаний, определенных по репрезентативной выборке в каждом из 20-ти регионов. Итоговый рейтинг стран и регионов за 2010 год представлен в табл. 1.

Таблица 1

Конкурентоспособность регионов в международном сравнении

Рейтинг	Балл	Рейтинг	Балл	Рейтинг	Балл
1 Швейцария	5,59	52 Азербайджан	4,30	102 Волынь	3,88
2 США	5,59	53 Литва	4,29	103 Ровно	3,87
3 Сингапур	5,54	54 Индонезия	4,26	104 Ивано-Франковск	3,86
4 Швеция	5,50	55 Коста-Рика	4,24	105 Гондурас	3,85
5 Дания	5,46	56 Бразилия	4,22	106 Сумы	3,85
6 Финляндия	5,43	57 Маврикий	4,22	107 Житомир	3,84
7 Германия	5,36	58 Венгрия	4,21	108 Грузия	3,81
8 Япония	5,36	59 Киев	4,21	109 Ямайка	3,80
9 Канада	5,32	60 Панама	4,20	110 Сенегал	3,78
10 Нидерланды	5,32	61 Мексика	4,18	111 Винница	3,77
11 Гонконг	5,22	62 Турция	4,16	112 Сербия	3,76
12 Тайвань , Китай	5,20	63 Черногория	4,15	113 Сирия	3,76
13 Великобритания	5,19	64 РФ	4,15	114 Доминиканская Республика	3,75
14 Норвегия	5,16	65 Днепрпетровск	4,12	115 Албания	3,72
15 Австралия	5,15	66 Румыния	4,10	116 Армения	3,71
16 Австрия	5,12	67 Закарпатье	4,09	117 Кения	3,66
17 Франция	5,12	68 Уругвай	4,09	118 Нигерия	3,65
18 Бельгия	5,08	69 Львов	4,09	119 Танзания	3,59
19 Республика Корея	5,00	70 Ботсвана	4,08	120 Пакистан	3,58
20 Новая Зеландия	4,98	71 Казахстан	4,07	121 Суринам	3,56
21 Люксембург	4,96	72 АР Крым	4,06	122 Бенин	3,56
22 Катар	4,95	73 Донецк	4,06	123 Гайана	3,55
23 ОАЭ	4,92	74 Латвия	4,05	124 Эквадор	3,55
24 Малайзия	4,87	75 Колумбия	4,04	125 Бангладеш	3,55
25 Ирландия	4,83	76 Харьков	4,04	126 Лесото	3,54
26 Исландия	4,80	77 Египет	4,04	127 Уганда	3,53
27 Израиль	4,79	78 Греция	4,03	128 Босния и Герцеговина	3,52
28 Саудовская Аравия	4,75	79 Хорватия	4,03	129 Камбоджа	3,51
29 Китай	4,73	80 Намибия	4,03	130 Камерун	3,50
30 Чили	4,69	81 Марокко	4,03	131 Замбия	3,50
31 Чехия	4,66	82 Вьетнам	4,02	132 Венесуэла	3,47
32 Бруней	4,64	83 Болгария	4,02	133 Гана	3,45
33 Испания	4,58	84 Эль-Сальвадор	4,01	134 Никарагуа	3,43
34 Кипр	4,57	85 Перу	4,01	135 Кот-д'Ивуар	3,43
35 Эстония	4,55	86 Шри-Ланка	4,00	136 Монголия	3,43
36 Таиланд	4,55	87 Полтава	3,98	137 Эфиопия	3,43
37 Словения	4,55	Среднее по регионам Украины	3,97	138 Малави	3,42
38 Бахрейн	4,54	88 Черкаassy	3,96	139 Мадагаскар	3,41
39 Кувейт	4,53	89 Хмельницкий	3,96	140 Боливия	3,41
40 Тунис	4,49	90 Гамбия	3,96	141 Таджикистан	3,38
41 Оман	4,49	91 Гватемала	3,95	142 Киргизская Республика	3,35
42 Пуэрто-Рико	4,48	92 Запорожье	3,95	143 Парагвай	3,35
43 Португалия	4,40	93 Македония	3,95	144 Непал	3,34
44 Барбадос	4,35	94 Алжир	3,94	145 Тимор	3,26
45 ЮАР	4,34	95 Одесса	3,94	146 Мавритания	3,24
46 Польша	4,32	96 Луганск	3,92	147 Буркина-Фасо	3,23
47 Словакия	4,30	97 Тринидад и Тобаго	3,91	148 Мозамбик	3,22
48 Иордания	4,30	98 Филиппины	3,90	149 Мали	3,21
49 Италия	4,30	99 Ливия	3,90	150 Чад	2,87
50 Мальта	4,30	100 Херсон	3,90	151 Зимбабве	2,76
51 Индия	4,30	101 Аргентина	3,90	152 Бурунди	2,58

В 2010 году разрыв в международном рейтинге между регионами с лучшим и худшим индексом составил 52 позиции, что меньше чем в 2009 году (70 позиций).

Высшее и низшее значение регионального индекса конкурентоспособности отличаются от среднего по выборке на 6 и 5 % соответственно. Это заметно ниже, чем различие в уровне ВРП



на душу населения, которое достигает от 35 – 100 % (без учета Киева). Частично это связано с недооценкой региональных различий, что связано с использованием национальных данных по ряду показателей при расчете региональных индексов.

На рис. 1 представлены результаты по трем субиндексам ИГК, тогда как табл. 2 демонстрирует регионы с лучшими результатами по каждой из групп. В 2010 году лидером по базовым требованиям конкурентоспособности является АР Крым, а по остальным двум субиндексам первое место занял Киев. Несмотря на очень низкие оценки по ряду составляющих, АР Крым смог получить пятое место в рейтинге благодаря лидерству по качеству инфраструктуры. Наконец, аутсайдер рейтинга – Винницкая область – получила относительно низкие баллы по большинству составляющих конкурентоспособности.

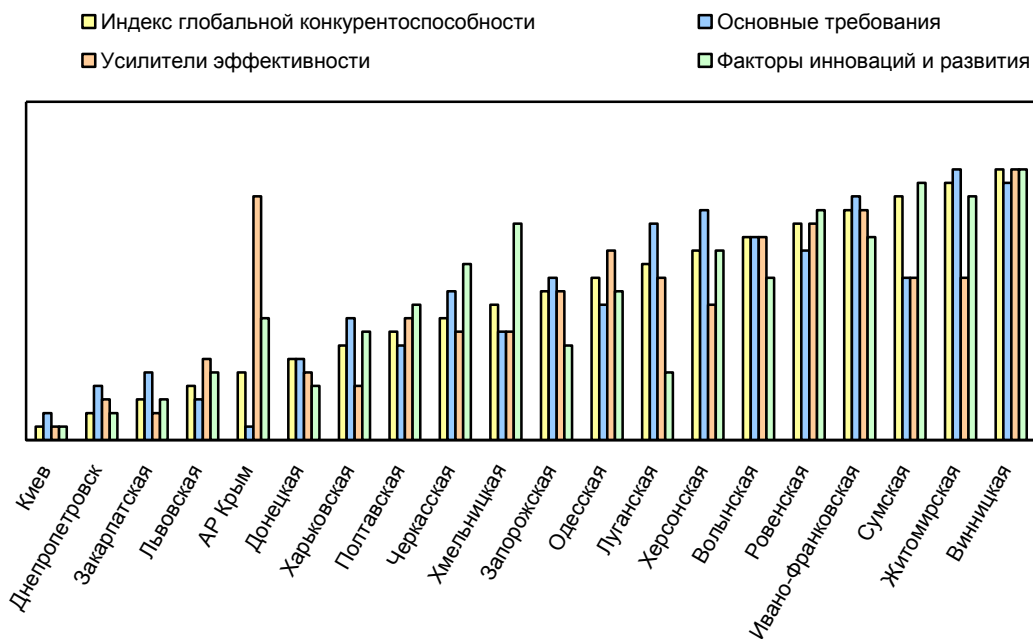


Рис. 1. Результаты регионов по трем субиндексам в индексе глобальной конкурентоспособности

Таблица 2

Результаты по 12-ти составляющим конкурентоспособности

	Киевская	Днепропетровская	Закарпатская	Львовская	АР Крым	Донецкая	Харьковская	Полтавская	Черкасская	Хмельницкая	Запорожская	Одесская	Луганская	Херсонская	Волынская	Ровенская	Ивано-Франковская	Сумская	Житомирская	Винницкая
Индекс глобальной конкурентоспособности	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Основные требования																				
1 Государственные институты	17	13	1	3	19	7	9	11	6	18	14	15	2	12	4	8	16	10	5	20
2 Инфраструктура	3	2	10	4	1	5	9	8	13	6	11	7	17	14	19	18	16	12	20	15
3 Макроэкономическая стабильность	н/д																			
4 Здравоохранение и образование	1	11	5	7	2	19	4	8	16	3	12	13	20	17	6	9	14	18	15	10
Усилители эффективности																				
5 Высшее образование и проф. подготовка	1	4	7	6	2	5	3	9	17	10	8	15	12	13	14	11	18	20	16	19
6 Эффективность рынка товаров	1	5	10	4	20	12	3	8	2	6	13	16	7	9	15	18	14	19	11	17
7 Эффективность рынка труда	2	3	1	19	5	11	8	14	12	15	18	6	17	9	16	13	7	10	4	20
8 Уровень развития финансового рынка	2	6	19	1	20	4	9	11	10	3	8	14	5	18	12	7	15	13	16	17
9 Оснащенность новыми технологиями	1	4	2	6	10	3	5	13	7	17	14	9	18	8	12	16	15	19	11	20
10 Размер рынка	н/д																			
Факторы инноваций и развития																				
11 Уровень развития бизнеса	5	1	4	16	3	6	9	10	14	12	7	8	2	18	11	15	13	20	17	19
12 Инновации	1	3	4	2	15	5	6	9	11	20	7	17	8	10	13	19	12	14	18	16
Количество первых мест (из 10 составляющих)	5	1	2	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Количество последних мест (из 10 составляющих)	-	-	-	-	2	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	2	1	3

На рис. 2 представлены показатели регионов Украины по каждой из составляющих с результатами всей выборки по странам и регионам. Таким образом, виден диапазон результатов по различным составляющим конкурентоспособности и их соотношение с диапазоном результатов по всей выборке.

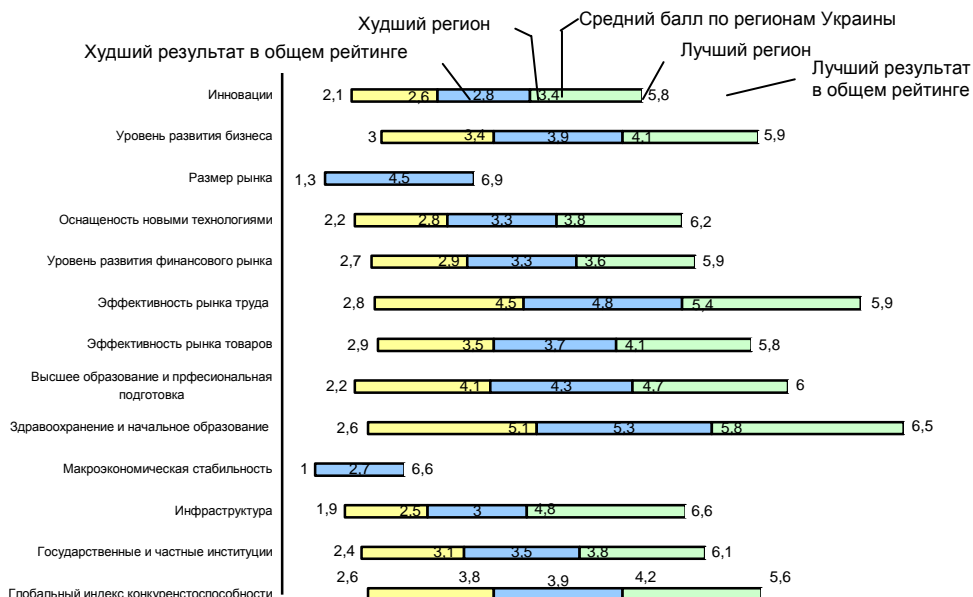


Рис. 2. Спектр значений по составляющим конкурентоспособности

Большинство регионов сохранили свои места в рейтинге конкурентоспособности за 2009 – 2010 гг. по сравнению с 2008 годом. Исключением стали три области, которые существенно изменили свои позиции в рейтинге: Запорожье со 2-го места переместилась на 11-е, АР Крым – с 14-го на 5-е, а Закарпатская – область с 15-го на 3-е. Такие переменные, прежде всего, объясняются результатами опроса руководителей предприятий, которые могли значительно улучшить или ухудшить оценку ситуации в регионе.

Преимуществом исследования конкурентоспособности, по методологии Всемирного экономического форума, является то, что оно создает платформу для диалога между правительством, бизнесом и общественностью, которая может быть катализатором реформ по увеличению производительности с целью улучшения стандартов жизни.

Следует согласиться с автором работы [3], что конкурентоспособность региона определяется как наличием тех или иных конкурентоспособных отраслей или сегментов отрасли, так и способностью региональных органов власти создать условия региональным предприятиям для достижения и удержания конкурентного преимущества в определенных областях.

Научн. рук. Милевский С. В.

Литература: 1. Яшин Н. С. Конкурентоспособность региона: методология, оценка регулирование / Н. С. Яшин. – Саратов : Изд. центр СГЭА, 1994. – 248 с. 2. Юданов А. Ю. Конкуренция: Теория и практика / А. Ю. Юданов. – М. : Тандем, 1996. – 142 с. 3. Пути повышения конкурентоспособности региона / Вигдорчик Е., Нещадин А., Липсиц И. и др. // Экономист. – 1998. – № 11. 4. www.feg.org.ua. 5. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с. 6. Портер М. Е. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М. Е. Портер ; пер. с англ. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто основні тлумачення поняття енергетичної безпеки держави, основні показники енергетичної безпеки. Запропоновано модель оцінки енергетичної безпеки держави.

Аннотация. Рассмотрены основные определения энергетической безопасности государства, основные показатели энергетической безопасности. Предложена модель оценки энергетической безопасности государства.

Annotation. Main definitions and indicator of energy security of a country were considered. Assessment model of energy security of a country was suggested.

Ключові слова: енергетична безпека, рейтинг, паливно-енергетичний комплекс, екологічна складова, енергетична незалежність.

У сучасній науковій літературі немає єдиного тлумачення поняття "енергетична безпека". У рамках економічної безпеки енергетична безпека виступає як один з системоутворюючих факторів.

Енергетична безпека носить інтегральний характер – це складна інфраструктура, покликана забезпечити нормальне функціонування і розвиток держави та суспільства [1].

У такому комплексному підході визначаються головні складові енергетичної безпеки, а саме:

- енергозабезпечення (економічна складова);
- енергетична незалежність (політико-економічна складова);
- екологічна прийнятність (екологічна складова);
- соціальна стабільність.

У загальному плані показники енергозабезпечення характеризують рівень забезпечення регіону основними паливно-енергетичними ресурсами (нафта, газ, вугілля). Одним із найбільш поширених показників, за яким оцінюється енергетична ефективність національної економіки та її конкурентоспроможність з точки зору енерговикористання, є енергоємність валового внутрішнього продукту.

У загальному плані показники енергетичної незалежності визначають рівень диверсифікації при постачанні паливно-енергетичних ресурсів. Саме зі зростанням рівня їх використання, особливо в умовах зростаючої конкуренції за існуючі традиційні джерела та маршрути транспортування традиційних джерел енергії (нафта, природний газ, вугілля), у значному ступені пов'язують загальний сталий розвиток країн та регіонів у світі.

Показники екологічної прийнятності характеризують стан забруднення навколишнього природного середовища, яке пов'язано з виробництвом та використанням енергії. Для широкомасштабного впровадження енергоефективних технологій у різні сектори вітчизняної економіки слід переглянути існуючі та розробити нові законодавчо-правові акти, які б дали можливість задіяти інвестиційні, цінні, податкові та інші механізми стимулювання та освоєння енергоефективних технологій і обладнання, зокрема для реалізації загальнонаціональної та регіональної політики ефективного використання ПЕР.

Показники соціальної стабільності, в першу чергу, характеризують вартість енергетичного "кошика" в загальних витратах населення. Крім того, одним із загальноновизначених показників якості життя населення є питома кількість спожитої електроенергії (яка припадає на одну особу). На жаль, більшість таких показників та індикаторів, особливо в регіональному розрізі, є недоступними або такими, що не входять в офіційну статистичну звітність [2].

Тобто кількісна оцінка енергетичної безпеки на даному етапі неможлива. Проте Національним інститутом проблем міжнародної безпеки виділені показники [3], що дозволяють урешті-решт

побудувати рейтинг країн за рівнем енергетичної безпеки, що, безумовно, є однією з найважливіших складових економічної безпеки країни чи регіону.

З огляду на стратегічний характер енергетичних ресурсів, монополія однієї країни у забезпеченні потреби в енергоносіях є чинником загроз енергетичній і економічній безпеці країни. Тому для моніторингу рівня енергетичної безпеки доцільно визначити рівень забезпечення потреби, що покривається з рахунок імпорту з однієї країни. Цей показник розраховується за тими видами первинних паливно-енергетичних ресурсів, що покривається за рахунок імпорту з однієї країни, і може бути визначений за формулами:

• потреба в нафті, що задовольняється за рахунок імпортних поставок, розраховується за формулою (1):

$$L_o = \frac{F_o}{R_o} \times 100 \% \quad (1)$$

де L_o – рівень забезпечення потреби у нафті за рахунок імпортних поставок, у відсотках;

F_o – надходження нафти на внутрішній ринок за рахунок імпорту, млн тонн;

R_o – потреба внутрішнього ринку у нафті, млн тонн;

• потреба в природному газі, що задовольняється за рахунок імпортних поставок, розраховується за формулою (2):

$$L_g = \frac{F_g}{R_g} \times 100 \% \quad (2)$$

де L_g – рівень забезпечення потреби у природному газі за рахунок імпортних поставок, у відсотках;

F_g – надходження природного газу на внутрішній ринок за рахунок імпорту, млн тонн;

R_g – потреба внутрішнього ринку у природному газі, млн тонн.

В енергодифіцитних країнах, до яких належить Україна, частка імпорту енергоносіїв з однієї країни не повинна перевищувати 30 % загальної потреби. Інакше монопольний постачальник може здійснювати економічний і політичний тиск на країну імпортера.

Ще одним важливим критерієм, що значною мірою визначає конкурентоспроможність продукції, є енергоємність економіки. Для України, що є енергодифіцитною країною, енергоємність багато в чому визначає обсяги імпорту енергетичних ресурсів, що посилює вплив цього показника на рівень енергетичної безпеки країни.

Для моніторингу рівня енергетичної безпеки доцільно визначити рівень енергоємності ВВП, а також енергоємність галузей промисловості та основних видів продукції. Енергоємність економіки визначається як відношення спожитих енергетичних ресурсів до ВВП країни за відповідний період за формулою (3):

$$L_{ens}e(b, p) = \frac{VE_{en}e(b, p)}{GDP(GO)}, \quad (3)$$

де $L_{ens}e(b, p)$ – енергоємність економіки;

$VE_{en}e(b, p)$ – обсяг витрат енергетичних ресурсів в економіці, млн тонн умовного палива;

$GDP(GO)$ – ВВП.

Важливим чинником забезпечення енергетичної незалежності України є раціоналізація структури балансу споживання енергоносіїв у бік зменшення частки природного газу з одночасним збільшенням частки вугілля. Частка природного газу в загальному обсязі споживання палива визначається за формулою (4):

$$L_{gs} = \frac{VC_g}{VC_f} \times 100 \% \quad (4)$$

де L_{gs} – рівень споживання газу, у відсотках;

VC_g – обсяг природного газу в балансі споживання паливно-енергетичних ресурсів, млн тонн умовного палива;

VC_f – загальний обсяг паливно-енергетичних ресурсів у балансі споживання, млн тонн умовного палива [4].



Таким чином, для побудови рейтингу країн за енергетичною безпекою доцільно використуватися систему проведених показників. Для побудови рейтингу слід застосовувати показник рівня економічного розвитку.

Наук. керівн. Мілов О. В.

Література: 1. Енергетична безпека України: стратегія та механізми забезпечення / Шевцов А. І., Земляний М. Г., Бараннік В. О. та ін. ; за ред. А. І. Шевцова. – Дніпропетровськ : Пороги, 2002. – 264с. 2. Бараннік В. О. Комплексна методика оцінки та шляхи забезпечення енергетичної незалежності держави / В. О. Бараннік. – К., 2008. 3. Долінський А. А. Енергозбереження та технологічні проблеми енергетики / А. А. Долінський // Вісник НАН України. – 2006. – № 2. 4. Методичні рекомендації щодо оцінки рівня економічної безпеки України / за ред. акад. НАН України С. І. Пиріжкова. – К. : НІПМБ, 2003. – 42 с.

Клеванный Д. А.

УДК 338.24

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

НЕЙРОСЕТЕВЫЕ МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ УГРОЗЫ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Рассмотрены теоретические основы банкротства, его причины и виды, проанализированы основные методы и модели оценки угрозы банкротства, выявлены их преимущества и недостатки. Построен комплекс моделей для оценки и прогнозирования банкротства, который состоит из модели нейронной сети и моделей экспоненциального сглаживания.

Анотація. Розглянуто теоретичні основи банкрутства, його причини та види, проаналізовано основні методи й моделі оцінки загрози банкрутства, виявлено їх переваги та недоліки. Побудовано комплекс моделей для оцінки та прогнозування банкрутства, який складається з моделі нейронної мережі і моделей експоненціального згладжування.

Annotation. The theoretical foundations of bankruptcy, its causes and types, basic methods models of bankruptcy were analyzed, their strengths and weaknesses were identified. A complex of models for evaluating and predicting bankruptcy, which consists of a neural network model and exponential smoothing models was constructed.

Ключевые слова: кризис, банкротство, предприятие, модель, прогнозирование, нейронная сеть, экспоненциальное сглаживание.

Рыночные отношения в экономике Украины сопровождаются кризисом платежей, появлением взаимной задолженности субъектов хозяйствования, что ведет к неплатежеспособности и банкротству предприятий. В последние годы в Украине заметна тенденция к увеличению количества предприятий-банкротов. Кроме того, с января по сентябрь 2010 года в Украине насчитывалось 45,3 % убыточных предприятий. Поэтому проблема банкротства как никогда актуальна.

Банкротство – мера экономической и юридической ответственности хозяйствующего субъекта, выраженная в прекращении его хозяйственно-финансовой деятельности по решению суда, в связи с неспособностью удовлетворить признанные правомерными требования кредиторов и выполнить обязательства перед бюджетом ввиду превышения задолженности над стоимостью его имущества.

Банкротство является мерой ответственности хозяйствующих субъектов за результаты своей деятельности:

- экономической – собственники предприятия-банкрота отвечают имуществом, находящимся на балансе предприятия;
- юридической – административной и уголовной, предусмотренными действующим законодательством Украины [1].

Существуют вполне конкретные симптомы наступления тотальной задолженности и полной неплатежеспособности предприятия, которые рано или поздно могут привести к банкротству. Наиболее характерными из них являются: уменьшение объемов реализации продукции, падение спроса на продукцию, снижение прибыльности производства, потеря клиентов и покупателей, увеличение объема неликвидных оборотных средств, неритмичность производства, низкий уровень использования производственного потенциала, увеличение затрат на производство и реализацию продукции, снижение уровня производительности труда, сокращение количества рабочих мест [2].

© Клеванный Д. А., 2012

Рассмотрев и проанализировав самые распространенные модели и методы оценки угрозы банкротства, были выделены их преимущества и недостатки, представленные в табл. 1.

Таблица 1

Преимущества и недостатки основных методик и моделей оценки банкротства

Название методики	Преимущества	Недостатки
Модели интегральной оценки кризисного состояния и вероятности банкротства		
Модель Альтмана [3]. Модель Таффлера. Модель Лиса. Модель Спрингейта. Модель Фулмера. Модель Олсона. R-модель прогноза риска банкротства	Простота и быстрота расчетов. Доступность необходимых для расчетов данных. Возможность оценить финансовое состояние и спрогнозировать банкротство	Не подходят для экономики Украины. Невозможность применения к малым предприятиям. Несоответствие методических приемов расчета показателей финансовой отчетности
Дискриминантная модель интегральной оценки финансового состояния О. Терещенко	Учет специфики деятельности субъектов. Охват незначительного количества показателей. Доступность информации, необходимых для расчета параметров модели	Недостаточный уровень обоснованности показателей и их нормативных значений. Возможность применения только для отдельных предприятий. Широкий интервал неопределенности
Методики, базирующиеся на построении системы показателей-индикаторов		
Система показателей финансового состояния предприятия для диагностики его банкротства У. Бивера	Возможность выявления неудовлетворительной структуры баланса. Простота и быстрота применения. Прогнозирования риска банкротства на несколько лет вперед	Предназначена только для успешных предприятий. Несоответствие нормативных значений для предприятий некоторых отраслей. Игнорирование показателей состояния и структуры денежных потоков, а также дебиторской и кредиторской задолженности
Нормативные методики диагностики угрозы банкротства		
Приказ Минэкономики Украины от 19.01.06 № 14	Однозначность подхода при оценке кризисного состояния и банкротства. Всесторонний анализ хозяйственной деятельности. Возможность определения типа банкротства. Возможность определения причин кризисного состояния	Слишком большое количество оцениваемых показателей, что делает методику сложной к применению. Дублирование отдельных коэффициентов. Игнорирование показателей рыночной активности, а также состояния и структуры денежных потоков предприятия

Установленные недостатки существующих моделей позволили сделать вывод о том, что требуется разработать комплекс моделей, позволяющий оценивать и прогнозировать угрозу банкротства предприятий. В результате на основе выборки из 22 предприятий пищевой промышленности была построена нейронная сеть, которая классифицирует предприятия по 3 классам кризиса: 3 класс – финансово устойчивые предприятия; 2 класс – предприятия с низкой угрозой банкротства; 1 класс – предприятия с высокой угрозой банкротства. В качестве входных показателей на основе анализа существующих моделей были выбраны: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент оборачиваемости активов, финансовый леверидж, показатель рентабельности активов. Архитектура нейронной сети представлена на рис. 1.

Архитектура : МП 4:4-10-9-3:1 , N = 49
Производительность обуч. = 0,90909 , Контр. производительность = 0,90909

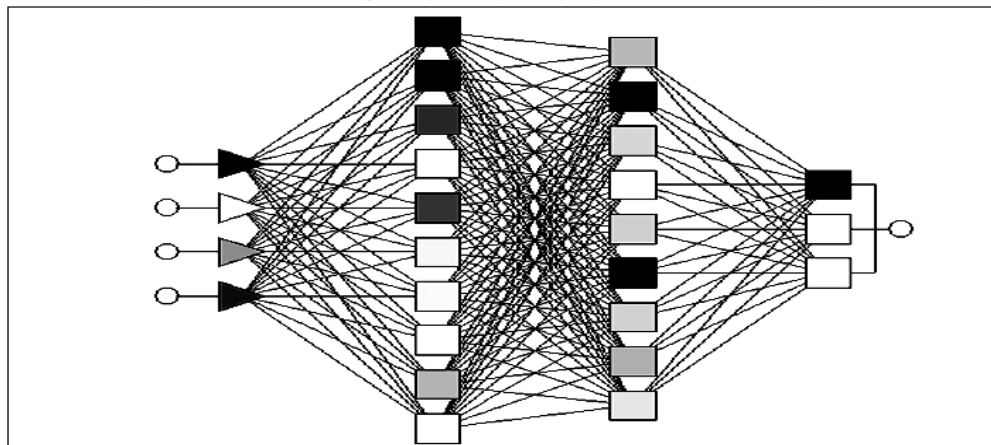


Рис. 1. Архитектура нейронной сети



Из 22 предприятий было верно классифицировано 20, то есть почти 91 %, что свидетельствует о хорошем качестве классификации на основе полученной нейронной сети, а значит, данная модель может быть использована для диагностики банкротства. На основе данных исследуемого предприятия ПСИИ "Империал Табако Юкрейн" была проведена оценка угрозы банкротства, и было выявлено, что данному предприятию банкротство не угрожает.

На основе моделей экспоненциального сглаживания были спрогнозированы независимые переменные для исследуемого предприятия на первое полугодие 2011 года с целью оценки угрозы банкротства. Результаты прогнозирования представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты прогнозирования показателей

Период	Текущая ликвидность	Оборачиваемость активов	Финансовый леверидж	Рентабельность активов
2011 г. 1 кв	14,293	4,947	0,151	0,366
2011 г. 2 кв	14,474	4,970	0,152	0,377

С помощью спрогнозированных показателей была оценена угроза банкротства исследуемого предприятия в первом и втором квартале 2011 года. Результаты представлены на рис. 2.

Прогноз наблюдения пользователя, (224) (Исходные данные - копия.sta)					
	Текущая ликвидность	Оборачиваемость активов	Финансовый леверидж	Рентабельность активов	Степень кризиса 224
1	14,29300	4,947000	0,151000	0,366000	3
2	14,47400	4,970000	0,152000	0,400000	3

Рис. 2. Результаты оценки угрозы банкротства

В первом полугодии 2011 года исследуемому предприятию не угрожает банкротство. Результаты оценки сходятся с фактическими данными финансовой службы предприятия.

Таким образом, построенный комплекс моделей позволяет точно и эффективно оценить угрозу банкротства предприятия, и на основе полученных данных принять управленческие решения, исходя из сложившейся ситуации.

Научн. рук. Панасенко О. В.

Литература: 1. О восстановлении платежеспособности должника или признании его банкротом : Закон Украины // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1992. – № 31. – Ст. 440. 2. Балдин К. В. Банкротство предприятия. Анализ, учет, прогнозирование / К. В. Балдин. – М. : Дашков и К^о, 2007. – 376 с. 3. Altman E. I. Corporate Financial Distress / E. I. Altman. – New York : John Wile, 1983. – P. 225–250.

Щербинин К. К.

УДК 620.9

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ СИСТЕМ НА ОСНОВЕ ПОСТРОЕНИЯ ОНТОЛОГИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ

Аннотация. Рассмотрены основные проблемы развития энергетической системы Украины, проанализированы возможности моделирования энергосистем в онтологической среде. Построена общая онтология энергосистемы Украины.

Анотація. Розглянуто основні проблеми розвитку енергетичної системи України, проаналізовано можливості моделювання енергосистем в онтологічному середовищі. Побудовано загальну онтологію енергосистеми України.

© Щербинин К. К., 2012

Annotation. The basic problems of development the Ukrainian energy system are described, the possibilities in creating the model of energy systems into ontological environment are considered. The general ontology of Ukrainian energy system is built.

Ключевые слова: энергетическая система, управление, оптимизация, моделирование, онтология, онтологические архитектуры.

Развитие энергетики имеет решающее влияние на состояние экономики в государстве, решение проблем социальной сферы и уровень жизни человека. Важность проблемы исследования энергетических систем обусловлена решением проблемы повышения эффективности функционирования действующих и разработки новых структурных элементов данной системы. Высокая стоимость их проектирования и строительства затрудняет экспериментальные и аналитические исследования.

Актуальность исследований в данной отрасли определяется важностью проблемы исследования функционирования и развития энергетических систем, а также целесообразностью и необходимостью использования для исследований энергетики новых технологий в области моделирования.

Сложность выбранной темы и неоднозначность развития энергетической системы Украины в целом определяет то, что описание и анализ предметной области исследования не только существенно для теории, но и позволяет раскрыть ряд важных сторон реальной динамики развития, определить главенствующие элементы данной системы. Последовательное моделирование в данной области должно включать, прежде всего, объяснение внутренних механизмов взаимодействия, выявление движущих сил, поведенческих мотивов и средств реализации изменений в энергетических системах [1].

Основная проблема функционирования энергетической системы Украины – отсутствие системного подхода при описании и анализе данной системы, что порождает проблемы в сфере управления и регулирования. Основные недостатки в области управления и регулирования:

содержательное несоответствие технических регламентов современным требованиям вследствие недостаточного методического обеспечения;

недостаточная эффективность организационно-функциональной схемы регулирования (наличие множества органов, выполняющих несогласованные функции в рамках системы управления);

отсутствие единого понимания по структуре объектов и элементам энергосистемы;

отсутствие ясной иерархической структуры управления с необходимыми взаимосвязями, охватывающие все объекты электроэнергетики, в модели регулирования, в том числе со смежными системами [1].

Для устранения данных недостатков в системе функционирования, организации, управления и регулирования необходимо построение системного описания энергетической системы Украины в целом. Для выполнения данной задачи необходимо использовать современные подходы системного описания и моделирования и, в частности, возможности построения онтологических структур.

На данный момент основными тенденциями работы в данном направлении являются:

использование онтологического анализа предметной области энергетики;

разработка онтологий, включающая описание моделируемых теплоэнергетических объектов, решаемых задач и программных компонентов, предназначенная для построения более сложных комплексов;

методика построения онтологий предметных областей энергетики, учитывающая специфику предметной области;

онтология (унифицированная онтологическая модель) для разработки комплексов в конкретной предметной области;

методика построения программных комплексов с архитектурой, управляемой онтологией [2].

Роль онтологий в проектировании энергетических систем, структур и механизмов возросла в последнее время, что дает возможность использовать современные концепты онтологий для описания энергетической системы страны в целом как исходный пункт для дальнейшего многомерного исследования данной среды.

Онтологию в информатике описывают как попытку всеобъемлющей и детальной формализации некоторой области знаний с помощью концептуальной схемы. Под концептуальной схемой подразумевается набор понятий и информация о понятиях (свойства, отношения, ограничения, аксиомы и утверждения о понятиях, необходимых для описания процессов в избранной предметной области). Среди основных причин обращения к онтологиям в разрезе моделирования энергетического сектора можно выделить следующие:

1. Обеспечение возможности использования знаний предметной области. Если одна группа ученых детально разработает такую онтологию, то другие могут просто повторно использовать ее в своих предметных областях. Данное преимущество отлично вписывается в схему функционирования энергосистемы, где большинство производственных цепочек цикличны, а значит, могут использовать накопленные знания в своих интересах [3].

2. Создание явных допущений в предметной области, лежащих в основе реализации, дает возможность легко изменить эти допущения при изменении знаний о предметной области.

3. Отделение знаний предметной области от оперативных знаний. Возможность описать задачу конфигурирования энергосистемы из ее компонентов в соответствии с требуемой спецификацией и внедрить программу, которая делает эту конфигурацию независимой от остальных элементов.

4. Анализ знаний в предметной области возможен, когда имеется декларативная спецификация терминов. Формальный анализ терминов чрезвычайно ценен как при попытке повторного использования существующих онтологий, так и при их расширении [4].



Определив возможности моделирования энергетических систем в онтологических архитектурах, возможен переход к построению и описанию онтологии энергетической системы Украины. Данный процесс в исследовании проводится в программной среде Protégé. Графическое представление разработанной онтологии энергосистемы Украины дано на рисунке.

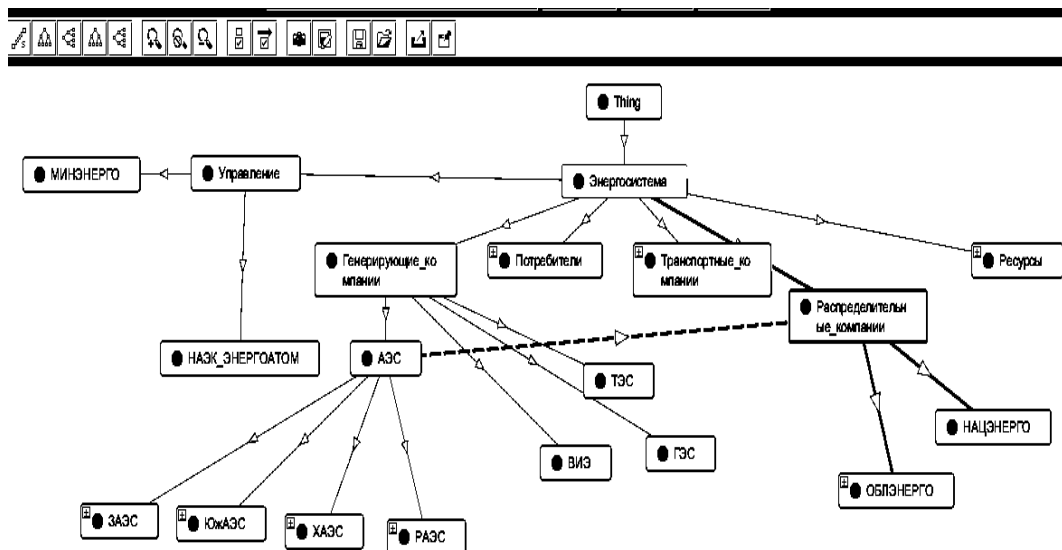


Рис. Графическое представление онтологии энергетической системы Украины

Разработанная онтология энергетической системы Украины позволяет продолжить дальнейшее исследование данной отрасли в имитационной среде. Описание основных элементов и структурных связей между ними значительно упрощает процесс имитационного моделирования.

Также использование процедуры запросов в данной онтологии позволит определить основные направления развития данной среды, оптимизировать структуру управления и регулирования данной системы, определить акценты будущего развития данной отрасли.

В результате проведенного исследования энергетическая система Украины представлена в онтологической архитектуре. Изучены основные элементы данной системы, а также проанализированы взаимосвязи, существующие между ними. Необходимо отметить, что универсального подхода к построению онтологических моделей не существует, а созданная онтология является базисным элементом для дальнейшего моделирования энергетической системы Украины и служит для более структурированного исследования данной отрасли.

Научн. рук. Захарова О. В.

Литература: 1. Вольфберг Д. Б. Современное состояние и перспективы развития энергетики мира / Д. Б. Вольфберг // Теплоэнергетика. – 2008. – № 5. – С. 23. 2. Интеграция информационных технологий в системных исследованиях энергетики / Л. В. Массель, Е. А. Болдырев, А. Ю. Горнов и др. ; под ред. Н. И. Воропая. – Новосибирск : Наука, 2003. – С. 32. 3. Смирнов С. В. Онтологии в задачах моделирования сложных систем / С. В. Смирнов // Проблемы управления и моделирования в сложных системах : труды II Междунар. конф. – Самара : Самарский НЦ РАН, 2000. – С. 66. 4. Gruber T. R. A translation approach to portable ontologies / Gruber T. R. // Knowledge Acquisition. – 1993. – № 5(2). – P. 199.

Колышкин Д. С.

УДК 001.94

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

МОДЕЛЬ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация. Рассмотрены современные тенденции научно-технического прогресса, основные модели диффузии инноваций и на их основе построена модель распространения технологий.

© Колышкин Д. С., 2012

Анотація. Розглянуто сучасні тенденції науково-технічного прогресу, основні моделі дифузії інновацій та на їх основі побудовано модель розповсюдження технологій.

Annotation. Modern trends of scientific and technological progress, the basic models of diffusion of innovations, are considered. A model of technology diffusion based on them was created.

Ключевые слова: научно-технический прогресс, диффузия инноваций, модель распространения технологий.

Использование достижений научно-технического прогресса (НТП), главным образом его технологической ветви, включая совершенствование организации процесса воспроизводства, повышает эффективность экономики. Емкость рынка в этом случае увеличивается за счет роста доходов, а не числа потребителей. При этом в структуре потребления повышается доля товаров и услуг длительного пользования. Технологическая ветвь НТП ответственна за совершенствование способов производства товаров и услуг. Применение технологий более высокого уровня обеспечивает экономии ограниченных ресурсов в расчете на единицу продукции и способствует доведению объема производства традиционных товаров и услуг до максимально возможного предела потребления, а также высвобождению ресурсов [1].

Важной особенностью современного экономического роста стал переход к непрерывному инновационному процессу. Проведение НИОКР занимает все больший вес в инвестиционных расходах, превышая в наукоемких отраслях расходы на приобретение оборудования и строительство. Но если посмотреть на соотношение работающих технологий к тем, которые так никогда и не заработали, то результат будет близок к 0. Одной из причин такого ужасающего соотношения является непонимание разработчиков современных систем распространения технологий, поэтому и появляются технологии, которые не соответствуют стандартам времени, техническому и психологическому восприятию общества.

Поскольку математических моделей распространения технологий на данный момент крайне мало, но данный процесс имеет схожие корни с диффузией инноваций, то можно попытаться создать модель распространения технологий на основе моделей диффузии инноваций. Для этого рассмотрим модели диффузии инноваций более подробно.

В инновационном процессе мы имеем дело с применением к хозяйственной практике или вовлечением в хозяйственный оборот нового знания, что само по себе является новым знанием по использованию старого знания. Логично утверждать, что эффективность инновационного процесса прямо связана с эффективностью "вовлечения" нового знания в хозяйственную практику [2].

Диффузия инноваций – это процесс, посредством которого инновация распространяется по коммуникационным каналам во времени и в пространстве среди участников социальной системы [3].

Концепция распространения инноваций основана на теоретических разработках Габриэля Тарда. В своей книге "Законы имитации" (1903) Тард предложил теорию S-образной кривой, отражающей законы принятия инноваций, и отметил важность фактора межличностной коммуникации. В настоящее время наиболее распространенными теориями являются диффузная модель распространения инноваций Э. Роджерса и диффузная модель Ф. Басса.

Роджерс в своей работе "Диффузия инноваций" исследовал уровни принятия различных инноваций. Он обнаружил, что большая часть графиков принятия инноваций членами общества напоминает стандартную колоколообразную кривую, разделенную на 5 частей. Он дал название каждому сегменту, основываясь на стандартных девиациях, и примерную оценку для каждого из них:

1. Новаторы – 2,5 %.
2. Ранние последователи – 13,5 %.
3. Ранее большинство – 34 %.
4. Позднее большинство – 34 %.
5. Отстающие – 16 %.

Суть модели Басса заключается в том, что рост количества потребителей инновационного продукта объясняется двумя эффектами:

- эффект рекламы;
- эффект межличностной коммуникации.

На начальном этапе жизненного цикла продукта преобладает эффект рекламы, так как почти никто не знает о продукте и, соответственно, не может его купить. По мере роста количества потребителей эффективность рекламы снижается, но зато возрастает эффект межличностного общения. В отличие от Роджерса, Басс выделил не 5, а всего 2 категории людей:

- люди, которые сами пробуют новый продукт в первую очередь и узнают о нем из разных сообщений;
- люди, которые узнают о новом продукте от первой категории, прислушиваются к их мнению. Действие рекламы тут снижается.

В большей степени интересно мнение первой категории, так как то, что является нормой для новатора, завтра станет нормой для большинства.

Рассмотрим недостатки, связанные с уже имеющимися моделями диффузии инноваций:

1. Во всех моделях направленность на форму взаимодействия типа предприятие – конечный производитель – потребитель и совершенно не учтена возможность типа предприятие – владелец технологии – другое заинтересованное предприятие.

2. Базовые модели не учитывают конкуренцию между технологиями.

3. В моделях не учтено понятие эффективности технологий, что также не является адекватным отражением реальных процессов, так как само собой разумеется, что более эффективная технология будет распространяться быстрее.



Все модели были разработаны для некоммерческих трансфертов. Данные модели не учитывают финансовых барьеров, которые возникают между владельцем технологии и покупателями технологии, так как они изначально не были на это направленные.

Предлагаемая модель нацелена на устранение выше перечисленных недостатков.

Предположения, сделанные в модели:

1. Эффективность технологии с течением времени не падает.
2. Покупатель технологии относительно покупки технологии ведёт себя рационально.
3. Все дополнительные функции непрерывные.

На основании предположений моделей и с учётом их недостатков разработана модель, которая в определённой мере устраняет эти недостатки. Данная модель состоит из 5 более мелких моделей:

1. Модель поведения покупателя технологии состоит из модели оценки эффективности и возможности перехода и модели текущего состояния предприятия.

2. Модель маркетингового воздействия включает влияние рекламного воздействия и произвольное распространение информации.

3. Модель динамики рынка описывается с помощью общего количества предприятий, количества переходов и определения количества предприятий, не имеющих технологию.

4. Модель продуктивности технологии описывается одной функциональной зависимостью от инвестиций, времени и коэффициента предельной отдачи разработок.

5. Оптимизационная модель поведения продавца технологии характеризует финансовое состояние продавца технологии.

Данная модель позволяет регулировать поведение продавца технологий в процессе распространения технологии для достижения максимального уровня прибыли. А также и позволяет оценить динамику развития технологий.

Научн. рук. Полякова О. Ю.

Литература: 1. Клинов В. Г. Большие циклы конъюнктуры мирового хозяйства / Клинов В. Г. – М. : ВНИИПИ, 1992. – 184 с. 2. Федоров И. Г. Трансферт технологий как основа экономического развития в новой циклической динамике / Федоров И. Г. – М. : МФК, 2002. – 267 с. 3. Rogers E. M. Diffusion of innovations / Rogers E. M. – New York : The Free Press, 1995. – 134 p.

Фастівець В. Т.

УДК 658.891

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

УПРАВЛІННЯ ДОСВІДОМ КЛІЄНТІВ

Анотація. Розглянуто процес управління досвідом клієнтів на прикладі мобільного оператора. Наведено модель точок взаємодії з клієнтами та методи дослідження задоволеності і лояльності.

Анотация. Рассмотрен процесс управления опытом клиентов на примере мобильного оператора. Приведены модель точек взаимодействия с клиентами и методы исследования удовлетворенности и лояльности.

Annotation. The process of customer experience management is considered in the article on the example of the mobile operator. A model of touchpoints with customers and research methods of satisfaction and loyalty are given.

Ключові слова: клієнт(и), управління досвідом клієнтів, управління взаємовідносинами з клієнтами, CSI, NPS, CEM, мобільний оператор, задоволеність, лояльність, touchpoints.

На початку XXI сторіччя виник новий напрям CRM (англ. *Customer Relationship Management*) – стратегія управління взаємовідносинами з клієнтами, яка передбачає, що центром всієї філософії бізнесу є клієнт, основним напрямом діяльності є підтримка ефективного маркетингу, процесу продажу та обслуговування клієнтів.

Крім того, цим терміном визначають також клас інформаційних систем, які підтримують цю стратегію і полегшують збір, зберігання й аналіз інформації про клієнтів і використання її для управління взаємовідносинами.

© Фастівець В. Т., 2012

Подальшим кроком розвитку CRM-підходу став підхід CEM – управління досвідом (враженнями) клієнта (англ. Customer Experience Management).

Якщо при CRM-підході відносини між компанією і клієнтом розглядалися, в першу чергу, з боку компанії, то для CEM характерна зворотна залежність. CEM направлений на передачу клієнтам певного досвіду, тобто в компаніях робиться все, щоб клієнт як можна більше дізнався про той чи інший продукт або послугу. CEM висловлює зацікавленість у всіх відносинах з клієнтом, а не тільки в тих, які формалізовані в CRM. Відстежується й описується весь досвід, який переживає споживач, стикаючись з продуктом або послугою, при чому до уваги береться і його реакція на події. Як клієнт реагує на бренд? Що він відчуває, коли взаємодіє з компанією? – це одні з питань, які не порушувалися в CRM, але в CEM вони є важливими [1].

Один з базових термінів у CEM є точка взаємодії (англ. *Touchpoint* – сприйняття, зіткнення, тачпоінт). Це точка зіткнення клієнта і системи бізнесу, в якій відбувається контакт і передача досвіду та інформації через сприйняття. На рисунку наведені точки взаємодії мобільного оператора з абонентами, які поділені на 4 групи:

- тарифи та продукти;
- технічне обслуговування;
- рекомендації;
- обслуговування.

Мобільний оператор повинен постійно відстежувати зміни в сприйнятті абонентів. Для цього кожен квартал або кожні півроку проводиться дослідження силами самої компанії або можуть залучатися спеціалізовані сторонні компанії (наприклад, в Україні – GfK).

Дослідження включає оцінку задоволеності клієнтів кожною точкою взаємодії, загальний індекс задоволеності (англ. *Customer Satisfaction Index – CSI*), оцінку лояльності (наприклад, за методом NPS – англ. *Net Promoter Score*) [1; 2].

Дослідження задоволеності засноване на порівнянні якості продуктів або послуг з конкурентами або з якимось ідеалом. Іде вимір різниці між очікуваннями і реальністю. Або послуга чи якість продукту розбиваються на складові. Споживачі оцінюють задоволеність кожної зі складових і її важливість. Кожен напрям має свої переваги та недоліки. Причому якість продукту або послуги поділяється на дві складові: суб'єктивна і реальна (технічна). Технічна якість оцінюється за допомогою звичайних технічних вимірів. Суб'єктивна якість вимірюється за допомогою опитувань [2].

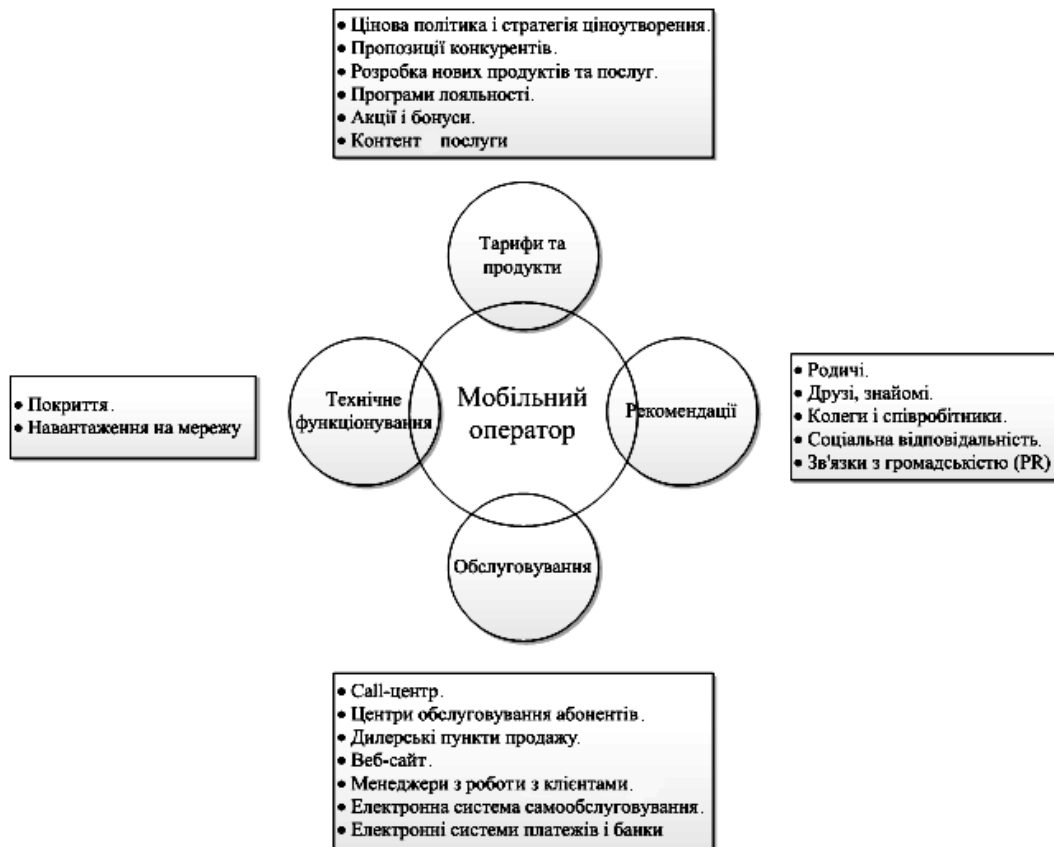


Рис. Модель точок взаємодії мобільного оператора з абонентами

Методика дослідження задоволеності від Стокгольмської школи економіки заснована на обчисленні індексу задоволеності споживачів (CSI). Даний показник відображає ставлення споживача і може відрізнитися залежно від рівня продажів і частки продукту на ринку. Розрахунок індексу задово-



леності дозволяє виявити значення і співвідношення ціни, якості, доступності та інших факторів, що впливають на лояльність споживача. Усі розрахунки проводяться на базовій моделі CSI, яка відображає процес прийняття рішень про покупку товару/послуги. Процес прийняття рішення заснований на очікуванні споживача і досвіді використання продукту(-ів) компанії. Імідж, очікування, сприймана цінність, якість – це фактори, які впливають на задоволеність споживача і в кінцевому підсумку на його лояльність до даної компанії. Кожен фактор має свій рівень задоволеності, який оцінюється покупцем за 10-бальною шкалою (з подальшим переведенням у 100-бальну) при проведенні опитування. Для опитування відбираються досвідчені споживачі продукції замовника і стільки ж споживачів його конкурентів. З кожною групою проводиться по чотири-п'ять глибинних інтерв'ю.

На основі CSI розраховується внесок кожного процесу організації у досягнення задоволеності споживача з урахуванням витрат на процес. При подібних розрахунках використовується індекс споживчої ефективності процесу, що дозволяє побудувати "клієнтський" рейтинг процесів з метою визначення найбільш критичних для споживача з точки зору доданої вартості і цінності для продукту [1; 2].

Суть методики вимірювання лояльності методом NPS будується на базі одного єдиного запитання: "З якою ймовірністю ви порекомендуєте нас друзям?". Споживач робить вибір за 10-бальною шкалою. За результатами відповідей усі респонденти поділяються на три групи:

промоутери (оцінки 9 – 10) – клієнти, які лояльні компанії і готові рекомендувати її своїм знайомим;

нейтралі (оцінки 7 – 8) – пасивні клієнти компанії, які задоволені, але не прагнуть рекомендувати її іншим;

критики (оцінки 1 – 6) – не задоволені компанією, не будуть її рекомендувати.

NPS розраховується як різниця між процентним співвідношенням промоутерів і критиків.

NPS служить індикатором того, що щось сталося неправильно, якщо динаміка негативна.

Звичайно, багато що залежить від якості проведення дослідження, від вибірки для нього та багатьох інших факторів. Наприклад, може так статися, що в цілому по компанії NPS досить високий і має позитивну динаміку, а в ряді філій або сповільнюється або має негативну динаміку. Тому необхідний всебічний аналіз. Багато компаній розширюють анкету з метою виявити ще й причини того, чому користувачі нейтральні до бренда або зовсім ним незадоволені. Інші проводять глибинні інтерв'ю для того, щоб виявити фактори, на які варто впливати для зміни думки споживачів [1].

На основі даних показників і при порівнянні їх з конкурентами компанія розробляє ряд SEM-ініціатив, які спрямовані на покращення ситуації, що склалася.

Таким чином, процес управління взаємовідносинами з абонентами, процес управління досвідом абонентів і бажання компанії стати клієнтоорієнтованою займають майже всі структурні й організаційні підрозділи мобільного оператора: маркетинг, фінанси, мобільна мережа, обслуговування мережі, відділи роботи з корпоративними та індивідуальними абонентами, зв'язки з громадськістю, відділ розробки стратегій та топ-менеджмент.

Наук. керівн. Яценко Р. М.

Література: 1. Коберник И. Управление впечатлениями клиента [Электронный ресурс] / Ирина Коберник, Алёна Мальцева. – 2007. – Режим доступа : <http://www.management.com.ua/marketing/mark138.html>. 2. Маркетинговые показатели / [Н. Бендл, Ф. Пфайфер, Д. Рейбенштейн, П. Фэррис] ; пер. с англ. А. А. Шамрай ; под ред. И. В. Тараненко. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2009. – 445 с.

Безхмельница Г. В.

УДК 33(075.8)

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РІВНЯ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто основні методи та моделі оцінки масштабів тіньової економіки України.

Аннотация. Рассмотрены основные методы и модели оценки масштабов теневой экономики Украины.

© Безхмельница Г. В., 2012

Annotation. The basic methods and models for assessing the extent of the shadow economy in Ukraine are regarded.

Ключові слова: тіньова економіка, рівень тінізації, методи та моделі оцінки рівня тіньової економіки.

У сучасних умовах розвитку та існування економічна безпека держави є однією з найважливіших, що визначає національну безпеку взагалі. Україна, як і ряд інших держав соцтабору, пройшла період небаченого руйнування виробничих сил та відносин, що були встановлені раніше, дуже повільного становлення нових ринкових відносин та інфраструктури. На жаль, досі не зупинився спад виробництва, знижується життєвий рівень, зростає рівень безробіття, держава втрачає науково-технічний потенціал, зменшується рівень інвестицій. Значну загрозу економічній безпеці держави несе тіньова економіка, масштаби якої є значними. Тому розробка моделей для оцінки масштабів тіньової економіки та вживання заходів з детінізації на сьогодні є актуальними.

Тіньова економіка має структуру, у якій усі суб'єкти взаємопов'язані (рисунк).

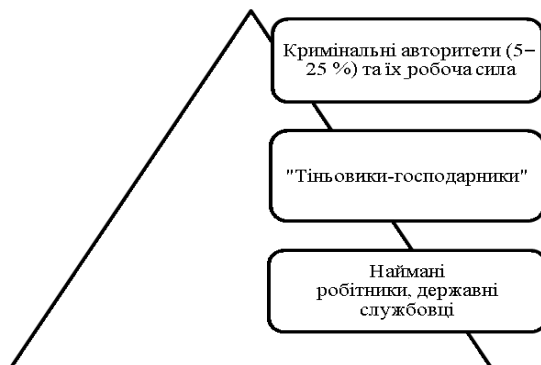


Рис. Структура тіньової економіки

На вершині знаходяться кримінальні авторитети з робочою силою, посередині – "тіньовики-господарники", а внизу – наймані робітники та робітники "інтелектуального фронту", державні службовці, значну частку доходів яких складають хабарі [1].

Необхідно відмітити, що тіньова економіка в Україні є наслідком великої економічної кризи, яка виникла завдяки невідповідності методам ринкових перетворень. За даними Міністерства економіки України, за результатами 2 кварталу у 2009 році рівень тіньового сектору економіки становив 36 % від офіційного обсягу ВВП [2]. На цей час мінімальний рівень тіньової економіки у світі складає 8,3 %. На сьогодні найбільш високий рівень тінізації економіки є в Україні і складає 55,1 % [3].

Для визначення рівня тіньової економіки використовують різноманітні методи та моделі. До основних відносяться метод Шнайдера, фінансовий метод, монетарний метод, електричний метод, витрати населення та метод м'якого моделювання.

Метод Шнайдера полягає у тому, що дозволяє оцінити відразу багато країн та виявити рівень тінізації у відсотках до офіційного ВВП [3]. За фінансовим методом аналізується структура ВВП підприємств у динаміці. За монетарним методом визначають тенденції зміни співвідношення обсягу готівки до банківських депозитів у періоді, що аналізується, до базового, за який прийнято 1991 рік.

$$T_{mfm} = \frac{1 - f_t}{f_{t-1}}, \quad (1)$$

де f_t – показник відношення депозитів до грошового агрегату в період, що аналізується;

f_{t-1} – показник відношення обсягу депозитів до грошового агрегату в аналогічному періоді попереднього року.

Електричний метод, за яким зіставляють динаміку ВВП та витрати електроенергії та витрати населення [4], визначається так:

$$T_{Et(t)} = \frac{I_{Et(t)} - I_{BBП(t)}}{I_{BBП(t)}} \times 100, \quad (2)$$

де $I_{Et(t)}$ – індекс зміни внутрішнього споживання електроенергії в періоді, що аналізується, до базового періоду;

$I_{BBП(t)}$ – індекс зміни ВВП у періоді, що аналізується, до базового періоду;

t – період, що аналізується;

t_0 – базовий період, у якому індекс зміни внутрішнього споживання електроенергії (I_{Et_0}) та індекс зміни ВВП ($I_{BBП_0}$) дорівнюють одиниці. За базовий період прийнято 1990 рік.



Витрати населення полягають у виявленні перевищення споживчих грошових витрат населення на придбання товарів над загальним обсягом продажу населенню товарів суб'єктами господарювання у легальній економіці.

Метод м'якого моделювання (оцінка детермінантів) – це метод оцінки масштабів тіньової економіки, який заснований на виділенні сукупності факторів і спрямований на розрахунок її відносних розмірів [5].

Моделі, за якими оцінюють рівень тінізації, такі: це модель міжгалузевого балансу, модель ринків, моделі розвитку, класична і неокласична модель економічного кругообігу, модель акселератора економічного зростання, де акселератор – числовий коефіцієнт, що показує відношення приросту інвестицій до приросту національного доходу; модель Харрода і Домара, модель Солоу, яка враховує капіталоозброєність, зростання населення та технологічний прогрес; система національних рахунків як модель економічного кругообігу та ін.

Оскільки таке явище, як тіньова економіка, є все проникним, то, як наслідок, у неї є як негативний, так і позитивний впливи. До негативного впливу можна віднести зниження продуктивності праці підприємства, скорочення обсягу інвестицій, зростання податкового навантаження, низьку соціальну захищеність працівників та перепопи впровадженню науково-технічних інновацій, у деяких випадках стає неможливим регулювання економіки ринковими методами. Позитивним впливом є те, що працюючі отримують гідну заробітну платню, населення забезпечене роботою, підприємства та підприємці, які працюють у тішовій сфері, завдяки ухилянню від сплати податків мають не аби яку перевагу у ціновій конкурентоспроможності, настає насичення ринку товарами та послугами.

Таким чином, проведений аналіз свідчить про необхідність подальшого розширення досліджень у сфері тішової економіки. Слід чітко сформулювати, систематизувати норми, за якими будуть визначати показники діяльності підприємств, виявити зв'язок доходів населення та тішової економіки.

Наук. керівн. Клебанова Т. С.

Література: 1. Тіньова економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації : монографія / за ред. З. С. Варналія. – К. : Вид. НІСД, 2006. – 576 с. 2. <http://me.kmu.gov.ua>. 3. <http://www.epravda.com.ua>. 4. Про затвердження Методичних рекомендацій розрахунку рівня тішової економіки : Наказ Міністерства економіки України № 123 від 18.02.2009 р. 5. <http://gray.kharkov.ua>.

Лобасенко В. В.

УДК 336.761.4

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

МОДЕЛЬ КОІНТЕГРАЦІЇ ІНДЕКСІВ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ФОНДОВИХ РИНКІВ

Анотація. Розроблено модель прогнозування індексів ділової активності фондових ринків на підставі методів коінтеграційного аналізу, проведено аналіз динаміки фондового ринку України та фондових ринків Росії, Німеччини, Великобританії, США, Японії.

Аннотация. Разработана модель прогнозирования индексов деловой активности фондовых рынков на основании методов коинтеграционного анализа, проведен анализ динамики фондового рынка Украины и фондовых рынков России, Германии, Великобритании, США, Японии.

Annotation. A prediction model of business activity index of stock markets based on cointegration methods of analysis has been developed, the analysis of the dynamics of stock market of Ukraine and stock markets of Russia, Germany, United Kingdom, USA and Japan has been conducted.

Ключові слова: коінтеграційний аналіз, фондовий ринок, ділова активність.

Стратегічною метою реформування економічної системи на ринковій основі є забезпечення умов для її стабілізації, зміцнення і розвиток тенденцій неінфляційного економічного зростання через підвищення ефективності використання ресурсів. Останнє великою мірою визначається дієвістю фінансового механізму, здатного підвищувати мобілізацію і забезпечувати оптимальний пере-

© Лобасенко В. В., 2012

розподіл і використання фінансових ресурсів економіки. Тому розвиток фінансового ринку як важливого елемента національної економіки набуває найвищого ступеня важливості [1].

Фінансові ринки, що становлять основу ринкових відносин, є важливими індикаторами стану економіки в цілому, і дослідження, і моделювання показників фінансових ринків у даний час набуває все більше практичного значення, тому що дозволяє визначити рівень розвитку фінансового ринку, соціально-економічного стану держави та сформулювати стратегію фінансового інвестування [2].

Невід'ємною частиною фінансового ринку є фондовий ринок. Основними показниками діяльності регіональних і світових фондових ринків є індекси фондових ринків. Їх динаміка відображає стабільність і коливання цін на основні цінні папери. Прогнози на підставі індексів дозволяють проєкувати динаміку на ринку й визначити майбутній потенціал.

Основним фондовим індексом в Україні є індекс ПФТС. Індекс ПФТС – український фондовий індекс, який розраховується щодня за результатами торгів на фондовій біржі ПФТС на основі середньозваженої ціни по угодах [3].

Оскільки основними інвесторами є великі економічно розвинені країни, такі, як США, Німеччина, Франція, Великобританія, Японія і т. д., і фондові індекси цих країн є найбільш впливовими у світі, то доцільно розглянути вплив саме цих індексів на індекс ПФТС. Індексом, за якими здійснюється коінтеграційний аналіз з індексом ПФТС, є:

1. Промисловий індекс Доу-Джонса (The Dow Jones Industrial Average – DJIA) – простий середній показник руху курсів акцій 30 найбільших промислових корпорацій. Промисловий індекс Доу-Джонса є найстарішим і найпоширенішим серед всіх показників фондового ринку.

2. Індекс S & P – 500 публікується незалежною компанією "Standart and Poors". S & P – 500 становить зважений за ринковою вартістю індекс акцій 500 корпорацій, які представлені в ньому в наступній пропорції: 400 промислових корпорацій, 20 транспортних, 40 фінансових і 40 комунальних компаній.

3. NASDAQ Composite. Узагальнюючий індекс, який враховує акції всіх майже 5 тис. компаній (як американських, так і іноземних), включених у лістинг NASDAQ. Акції будь-якої з них впливають на індекс пропорційно своїй ринковій вартості.

4. Індекс FTSE 100 (Financial Times Stock Exchange Index) – біржовий індекс, заснований на курсі акцій 100 компаній з найбільшою капіталізацією, включених у список Лондонської фондової біржі.

5. DAX (DAX 30, Deutscher Aktienindex) – індекс "блакитних фішок" Німеччини і найважливіший біржовий індекс німецької економіки. Індекс DAX оцінює ефективність 30 найбільших німецьких акціонерних компаній з точки зору обсягу замовлень та ринкової капіталізації.

6. RTSI (індекс РТС) – офіційний індикатор Фондової біржі РТС. Розрахунок індексу ведеться протягом всієї торговельної сесії при кожній зміні ціни будь-якого інструменту, який входить до списку для розрахунку даного індексу, причому перше його значення є значенням відкриття, останнє – значенням закриття.

7. Nikkei Stock Average – провідний індекс цін на акції, вважається на основі вартості 225 найбільш ліквідних акцій Токійської фондової біржі першої секції, формула була розроблена американською компанією Dow Jones & Co.

Отже, ці індекси досліджуються на коінтеграцію з індексом ПФТС, і за отриманою моделлю корекції похибки, яка включає коінтеграційне рівняння, будується прогноз індексу ПФТС для аналізу кон'юнктури фондового ринку. Для перевірки рядів на наявність коінтеграції; і зокрема, на початковому етапі, при перевірці на стаціонарність використовується пакет Eviews [4].

У роботі застосовується розширений критерій Дікі-Фуллера, при якому треба провести даний тест для кожного ряду індексу ділової активності фондового ринку. Отримані результати дозволили зробити висновок, що ряд ПФТС нестационарний, оскільки його значення не перевищує критичних значень для рівнів значущості 10, 5 і 1 %. Результати проведення тесту Дікі-Фуллера для всіх рядів наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Значення тесту Дікі-Фуллера для індексів фондових ринків США, Німеччини, Франції, Великобританії

Index	ADF Test Statistic	R ²	Durbin-Watson stat
CAC	-1.474860	0.076541	1.915676
DowJones	-1.369930	0.076541	1.915676
Nikkei	-1.765994	0.091107	1.986812
FTSE	-1.520944	0.070279	1.917409
DAX	-1.328150	0.082705	1.923604
NASDAQ	-1.679998	0.125692	2.028014
RTS	-1.851337	0.276195	2.073359
S&P 500	-1.486586	0.121189	1.934073

Критерій Дікі-Фуллера передбачає знаходження різниць ряду, для перетворення рядів з нестационарних у стаціонарні. Результати проведення тесту Дікі-Фуллера на перших різницях наведені в табл. 2.

Результати тесту Дікі-Фуллера для перших різниць рядів

Index	ADF Test Statistic d(1)
PFTS	-3.630394
Dow Jones	-4.401956
Nikkei	-4.056399
FTSE	-5.160621
Dax	-4.489292
Nasdaq	-6.122211
CAC	-4.976787
RTS	-3.124431
SP	-4.234362

З табл. 2 видно, що всі ряди перших різниць стаціонарні, оскільки перевищують критичні значення, що дозволяє протестувати ряди на коінтеграцію.

Перевірка на наявність коінтеграції здійснювалась за допомогою тесту Інгла-Гренжера. За методологією Інгла-Гренжера перевірка рядів на коінтеграцію ідентична тесту Дікі-Фуллера або розширеного тесту Дікі-Фуллера. Єдина відмінність полягає в тому, що тест використовується для перевірки на стаціонарність залишків лінійних моделей.

На підставі помилок моделей проводиться тест Дікі-Фуллера і знаходяться ряди, коінтегровані з індексом ПФТС (табл. 3).

Перевірка часових рядів на коінтеграцію за допомогою тесту Інгла-Гренжера

residuals	ADF Test Statistic	Durbin-Watson stat	
PFTS_Dow Jones	-2.887128	1.961616	*
PFTS_Nikkei	-1.679777	2.049998	
PFTS_FTSE	-3.205598	2.006528	**
PFTS_Dax	-3.235865	1.958498	**
PFTS_Nasdaq	-3.192193	1.959940	**
PFTS_CAC	-1.897511	1.976170	
PFTS_RTS	-2.998066	2.074236	**
PFTS_SP	-2.709627	1.981751	*

Результати дають можливість зробити висновки, що показники FTSE, DAX, Nasdaq і ПТС коінтегрують з ПФТС на рівні значущості 5 %. Індекси S & P500 і DowJones коінтегрують при рівні значимості 10 %, що говорить про те, що на фондовий індекс України надають більший вплив фондові ринки Європи. А індекси CAC і Nikkei не коінтегрують з індексом ПФТС. При цьому приймається лаг, рівним одиниці, оскільки коінтеграція на даному лагу найбільш явна.

Відповідно, після того, як було визначено з якими рядами коінтегрує ПФТС, була побудована ЕСМ-модель, для розгляду як короткострокового, так і довгострокового впливу. Модель будується для лагів 1 і 2, що не є максимальною кількістю, але, як раніше було визначено, такий показник лага більш ефективний.

Побудова ЕСМ-моделі, тобто моделі виправлення помилки, дозволяє отримати коінтеграційне рівняння, короткострокові ефекти і коефіцієнти швидкості, з якою система повернеться в стан рівноваги. Система стабільна, що відображають коефіцієнти відхилення від довгострокової рівноваги.

Параметри моделі при коінтеграційному рівнянні відображають швидкість повернення системи до рівноважного стану. З інформаційного критерію Акайке видно, що найкращий взаємозв'язок спостерігається між показниками ПФТС і ПТС.

Рівняння індексу ПФТС можна представити таким чином:

$$\begin{aligned}
 D(\text{PFTS}) = & -0.1436167706 * (\text{PFTS}(-1) - 0.6677638843 * \text{DAX}(-1) + 0.4471103428 * \text{DJ}(-1) - \\
 & 1.120261724 * \text{FTSE}(-1) + 1.066199487 * \text{NASDAQ}(-1) - 0.3907398498 * \text{RTS}(-1) + 1.674104589 * \text{SP500}(-1) \\
 & + 3239.979015) + 0.2670941038 * D(\text{PFTS}(-1)) + 0.1149638214 * D(\text{PFTS}(-2)) + 0.1104088853 * D(\text{DAX} \\
 & (-1)) - 0.08503157766 * D(\text{DAX}(-2)) + 0.1359631783 * D(\text{DJ}(-1)) - 0.0210146398 * D(\text{DJ}(-2)) - \\
 & 0.1624275848 * D(\text{FTSE}(-1)) - 0.1603381132 * D(\text{FTSE}(-2)) - 0.0746441014 * D(\text{NASDAQ}(-1)) - \\
 & 0.1507875713 * D(\text{NASDAQ}(-2)) + 0.1065793427 * D(\text{RTS}(-1)) - 0.02892343121 * D(\text{RTS}(-2)) - \\
 & 0.9502993585 * D(\text{SP500}(-1)) + 1.397217358 * D(\text{SP500}(-2)) + 348.7739987
 \end{aligned}$$

На підставі побудованої ЕСМ-моделі проведений імпульсний аналіз, який відбиває відгук змінних системи при зміні збурень однієї зі змінних системи на одне середньоквадратичне відхилення.

У підсумку, на підставі побудови моделі ЕСМ та проведення імпульсного аналізу можна зробити висновок, що показники, які коінтегрують, тобто індекси Nasdaq, FTSE, DowJones, S&P

500, Дах і РТС, мають довгостроковий зв'язок із ПФТС і зміна одного з показників приведе до корегування рівнів іншого, але даний взаємозв'язок не є стабільним і вплив одного показника призводить до зміни іншого без швидкого повернення на попередню траєкторію.

Наук. керівн. Гур'янова Л. С.

Література: 1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с. 2. Мантенья Р. Н. Введение в экономфизику. Корреляции и сложность в финансах / Р. Н. Мантенья, Х. Ю. Стенли ; пер. с англ. В. И. Гусева, С. В. Малахова, А. И. Митуса ; под ред. В. Я. Габескирия. – М., 2007. – 188 с., ил. 3. Дані про фондовий ринок та його динаміку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pfts.com/uk/resources-found-market/>. 4. Клебанова Т. С. Эконометрия / Т. С. Клебанова, Н. А. Дубровина, Е. В. Раевнева. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2003. – 132 с.

УДК 330.34

Мазняк М. Г.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

МОДЕЛІ ОЦІНКИ, АНАЛІЗУ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДЕРЖАВИ

Анотація. Розроблено комплекс моделей оцінки та аналізу конкурентоспроможності держави, реалізація якого дозволить дослідити поточний стан рівня конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості держав і побудувати прогнози динаміки розвитку з використанням сучасних методів багатовимірного аналізу.

Аннотация. Разработан комплекс моделей оценки и анализа конкурентоспособности государства, реализация которого позволит исследовать текущее состояние уровня конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности государств и построить прогнозы динамики развития с использованием современных методов многомерного анализа.

Annotation. Complex of state competitiveness assessment and analysis models, realization of which will make it possible to investigate the current level of competitiveness and states investment attractiveness and make development dynamics forecast using modern methods of multimeasure analysis has been elaborated.

Ключові слова: індикатори, рейтинг, модель, прогнозування, конкурентоспроможність, методи кластерного, дискримінантного та дисперсійного аналізу.

Визначення місця держави у світовій системі координат є основним завданням науковців і владних структур. Аналіз місця України, рівня її конкурентоспроможності як молодій державі, що активно інтегрується у світовий економічний простір, є особливо важливим для економічної безпеки держави. Оскільки лише з'ясувавши місце і роль нашої держави на світовому ринку, можна розробити чітку стратегію розвитку та забезпечення економічної безпеки [1].

Рейтингові оцінки виступають своєрідним орієнтиром як для ТНК та інвестиційних фондів, які мають намір вкладати кошти за кордоном, так і для урядів держав, адже рейтинги індексів є важливим інструментом, який може використовуватися для формування досконалішої економічної політики, забезпечення економічної безпеки та інституціональних реформ в економіці, підвищення конкурентоспроможності держави та її інвестиційної привабливості [2].

Тому виникає необхідність розробки комплексу економіко-математичних моделей дослідження конкурентоспроможності держави на основі оцінки та аналізу основних індексів провідних міжнародних рейтингових компаній, що дозволить поліпшити якість управлінських рішень щодо забезпечення економічної безпеки держави, сформувані обґрунтовані управлінські рішення, направлені на підтримку належного її рівня. Тому метою роботи є побудова комплексу моделей оцінки та аналізу конкурентоспроможності держави на основі принципів системного аналізу на основі інструментарію методів багатовимірного статистичного аналізу.

Об'єктом роботи є стан інвестиційної привабливості держави, її конкурентоспроможності та основних макроекономічних показників.

Предмет – методи і моделі, що при цьому використовуються.

Нижче наведено опис задач та моделей кожного етапу запропонованого комплексу моделей.

Етап 1. Формування системи показників. За допомогою методів експертного аналізу [3] формується обґрунтований комплекс економічних показників-індикаторів оцінки конкурентоспроможності держави з урахуванням специфіки функціонування на основі міжнародних рейтингів та даних



статистичних відділів, що відбивають стан системи в цілому та її локальних процесів. Задача даного етапу – відбір показників, що найбільш повно, з точки зору практики, дозволяють судити про ступінь неблагоприємної ситуації в державі, її інвестиційної привабливості, та можливостях відносної локалізації існуючих загроз. Основні економічні рейтинг-показники для 139 країн світу, які використовуються у роботі та дозволяють з'ясувати роль України на світовому ринку і його вплив на конкурентоспроможність держави, наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Україна в системі міжнародних індексів і рангів [1]

№ п/п	Назва	Сфера, яку визначає рейтинг	Організатор дослідження	Профіль	Місце України у 2010 р.
1	Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index GCI та Business Competitiveness Index BCI)	Економічний стан держав світу	Всесвітній економічний форум (Женева)	Широкий	73 зі 131
2	Індекс економічної свободи	10 категорій економічної свободи, торгівлю політику, податкове навантаження та ін.		Широкий	133 зі 157
3	Індекс розвитку людського потенціалу (ІРЛП)	Бідність, грамотність, освіта, рівень життя населення держави	ООН	Широкий	76 зі 155
4	Індекс сприйняття корупції	Стадії розвитку корупції	Міжнародна неурядова організація Трансперенсі Інтернешнл	Спеціальний	74 з 96
5	Індекс внутрішніх та зовнішніх загроз	Економічна безпека	Московський державний інститут міжнародних відносин (МДІМВ)	Спеціальний	140 із 192
6	Індекс потенціалу міжнародного впливу	Економічний та політичний потенціал	МДІМВ	Широкий	29 із 192

Етап 2. Моделі оцінки, аналізу та прогнозування індикаторів конкурентоспроможності держави. Даний етап передбачає реалізацію наступних моделей:

- Кластерні моделі оцінки та аналізу індикаторів конкурентоспроможності держави. Метою даного дослідження є формування однорідних класів (кластерів) стану конкурентоспроможності держав та розробка унікальних для держави, що аналізується, діапазонів виділених індикаторів стану і дослідження стійкості та однорідності отриманих кластерних груп.

На основі кластерного аналізу було виділено 7 груп країн за рівнем глобальної конкурентоспроможності. Дані наведено в табл. 2 [2; 4].

Таблиця 2

Групи країн за рівнем глобальної конкурентоспроможності

№ групи	Назва групи	Показники індексів	Кількість країн, що увійшла до групи	Приклади країн, що входять до групи
1	Країни з найвищим рівнем глобальної конкурентоспроможності	Від 5,00	20	Швейцарія, Швеція, Сингапур, США, Німеччина, Японія
2	Країни з високим рівнем глобальної конкурентоспроможності	4,50 – 5,00	18	Бельгія, Люксембург, Китай
3	Країни з середньовисоким рівнем глобальної конкурентоспроможності	4,25 – 4,50	19	Іспанія, Португалія, Бразилія
4	Країни з середнім рівнем глобальної конкурентоспроможності	4,00 – 4,25	19	Туреччина, Російська Федерація
5	Країни з низьким рівнем глобальної конкурентоспроможності	3,75 – 4,00	19	Єгипет, Україна, Грузія
6	Країни з незначним рівнем глобальної конкурентоспроможності	3,50 – 3,75	19	Лівія, Еквадор, Кенія
7	Глобально-неконкурентоспроможні країни	2,73 – 3,50	19	Бурунді, Ангола, Чад

Україна, за даним дослідженням, опинилася в групі країн з низьким рівнем глобальної конкурентоспроможності і в динаміці дана ситуація погіршується.

- Моделі розпізнавання та ідентифікації стану конкурентоспроможності держави. Результатом є побудова дискримінантних функцій розпізнавання приналежності досліджуваної держави до одного з кластерів, що характеризує рівень держави за рівнем глобальної конкурентоспроможності.

Дискримінантні функції (фрагмент) для відповідних кластерів мають такий вигляд:

$$\begin{aligned} Y_1 &= - 3,22 - 2,36 \times x_1 - 0,14 \times x_2 - 3,07 \times x_3; \\ Y_2 &= - 2,44 + 2,17 \times x_1 - 0,39 \times x_2 - 1,28 \times x_3; \\ Y_3 &= - 5,09 + 3,09 \times x_1 + 4,53 \times x_2 + 3,22 \times x_3; \\ Y_4 &= - 23,5 + 7,03 \times x_1 + 11,64 \times x_2 + 9,18 \times x_3; \\ Y_5 &= - 8,07 - 2,89 \times x_1 - 7,77 \times x_2 - 4,26 \times x_3; \\ Y_6 &= - 8,91 - 7,40 \times x_1 - 2,53 \times x_2 - 2,40 \times x_3; \\ Y_7 &= - 24,78 - 9,82 \times x_1 - 12,67 \times x_2 - 4,36 \times x_3, \end{aligned}$$

де x_1 – індекс економічної свободи (ІЕС);
 x_2 – індекс глобальної конкурентоспроможності (ІГК);
 x_3 – валовий внутрішній продукт (ВВП).

Етап 3. Моделі дослідження ступеня взаємозв'язку індексів конкурентоспроможності держави та макроекономічних показників за допомогою методів кореляційно-регресійного аналізу та методів дисперсійного аналізу. За результатами дослідження встановлено, що чим вище рівень індексу глобальної конкурентоспроможності країни та рівень індексу глобальної конкурентоспроможності, тим вище інвестиційна привабливість держави. Чим нижче індекс внутрішніх та зовнішніх загроз, тобто менший вплив загроз, тим більш конкурентоспроможною є держава. Чим вище значення індексу внутрішніх та зовнішніх загроз, тим нижче якість життя, слабка державність, звідси низький рівень у рейтингу країн за рівнем глобальної конкурентоспроможності.

Етап 4. Формування управлінських рішень, направлених на підтримку належного рівня конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості держави.

Упровадження даного інструментарію дослідження в практику управління і його реалізація дозволить:

проаналізувати позиції України в міжнародних рейтингах у динаміці та з'ясувати місце України у світовій системі координат;

визначити проблеми та основні чинники розвитку української економіки в міжнародних вимірах та їх вплив на економічну безпеку;

дослідити динаміку розвитку економічної безпеки України у порівнянні з провідними державами світу.

оцінити наявну ситуацію рівня конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості держав світу.

Наук. керівн. Сергієнко О. А.

Література: 1. Аналітичний огляд "Результат України у світових рейтингах" / Департамент економічного аналізу та прогнозування. – К., 2010. 2. <http://dt.ua/articles/51822>. 3. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : монографія / В. М. Геєць, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк та ін. ; за ред. Гейця В. М. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 240 с. 4. Многомерный статистический анализ в экономике : учеб. пособие для вузов / Л. А. Сошникова, В. Н. Тамашевич, Г. Уебе, М. Шефер ; под ред. проф. В. Н. Тамашевича. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 1999. – 598 с.

УДК 65.016.7

Данильченко В. А.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. Проведен анализ современных подходов к определению антикризисного управления и выделены общие аспекты антикризисного управления. Рассмотрены методы факторного анализа и возможность их использования в рамках аналитической функции.

Анотация. Проведено аналіз сучасних підходів до визначення антикризового управління та виділено загальні аспекти антикризового управління. Розглянуто методи факторного аналізу та можливість їх використання в рамках аналітичної функції.

© Данильченко В. А., 2012



Annotation. In the article the analysis of the present approaches to the definition of crisis management was carried out and the general aspects of crisis management were highlighted. The methods of factor analysis and possibility of their use are considered within the framework of analytical function.

Ключевые слова: антикризисное управление, факторный анализ, аналитическая функция.

Современная экономическая ситуация в Украине характеризуется финансовой нестабильностью, инфляцией, фазами спада и депрессии, которые циклически чередуются, незначительным ростом объема производства. В этих условиях хозяйственная деятельность предпринимателей подвержена риску различных кризисных явлений. Общая неплатежеспособность ограничивает и делает неосуществленными или, по крайней мере, малоэффективными любые действия по выведение нашей экономики из кризисного состояния. Следовательно, в управление объектами хозяйствования необходимо ввести методы и принципы антикризисного управления. Проведем анализ основных подходов к антикризисному управлению (таблица).

Таблица

Обзор подходов к определению "антикризисное управление предприятием"

Авторы	Определения
Беляев С. Г., Кошкин В. И.	Антикризисное управление – совокупность форм и методов реализации антикризисных процедур касательно конкретного предприятия – должника. Микроэкономическая категория, которая отображает производственные отношения на уровне предприятия во время его оздоровления и ликвидации
Ситник Л.С.	Антикризисное управление – это способность разрабатывать оптимальные пути выхода из кризисной ситуации, определять приоритетные ценности предприятия в условиях кризиса, координировать деятельность предприятия и его работников по предотвращению кризиса, добиваться эффективной работы в экстремальных условиях
Коротков Е. М.	Антикризисное управление – это управление, которое направлено на предвидение кризиса, анализ ее симптомов, мероприятий касательно негативных последствий кризиса и использование его факторов для дальнейшего развития
Бланк И.О.	Антикризисное финансовое управление представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации комплекса специальных управленческих решений, направленных на предотвращение и преодоление финансовых кризисов предприятия, а также минимизацию их негативных финансовых последствий
Бурый С. А., Мацеха Д. С.	Антикризисное управление – это система постоянных системных действий менеджеров, направленных на все элементы организации с целью быстрого и своевременного реагирования на возможные внешние и внутренние угрозы эффективному функционированию или развитию организации

Выделим некоторые общие аспекты. Антикризисное управление рассматривается как система управления, то есть четко разграничиваются объект и субъект. Субъектом может выступать хозяин, финансовый директор, руководитель предприятия, функциональные антикризисные менеджеры как сотрудники предприятия, так и сотрудники консалтинговой фирмы, в отдельных случаях представители санатора, представители кредиторов, арбитражный управляющий, а объектом – потенциальные угрозы, протекания или последствия кризисных явлений и банкротство.

Антикризисное управление направлено на решение следующих задач: своевременное диагностирование предкризисного финансового состояния предприятия и принятие необходимых превентивных мер по предупреждению финансового кризиса; устранение неплатежеспособности предприятия; восстановление финансовой устойчивости предприятия; предотвращение банкротства и ликвидации предприятия; минимизация негативных последствий финансового кризиса предприятия. Исполняя вышеуказанные задачи, антикризисное управление базируется на следующих принципах: принцип постоянной готовности реагирования; принцип превентивности действий; принцип срочности и адекватности реагирования; принцип комплексности принимаемых решений; принцип альтернативности действий и адаптивности управления; приоритетность использования внутренних ресурсов; принцип оптимальности внешней санации; принцип эффективности [1].

Особенность антикризисного управления проявляется в объединении в систему диагностики, предупреждения, преодоления кризиса, стратегии реструктуризации и применения нестандартных методов в управлении персоналом. С этих позиций антикризисное управление представляется как конструктивная реакция на выявленные в результате диагностики изменения, угрожающие банкротством или нарушением нормального функционирования. Правомерность такого подхода можно подтвердить эффективностью результатов управленческих решений путем сопоставления уровня затрат ресурсов и степени достижения целей [2].

Входными данными антикризисного управления являются система финансовых и производственных показателей деятельности предприятия, информация о состоянии внешней среды (отрасли, региона, страны и пр.). Выходными параметрами являются непосредственные решения вывода предприятия из кризисного состояния.

Отправным этапом исследования является диагностика кризисного состояния, а также постановка целей, задач и оценка ресурсных ограничений. Диагностика проблемы – первый шаг на пути ее решения или локализации. Диагноз проблемы в ряде случаев становится процедурой в несколько шагов с принятием промежуточных решений. Центральный вопрос в диагностировании сложной проблемы – осознание и установление симптомов затруднений или имеющихся возможностей.



Последующим шагом реализации антикризисного управления является разработка антикризисной программы, что представляет собой аналитическую функцию. Но на этом этапе лицо, принимающее решения, может столкнуться с проблемой отсутствия явных возможностей улучшения состояния предприятия. То есть необходимо расширить базовый аппарат аналитической функции. При отсутствии явных возможностей появляется задача поиска латентных (скрытых) связей между различными показателями финансовой и производственной деятельности предприятия с целью влияния на одни через другие. Решить эту задачу можно используя методы факторного анализа.

Факторный анализ – это совокупность методов, которые на основе реально существующих связей признаков (или объектов) позволяют выявлять латентные (скрытые) обобщающие характеристики организационной структуры и механизма развития изучаемых явлений и процессов.

Понятие латентности в определении ключевое. Оно означает неявность характеристик, раскрываемых при помощи методов факторного анализа. Вначале мы имеем дело с набором элементарных признаков X_j , их взаимодействие предполагает наличие определенных причин, особых условий, то есть существование некоторых скрытых факторов. Последние устанавливаются в результате обобщения элементарных признаков и выступают как интегрированные характеристики, или признаки, но более высокого уровня.

Проведение вышеуказанных процедур позволяет выявить скрытые связи между различными показателями. Таким образом, проанализировав эти связи, можно найти пути улучшения определенных показателей предприятия, на которые было затруднительно воздействовать непосредственно, через другие, вариации которых легко доступны.

Научн. рук. Степурина С. А.

Литература: 1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 1999. – 655 с.
2. Белошкурский М. В. Методология оценки эффективности хозяйственной деятельности в антикризисном управлении предприятием : монография / М. В. Белошкурский. – Умань : Изд. "Сочинський", 2010. – 180 с.
3. Жарковская Е. П. Антикризисное управление : учебник / Е. П. Жарковская, Б. Е. Бродский. – М. : Омега-Л, 2004. – 336 с.

УДК 330.43: 336.6

Тихомолова О. О.

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

МОДЕЛІ АНТИСИПАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розроблено комплекс моделей антисипативного управління фінансовою діяльністю підприємства. Наведено модель опису показників інформаційного простору дослідження, алгоритм кількісної оцінки фінансового стану підприємства.

Аннотация. Разработан комплекс моделей антисипативного управления финансовой деятельностью предприятия. Приведены модель описания показателей информационного пространства исследования, алгоритм количественной оценки финансового состояния предприятия.

Annotation. A set of anticipative financial management models of the company has been developed. The model parameters describe the information space research, the algorithm is a quantitative assessment of the financial condition of the company.

Ключові слова: антисипативне управління, фінансовий стан, модель, інтегральна оцінка, аналіз, показники, інформаційний простір, стимулятори, дестимулятори, еталон, рівень розвитку.

Сучасна зацікавленість проблемою антисипативного управління зумовлена тим, що умови, в яких здійснюється діяльність суб'єктів господарювання, характеризуються якісною новизною управлінських завдань та високою ймовірністю виникнення несподіванок і вимагають від організацій визначеного рівня підготовки та запасу гнучкості. Крім того, сьогодні підприємства володіють необмеженим доступом до джерел інформації, можуть використовувати досконаліші системи ресурсного забезпечення, а також мають широкий спектр методів обґрунтування і вибору раціональних управлінських рішень.

© Тихомолова О. О., 2012



Чимало праць вітчизняних та зарубіжних науковців присвячено особливостям упровадження та реалізації антисипативного управління на підприємствах різних галузей економіки. Варто зауважити, що у літературних джерелах [1; 2] усі автори наголошують на важливості використання такого виду управління на підприємствах для ведення успішної і безперервної діяльності. Водночас, існують суттєві розбіжності у поглядах науковців щодо визначення його сутності.

Отже, антисипативне управління підприємством – це цілеспрямована діяльність, що передбачає завчасне визначення потенційних змін зовнішнього і внутрішнього середовищ на засадах слабких сигналів та формування на цій основі багатоваріантного сценарію, який відображає сукупність найвірогідніших шляхів розвитку можливих подій та комплекс адекватних їм альтернативних заходів, з метою прийняття оптимального управлінського рішення, спрямованого на подолання загроз чи використання можливостей умов функціонування.

Застосування антисипативного управління дозволяє організації випередити настання та вплив будь-яких непередбачуваних змін середовища функціонування. Тобто підприємство отримує здатність підготуватися до різноманітних потенційних явищ за допомогою раннього виявлення неочікуваних подій, передбачення найбільш ймовірного їхнього розвитку та розроблення на цій основі сукупності превентивних заходів.

Таким чином, антисипативне управління виступає дієвим способом забезпечення ефективної та безперервної діяльності підприємства в умовах високої невизначеності середовища функціонування.

На основі вивчення та узагальнення літературних джерел [1; 2] можна стверджувати, що основними цілями впровадження антисипативного управління на підприємствах є удосконалення системи управління організацією на основі підвищення рівня її підготовки до будь-яких потенційних змін середовища функціонування, забезпечення стабільності функціонування підприємства та розвитку його діяльності за допомогою формування та реалізації оптимального управлінського рішення, спрямованого на превентивне подолання загроз чи максимальне використання можливостей умов господарювання [2].

Варто також зазначити, що в умовах висококонкурентного середовища антисипативне управління забезпечує вигідну позицію підприємства стосовно інших організацій. Оскільки на ранніх стадіях виникнення тієї чи іншої можливості інформація про неї є нечіткою, незрозумілою, тому не кожне підприємство може виявити та використати такий шанс умов функціонування. Тоді як антисипативне управління спрямоване на розпізнавання та аналізування таких слабких сигналів з метою завчасного визначення та максимального використання можливостей середовища функціонування, тим самим надає підприємству сильну конкурентну перевагу над іншими організаціями і забезпечує позицію лідера на ринку.

В умовах динамічності та невизначеності зовнішнього та внутрішнього середовищ діяльність організації відбувається під впливом різноманітних чинників, що зумовлюють непередбачуване виникнення потенційних загроз і можливостей. Актуальність впровадження антисипативного управління обумовлюється тим, що за таких обставин підприємство отримує здатність раннього розпізнавання можливих змін середовища функціонування, а також передбачення їхнього ймовірного розвитку з метою превентивного подолання виявлених загроз або використання можливостей для підвищення ефективності діяльності.

Основним завданням антисипативного управління є випередити настання будь-якої зміни середовища функціонування з метою забезпечення стабільної та ефективної діяльності організації.

Перспективним напрямом вирішення завдань аналізу та попередження загроз фінансової безпеки підприємства є впровадження в систему управління підприємством комплексу моделей антисипативного управління фінансовою діяльністю [1]. Основні модулі комплексу моделей наведені на рисунку.



Рис. Взаємозв'язок модулів механізму оцінки фінансового стану підприємства

Рішення завдань першого модуля дозволяє сформувати банк даних про ступінь тяжкості кризи на підприємстві в минулих періодах та визначити діапазони значень показників, які відповідають різним класам фінансових ситуацій. Необхідно зазначити, що для кожного окремого підприємства ці діапазони будуть різними, оскільки будуть відображати специфічні структури, відносини й умови функціонування [3].

У рамках другого модуля на базі ретроспективної інформації формується список пріоритетних зовнішніх і внутрішніх загроз, що здійснюють найбільший вплив на фінансовий стан підприємства. Потім аналізується синергетичний ефект від впливу комбінації загроз, тобто визначається загроза або набір загроз, нейтралізація чи локалізація яких запобігає переходу фінансового стану підприємства з одного класу кризи в інший. Отримана інформація використовується для визначення пріоритетних напрямів витрачання обмеженого інвестиційно-ресурсного потенціалу.

У третьому модулі з урахуванням інформації про ретроспективний вплив загроз і спричинених ними класів фінансових втрат здійснюється прогнозування дестабілізуючих впливів і суми фінансового збитку. За результатами прогнозування відбираються ті загрози, локалізація яких дозволяє запобігти переходу фінансового стану з одного класу кризи в інший. Потім розробляється комплекс заходів щодо локалізації цих загроз і розраховуються ймовірні витрати на реалізацію цих заходів. На завершальному етапі здійснюється оптимізація набору заходів за витратами і запобігання шкоди [3].

Таким чином, реалізація розробленого комплексу моделей антисипативного управління фінансовою діяльністю підприємства дозволяє підвищити рівень його фінансової безпеки та забезпечити його стабільне функціонування при оптимальному використанні обмеженого інвестиційно-ресурсного потенціалу.

Наук. керівн. Клебанова Т. С.

Література: 1. Банкрутство і санація підприємства: теорія і практика кризового управління / Т. С. Клебанова, О. М. Бондар, О. В. Мозенков та ін. ; за ред. О. В. Мозенкова. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 272 с. 2. Адамів М. Сутність та роль антисипативного управління на підприємствах / М. Адамів // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 3(28). – С. 112–121. 3. Рогович А. Т. Модели антисипации угроз в финансовой деятельности предприятия / А. Т. Рогович // Экономические науки. – 2000. – № 8.

УДК 336.761

Саакян Л. А.

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

МОДЕЛЮВАННЯ Й АНАЛІЗ МЕХАНІЧНИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ СИСТЕМ

Анотація. Присвячено оцінці ефективності торгівельних систем для прийняття рішення про вибір між декількома торгівельними системами. Розглянуто ряд показників і підходів до оцінки ефективності, за допомогою яких було проведено порівняльний аналіз торгівельних систем.

Аннотация. Посвящено оценке эффективности торговых систем для принятия решения о выборе между несколькими торговыми системами. Рассмотрен ряд показателей и подходы к оценке эффективности, с помощью которых был проведен сравнительный анализ торговых систем.

Annotation. The article was devoted to the assessing of the effectiveness of trading systems that is needed to make a decision about the choice between multiple trading systems. This report considered at a number of indicators and approaches to the assessment of the effectiveness using which a comparative analysis of trading systems was carried out.

Ключові слова: інвестиції, валютний ринок, валютний арбітраж, торгівельна система, тренд, оцінка ефективності, профіт-фактор, ризик, оптимізація.

Ринок Форекс є найбільшим і найбільш ліквідним фінансовим ринком у світі. Щоденний обсяг торгів на валютному ринку перевищує 1,9 трлн дол., що набагато більше, ніж сумарний обсяг усіх американських ринків акцій і ф'ючерсів. Головною метою трейдера або інвестора на даному ринку є отримання прибутку. Однак на ведення торгівлі впливає безліч зовнішніх і внутрішніх факторів. Щоб знизити вплив психологічного фактора і систематизувати свою торгівлю на валютному ринку, трейдери використовують торгівельні системи. Торгова система – це набір правил, що визначають, за яких умов і в якому порядку здійснюються відкриття позицій і їх закриття.

Однак, як правило, у процесі визначення торгових правил неодноразово доводиться робити вибір між кількома зовні близькими за результативністю варіантами. Між тим критерії такого вибору не так очевидні, як це могло б здатися на перший погляд. Одним з основних і важливих питань роботи з торговими системами є питання оцінки ефективності системи, оскільки при використанні неправильного або невідповідного типу оцінювання можна пропустити хорошу модель або, що ще гірше, можна вибрати для торгівлі в реальному часі погану модель. Також торгівельна система повинна конкурувати з іншими інвестиційними інструментами за використання грошей. Необхідно порівнювати ефективність торгової моделі з ефективністю інших доступних торгових моделей.



Існує багато показників, які окреслюють як ризики, так і винагороду, а також співвідношення цих величин. При цьому необхідно розуміти, що всі ці показники базуються на статистичних даних, тобто на тих даних, які вже в історії. З цього випливає, що якими б хорошими не були показники системи, вони не можуть дати стовідсоткової впевненості в успіху майбутньої торгівлі. Тим не менш, оцінити шанси цього успіху є цілком можливим.

Серед критеріїв ефективності відзначаються такі групи показників: оцінка ризику, оцінка прибутку, оцінка стабільності.

Оцінка ризику. Ведення будь-якого бізнесу потребує витрат. Витрати на торговельний прибуток визначаються двома чинниками: ризиком і маржею.

Важливим показником ризику торгової моделі є максимальне просідання. Максимальне просідання має оцінюватися щодо інших програшних серій, що генеруються торговою моделлю. За визначенням, воно є найбільшою програшною серією, але важливо також знати, наскільки ця серія більше за інших. Наприклад, якщо максимальне просідання всього на 20 – 40 % більше середньої програшної серії, це ознака стійкої моделі.

Навпаки, було б небажано мати максимальне просідання, що становить 300 % середньої програшної серії, якщо тільки це не було викликано ціновим шоком. Ціновий шок – це незвичайно велика цінова зміна. За визначенням, цінові шоки становлять викиди або статистичні аномалії, що рідко мають місце.

Необхідний капітал – це кількість грошей, яка буде потрібна для успішної торгівлі даною моделлю. Мінімальною для торгового рахунку вимогою повинна бути початкова маржа плюс кількість грошей, яка дорівнювала б максимальному просіданню власного капіталу.

Оцінка прибутку. Після того як чистий прибуток і річний прибуток торгової моделі успішно пройшли порівняння з іншими інвестиційними альтернативами, їх необхідно оцінити відносно двох складових витрат моделі: ризику і необхідного капіталу. Прибуток не може оцінюватися ізольовано.

Оцінка прибутку повинна проводитися в порівнянні з ризиком, пов'язаним з її отриманням. Відношення прибутковості до ризику (reward to risk ratio) становить такий показник: воно порівнює максимальну прибутковість, яка представлена річним прибутком, з максимальним ризиком, представленим максимальним просіданням. Іншими словами, співвідношення:

$$\frac{\text{Дохідність}}{\text{Ризик}} = \frac{\text{Річний прибуток}}{\text{Максимальне просідання}}$$

Як правило, чим більше відношення прибутковості до ризику, тим краще. Більше відношення свідчить про те, що прибутковість (віддача) на вкладений у торгівлю долар підвищується порівняно з ризиком на вкладений долар.

Стабільність торгівлі. Стабільність в торгівлі – найбільш істотна характеристика стійкої торгової моделі. Чим більш стабільна торгова модель у всіх відносинах, тим краще. Навпаки, чим торгова модель більш безладна і нестабільна, тим вона менш стійка, а отже, викликає більше сумнівів.

Розподіл прибутків і збитків. Рівномірність розподілу прибутків і збитків у тестовій вибірці – важливий показник стабільності. Один лише чистий прибуток нічого не говорить про її розподіл; розподіл прибутків і збитків – більш важливий показник. Гарний розподіл свідчить про стійку і стабільну модель, у той час як поганий розподіл ставить під питання валідності моделі.

Найбільш стійка і викликаюча довіру модель повинна володіти такими властивостями:

найбільш рівномірний розподіл прибутків і збитків;

найбільш рівномірний розподіл вирашів і програшів;

найбільш рівномірний розподіл вирашних і програшних серій [1].

В ідеалі, за результатами тестування необхідно отримати один числовий показник, на підставі порівняння якого можна було робити вибір між торговими системами. Очевидно також, що оцінювані показники повинні відображати два моменти – прибутковість системи і пов'язаний з цією прибутковістю ризик.

Існує думка, що найбільш логічно оцінювати прибутковість торгової системи за середньою місячною прибутковістю. Цей показник становить те, що в першу чергу цікавить трейдера або інвестора. Приймавши за показник прибутковості системи середню місячну прибутковість, природно оцінювати ризик через дисперсію, виражену у вигляді стандартного відхилення дохідності.

Наступний крок – це зведення двох показників, доходу та ризику, в один, виражає їх відношення. Досягається це діленням середньої місячної дохідності на стандартне відхилення дохідності. Отримана таким чином величина характеризує "вартість" одиниці ризику в величинах доходу. Інакше кажучи, наскільки збільшується дохід при збільшенні ризику на одну одиницю (на один відсоток) [2].

Вибір торгової системи, таким чином, проводиться на підставі оптимального співвідношення дохідності та ризику.

Показники вимірювання результативності торгівлі дозволяють зробити оцінку ефективності торгових систем і методів. Аналізуючи статистику торгів використанням показників результативності, цілком можливо прояснити для себе перспективи розвитку подій, побачити сильні і слабкі сторони системи і, можливо, переглянути свої торговельні правила.

Наук. керівн. Мілов О. В.

Література: 1. Пардо Р. Разработка, тестирование, оптимизация торговых систем для биржевого трейдера / Роберт Пардо ; пер. с англ. – М. : Минакс, 2002. – 203 с. 2. Ракитин Е. А. Анализ эффективности торговых стратегий / Е. А. Ракитин. – СПб. : Питер, 2008. – 262 с.

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

МОДЕЛЮВАННЯ НАСЛІДКІВ РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто податкову систему України. Побудовано комплекс імітаційних моделей для прогнозування наслідків прийняття нового Податкового кодексу як для держави, так і для підприємства.

Аннотация. Рассмотрена налоговая система Украины. Построен комплекс имитационных моделей для прогнозирования последствий принятия нового Налогового кодекса как для государства, так и для предприятия.

Annotation. The tax system of Ukraine was reviewed. A simulation models complex to predict the implications of the new Tax Lawbook for state and company was constructed.

Ключові слова: податкова система, прогнозування, імітаційна модель, Податковий кодекс, трансформаційна економіка.

Податкова система України – це дуже важливий інститут держави, тому що від його ефективності залежить формування конкурентоспроможної економіки, утворення умов соціального розвитку суспільства та покращення добробуту населення.

Недосконалість системи оподаткування України, складність процесів її трансформації в сучасних умовах, надмірне податкове навантаження гальмують створення необхідних умов для стабільного та динамічного розвитку економіки країни. У зв'язку з чим у країні зроблені спроби реформування податкової системи України шляхом прийняття нового Податкового кодексу.

Податкова система України, з системної точки зору, має характер складної системи зі зворотними зв'язками. Складним також є її вплив на доходи до бюджету і, як наслідок, на економіку країни в цілому. Тому виявлення наслідків реформування податкової системи та прогнозування реакції зі сторони бази оподаткування та податкових надходжень неможливе без застосування економіко-математичних методів та моделей.

Аналіз структури та функцій податкової системи України, основних податкових схем, а також порівняльний аналіз особливостей системи оподаткування України та інших країн в умовах податкових трансформацій сучасності дав можливість зробити висновки, що податкова система України є однією з найскладніших систем для платників податків.

Складність оподаткування в Україні полягає в надмірному податковому тягарі, яке покладається, в першу чергу, на юридичних осіб, що пов'язано з великою кількістю податків, складними правилами їх відрахування, наявністю недоробок та протиріч у законодавстві. Також в Україні відносно високі податкові ставки, особливо для юридичних осіб, порівняно з іншими країнами подібного рівня розвитку.

У зв'язку з цим в Україні взято курс на реформування податкової системи, який виражається в прийнятті нового Податкового кодексу в 2010 р. Аналіз податкових трансформацій показав, що держава йде шляхом поступової лібералізації податкової системи, що виражається у зниженні податкових ставок та покращенні умов відрахування податків. Тому прогнозування та аналіз наслідків реформування податкової системи України є досить актуальним, а для цього необхідне застосування економіко-математичних методів.

Критичний аналіз економіко-математичних методів прогнозування та планування дозволив виділити в якості найбільш перспективного метод імітаційного моделювання на базі концепції системної динаміки. При цьому досить важливим є як прогнозування впливу податкових трансформацій на макропоказники, так і побудова моделей прогнозування цих впливів на окреме підприємство.

Моделі першого рівня – це моделі процесів оподаткування, які використовують також інформаційні моделі податкових надходжень на рівні окремого підприємства та України в цілому. Моделі другого рівня – це модифіковані моделі, що можуть бути використані для прогнозування з урахуванням змін певних умов оподаткування.

Концептуальну схему комплексу імітаційних моделей наведено на рис. 1.



Анотація. Розглянуто моделі з авторегресійною умовною гетероскедастичністю (ARCH/GARCH), проаналізовано їх переваги порівняно з традиційними моделями аналізу часових рядів. Досліджено особливості моделювання динаміки волатильності рядів валютних котировань на базі ARCH/GARCH-моделей.

Annotation. Models with autoregressive conditional heteroscedasticity (ARCH/GARCH) were considered. Their advantages over traditional models of time series analysis were analyzed. This method was used to simulate the dynamics of the volatility series of foreign exchange quotations.

Ключевые слова: модели с авторегрессионной условной гетероскедастичностью, ARCH/GARCH-модели, нелинейные модели временных рядов, волатильность, условная дисперсия.

Развитие мировой экономики, торговли, средств связи и телекоммуникаций, информационных технологий, процессов интеграции национальных экономик в мировую экономическую систему, а также отмена валютных ограничений во многих странах привели к существенному изменению состояния международного валютного рынка.

Современные тенденции развития международного валютного рынка характеризуются устойчивым ростом объемов конверсионных операций с иностранными валютами (рынка FOREX), сокращением времени распространения, обработки информации и совершения сделок на рынке FOREX, что сделало его доступным для более широкого круга участников и наиболее ликвидным финансовым рынком. Поведение рынка стало более динамичным с высокой волатильностью курсов валют и относительно высокочастотными колебаниями. Термин волатильность (от англ. *изменчивость, непостоянство*) используется, как правило, для неформального обозначения степени variability, разброса переменной.

Одна из характерных черт финансовых рынков – это то, что присущая рынку неопределённость изменяется во времени. Как следствие, наблюдается "кластеризация волатильности". Под этим понимается, что периоды могут чередоваться: финансовый показатель ведёт себя нестабильно, затем наступает относительно спокойный период. Формальной мерой волатильности служит дисперсия (или среднеквадратичное отклонение).

Традиционные модели временных рядов, такие, как модель ARIMA, не могут адекватно учесть все характеристики, которыми обладают финансовые временные ряды, и поэтому требуют расширения. Одним из таких расширений являются ARCH-процессы (Autoregressive Conditional Heteroskedasticity). Концепция и конкретная спецификация были впервые представлены в работе Engle Robert F. (1982), после чего последовали многочисленные модификации базовой конструкции и примеры применения новой модели к финансовым и макроэкономическим временным рядам.

Так же как успеху обычных линейных моделей временных рядов способствовало использование условных мат ожиданий вместо безусловных, ключевой момент модели ARCH состоит в различии условных и безусловных моментов второго порядка. В то время как безусловная матрица ковариаций для представляющих интерес переменных может быть неизменной во времени, условные дисперсии и ковариации часто нетривиальным образом зависят от состояний процесса в прошлом. Понимание точного характера этой временной зависимости крайне важно для многих проблем в макроэкономике и финансах, таких, как необратимые инвестиции, цены на опционы, структура процентных ставок по срокам и общие динамические соотношения для цен активов.

Кроме того, с точки зрения получения эконометрических выводов, потеря в асимптотической эффективности из-за неучета гетероскедастичности может быть сколь угодно большой, и при составлении экономических прогнозов, как правило, можно использовать намного более точную оценку неопределенности ошибки прогноза, если получать ее как условную по текущему информационному множеству [1].

Первоначально ARCH-модели исследовали инфляционную неопределенность. Впоследствии они нашли применение в анализе волатильности цен и доходностей спекулятивных активов. На основе результатов применения ARCH-моделей установлено, что динамика волатильности многих финансовых переменных подчиняется устойчивым закономерностям.

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

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

Расширением ARCH-модели является GARCH-модель волатильности, где на текущую волатильность влияют как предыдущие изменения цен, так и предыдущие оценки волатильности (так называемые "старые новости"). Память ARCH(q)-процесса ограничена q периодами. При использовании модели часто требуется длинный лаг q и большое число параметров α . Обобщенный ARCH-процесс (Generalized ARCH, GARCH), который предложен Т. Боллерслевом в 1986 г.,

имеет бесконечную память и допускает более экономную параметризацию. Согласно данной модели (GARCH(p,q)) расчет волатильности производится по следующей формуле [2]:

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

Для сохранения стационарности применяются такие ограничения:

$$\omega \geq 0, \alpha \geq 0, \beta \geq 0, \sum_{i=1}^q \alpha_i + \sum_{j=1}^p \beta_j \leq 1. \quad (3)$$

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

На основании первых разностей и отклонений ряда от скользящей средней проводится построение модели с ARCH-эффектами, что позволяет провести анализ волатильности и получить декомпозицию дисперсии ошибок. Частная дисперсия позволит определить прогнозные значения уровней ряда с меньшим доверительным интервалом.

Возможность оценки и моделирования движения курсов валют с учетом высокой волатильности с относительно высокочастотными колебаниями открывает дополнительные возможности для тех участников рынка FOREX, которые осуществляют конверсионные операции на условиях маржинальной торговли. Риск финансовых потерь, равно как и степень получаемой прибыли, для них возрастает больше, чем для участника рынка, не использующего заемные средства.

Модели такого типа могут быть построены и исследованы с помощью программного пакета анализа Eviews. Использование данного класса моделей (ARCH- и GARCH-модели) позволяет детально изучить динамику волатильности валютного рынка и осуществить ее краткосрочное прогнозирование.

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

Научн. рук. Захарова О. В.

Литература: 1. Кремер Н. Ш. Эконометрика : учебник для вузов / Н. Ш. Кремера, Б. А. Путко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 311 с. 2. Дяттерев В. М. Прогнозирование валютных курсов с использованием эконометрических моделей и искусственных нейронных сетей / В. М. Дяттерев. – М., 2010. – 103 с.

УДК 659.113.73

Голубцова Д. С.

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ КАМΠΑНІЇ

Анотація. Розглянуто поняття реклами, основні напрями вивчення реклами. Наведено моделі економічної й комунікативної ефективності реклами.

Аннотация. Рассмотрены понятие рекламы, основные направления изучения рекламы. Приведены модели экономической и коммуникативной эффективности рекламы.

Annotation. The notion of advertising, the main areas of advertising study were considered. The models of economic and communicative effectiveness of advertising are given.

Ключові слова: реклама, рекламна кампанія, економічна та комунікативна ефективність реклами.

© Голубцова Д. С., 2012



В умовах упровадження сучасних принципів ринкової економіки в господарський механізм України, реформування форм власності і загострення конкуренції реклама виявилася практично одним з основних інструментів впливу підприємств на ринок збуту, каналом поширення інформації на ринок, а також передумовою зворотного зв'язку з ним. Реклама здобуває особливе значення для ефективного функціонування підприємств на сучасному етапі розвитку національної економіки, що характеризується динамізмом і якісними змінами у всіх її галузях. При правильній організації реклама є ефективною і сприяє швидкій реалізації виробленої підприємством продукції. При цьому прискорюється повернення грошових обігових коштів, установлюються ділові контакти зі споживачами продукції, зростає попит, що є об'єктивною основою розширення виробництва і підвищення ефективності збутової діяльності підприємства [1].

Реклама продукції і діяльності підприємства – це найважливіша складова частина комплексу маркетингових заходів, своєрідний інформаційний вихід на споживача. Розробка рекламної стратегії є складним процесом, який поєднує в собі всі етапи маркетингової діяльності, починаючи з відбору ринкових сегментів, позиціонування товарів і закінчуючи розробкою продуктової стратегії фірми.

З одного боку, рекламу можна використовувати для створення довгострокового стійкого об'єкта товару, а з іншого – для стимулювання швидкого збуту. Реклама – це ефективний спосіб охоплення великої кількості географічно розкиданих покупців зі схожими потребами.

Отже, реклама з погляду потенційного споживача – це велика кількість інформації про товари і послуги, свого роду провідник у світі ринку [2].

Однією з найважливіших особливостей сучасної реклами, що є невід'ємною частиною ринкового механізму, є здатність відбивати стан справ в економіці. Наскільки бурхливо розвивається економіка і торгівля або наскільки вони переживають кризу і занепад, настільки змінюється і ринок реклами.

Частка рекламного ринку у ВВП України складає приблизно 0,15 – 0,25 %, тоді як її світова норма 1 % від ВВП (у Європі від 0,8 до 1,2 % ВВП) [3].

До основних факторів, що визначають зростання рекламного ринку України, можна віднести: політичну стабілізацію суспільства, що приводить до зростання інвестицій, у тому числі у виді реклами;

зростання купівельної спроможності населення;

зростання конкурентної боротьби на споживчих ринках.

Прийнято виділяти два види ефективності реклами: комунікаційну і економічну (за наслідками продажів). Маркетингові дослідження в істотній своїй частині направлені на визначення комунікаційної ефективності реклами, визначити яку істотно легше порівняно з економічною ефективністю. Дослідження комунікаційної ефективності проводяться як на етапі планування рекламної кампанії, так після її проведення.

Для оцінки причин, що обумовлюють ефективність реклами, звичайно використовуються такі чотири критерії, що характеризують окремі напрями дослідження ефективності реклами, а саме: впізнанність, здатність пригадати рекламу, рівень спонукальної реакції, вплив на купівельну поведінку. Безумовно, така класифікація певною мірою є умовною [1].

При проведенні рекламної кампанії важливу роль відіграють дослідження реклами. Це обумовлено, перш за все, тим, що рішення у сфері рекламної діяльності приймаються в умовах ризику і невизначеності.

Характеризуючи зміст маркетингової рекламної діяльності, можна виділити такі напрями вивчення реклами:

1. Дослідження ефективності і популярності окремих рекламних засобів (носіїв реклами) для різних цільових аудиторій. Зокрема, на основі вивчення ступеня популярності окремих радіо- і телепередач у засобах масової інформації.

2. Вивчення ефективності рекламної політики фірми в цілому. Вивчається ступінь обізнаності про фірму і її товари за наслідками рекламної діяльності за певний період часу.

3. Дослідження ефективності окремих рекламних кампаній, у тому числі на основі проведення спеціальних експериментів. Часто встановлюється контрольний район, де рекламна кампанія не проводиться, і дослідний район, в якому здійснюється рекламна кампанія. Порівняльна оцінка для різної цільової аудиторії здійснюється у напрямі вивчення ступеня знайомства споживачів з рекламним товаром і бажання його купити.

4. Дослідження ефективності дії рекламного обігу на аудиторію, ступінь його впливу на поведінку людей.

5. Вивчення синергетичного ефекту від сумісного використання в рекламній меті декількох засобів масової інформації.

Ці дослідження, перш за все, направлені на підвищення ефективності рекламної діяльності, зниження ризику її проведення, краще використання фінансових коштів.

Дослідження ефективності рекламної діяльності допомагають добиватися рекламної мети швидше і з меншими витратами.

Для оцінки ефективності рекламної кампанії застосовують моделі економічної і комунікативної ефективності. До найбільш розповсюджених типів моделей оцінки економічної ефективності можна віднести статичні і динамічні [4].

Найпростіша статична модель оцінки економічної ефективності, розроблена на базі кореляційно-регресійного аналізу, становить лінійну функцію реакції збуту на рекламу:

$$S = a + bR, \quad (1)$$

де S – залежна змінна, що характеризує обсяг збуту або частку ринку;

R – незалежна змінна, що характеризує рекламні витрати;

a, b – коефіцієнти регресії, при цьому a – вільний член, що характеризує вплив інших факторів.

Модель припускає, що між незалежною величиною R і залежною S існує простий лінійний зв'язок. Часовий зсув дії реклами залишається неврахованим.

Проблема моделі, поряд зі звичайною для кореляційно-регресійного аналізу проблемою причин і наслідків, полягає в допущенні, що вплив реклами на збут не залежить від її обсягів. На практиці це не підтверджується. Тому в цих випадках розрахунки ведуться за більш складними формулами:

$$S = S_0 + (S_m - S_0) \cdot \frac{R}{d + R}, \quad (2)$$

де S_0 – обсяг збуту, досягнутий без допомоги реклами;

S_m – границя насичення попиту;

d – бюджет збуту (без реклами).

Часто передбачається, що зв'язок між величиною рекламного бюджету й обсягом збуту найкраще ілюструється за допомогою S -подібної функції. Це влаштовується, з одного боку, тим, що при визначеній величині рекламного бюджету можливе застосування більш ефективних способів реклами, з іншого – враховується границя насичення, пов'язана зі зменшенням приросту охоплення і вичерпанням готовності покупців придбати рекламовану продукцію. S -форма може бути відбита через логістичну функцію:

$$S = \frac{S_m}{1 + e^{a+bR}}. \quad (3)$$

При моделюванні реакції збуту тільки в рідких випадках можна зневажити впливом конкурентів, тому для обліку цього фактора, як правило, використовується така модель:

$$S = S_0 + \frac{S_m - S_0}{1 + \frac{R_k}{R}}, \quad (4)$$

де R_k – витрати конкурентів на рекламу.

Динамічні моделі дають можливість враховувати розрив у часі змінних величин (запізнення або продовження дії рекламного звертання). У рамках динамічних моделей реакції збуту на рекламу намагаються врахувати лаг-зміни. У найпростішому випадку звичайно використовують таке рівняння:

$$S_t = a + bR_{t-1}, l = \overline{1, t-1}, \quad (5)$$

де l – лаг запізнювання,

R_{t-1} – величина рекламних витрат у періоді $(t-1)$.

Геометрично розвиток реакції збуту був врахований у моделі Ліжко [4]. Його лаг-модель становить у даний час найбільш частий використовуваний підхід до оцінки економічної ефективності реклами з урахуванням запізнювань і має такий вигляд:

$$S_t = a + bR_t + cR_{t-1}, \quad (6)$$

де c – коефіцієнт, що характеризує реакцію збуту на рекламні витрати в минулих періодах.

Дана модель одержала широке розповсюдження в економетричних дослідженнях рекламної діяльності. До переваг моделі можна віднести можливість одержання на її основі прогнозних значень збуту при різних рекламних витратах.

Для оцінки комунікативної ефективності рекламної політики, як правило, використовують моделі таких показників, як ступінь залучення уваги потенційних споживачів, ступінь дієвості рекламного звертання, ступінь упровадження рекламного звертання.

Для визначення ступеня залучення уваги потенційних споживачів до рекламного звертання користуються такою моделлю:

$$A = \frac{n}{N}, \quad (7)$$

де A – ступінь залучення уваги потенційних споживачів;

n – число потенційних споживачів, що звернули увагу на рекламне звертання протягом визначеного періоду;

N – загальне число потенційних споживачів, що мали контакт із носієм рекламного звертання в той же період.



Ступінь дієвості рекламного звертання в засобах поширення інформації умовно можна оцінити в конкретній торговельній точці за допомогою моделі:

$$D = \frac{b}{B}, \quad (8)$$

де D – ступінь дієвості рекламного звертання;

b – число відвідувачів торговельної точки, що купили рекламовану продукцію;

B – загальне число покупців, що зробили в торговельній точці яку-небудь покупку.

Ступінь упровадження рекламного звертання розраховується за формулою:

$$I = \frac{r}{R}, \quad (9)$$

де I – ступінь упровадження рекламного звертання;

r – число потенційних споживачів, що запам'ятали поточне рекламне звертання;

R – число потенційних споживачів, що не запам'ятали поточне рекламне звертання.

Підводячи підсумок проведеного аналізу моделей оцінки ефективності реклами, необхідно сказати і про деякі недоліки цих моделей. Усі розглянуті моделі є регресійними, а тому не здатні відбити тенденції нового виду.

Ще одним недоліком цих моделей є відсутність єдиного теоретичного підходу при їхньому складанні і застосуванні. Звідси випливає неможливість порівняти результати проведених досліджень з погляду експериментального дизайну, вибірки, об'єкта досліджень і обліку умов середовища, а також важкість при будь-яких узагальненнях.

Вивчення наведених у літературі концепцій і підходів дозволило зробити висновок про те, що широке коло питань щодо процесу вибору рекламної кампанії розроблене недостатньо, а також слабо математично формалізоване. До того ж використання більшості математичних моделей і методів не обґрунтовано теоретично, а ті, що знайшли широке застосування в умовах української економіки, дають результати тільки на основі минулих даних і не здатні відбивати тенденції нового виду. Це припускає розробку нової концепції синтезу рекламної політики, що могла б стати основою для розробки комплексу ефективних економіко-математичних моделей і методів управління рекламною політикою підприємства.

Щоб здійснити системний підхід до планування рекламної кампанії, необхідно одночасно враховувати різноманітний вплив навколишнього середовища і фінансові можливості підприємства. Подібний клас задач характеризується багатовимірністю об'єкта дослідження та стохастичною його характеристиками. Тому при їх рішенні доцільно застосовувати економіко-математичне моделювання, що дозволяє підвищити ефективність прийнятих рішень у сфері рекламної діяльності.

Отже, володіння навичками ефективного управління рекламою сприяє ефективній ринковій діяльності підприємства, ведення цілеспрямованої конкурентної боротьби. Тому управління рекламною діяльністю вимагає уважного наукового вивчення практичного підходу до використання в практиці управління.

Наук. керівн. Яценко Р. М.

Література: 1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспрес-курс / Филипп Котлер ; пер. с англ. ; под ред. С. Г. Божук. – [2-е изд]. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с. – (Серия "Деловой бестселлер"). 2. Яременев Н. М. Прогнозирование результатов рекламной деятельности / Н. М. Яременев // Экономика и математические методы. – 2005. – № 2. – С. 89–95. 3. Ромат С. Державне управління рекламною діяльністю: досвід моделювання / С. Ромат // Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. пр. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2003. – Вип. 3(15). – С. 97–110. 4. Коренев А. І. Формування стратегії управління рекламною діяльністю / А. І. Коренев // Формування ринкових відносин в Україні. – 2005. – № 2. – С. 121–132.

Катречка А. О.

УДК 332.143

Студент 4 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ОЦІНКА РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто поняття економічної безпеки регіону, основні методи оцінки рівня економічної безпеки, запропоновано алгоритм оцінки рівня економічної безпеки на основі таксономічного показника. Розраховано інтегральні показники рівня економічної безпеки по регіонах України.

© Катречка А. О., 2012

Аннотация. Рассмотрены понятие экономической безопасности региона, основные методы оценки уровня экономической безопасности, предложен алгоритм оценки уровня экономической безопасности на основе таксономического показателя. Рассчитаны интегральные показатели уровня экономической безопасности по регионам Украины.

Annotation. In the article analyses of current approaches to modeling the security of the region and methods for assessing the level of economic security have been considered in detail. A model of assessing the level of economic security of Ukraine's regions has been developed. An integral taxonomical index is built for assessing the level of economic security of Ukraine's regions.

Ключові слова: економічна безпека регіону, метод, алгоритм, таксономічний та інтегральні показники.

Україна як незалежна держава, існує у взаємопов'язаному та взаємозалежному світі, де все яскравіше проявляється фактор глобалізації, інтеграції господарської діяльності, економічної та соціальної політики. Аналіз соціально-економічної ситуації в країні показує, що причини загроз економічній безпеці мають яскраво виражений регіональний характер, тому дослідження саме територіального аспекту економічної безпеки та формування системи її індикаторів (критеріїв і показників) дозволяє визначити ключові фактори забезпечення економічної безпеки держави в цілому. Потреба в надійному та всебічному захисті національних інтересів України зумовлює необхідність дослідження регіональних аспектів забезпечення національної безпеки. Забезпечення національної безпеки за умов децентралізації управління державним розвитком потребує виділення регіональної безпеки як окремої підсистеми в системі національної безпеки. Проблеми регіональної безпеки вимагають ефективного й своєчасного розв'язання питань територіального розвитку країни засобами державної регіональної політики [1; 2].

Під економічною безпекою регіону як відносно самостійної економічної системи розуміється сукупність його властивостей, що забезпечують його прогресивний розвиток в умовах дестабілізуючого впливу різноманітного виду загроз. Дана категорія розуміється як стан забезпеченості необхідними ресурсами на рівні, який дозволяє гарантувати розвиток і зростання економіки та соціальної сфери при достатньому захисті економічних інтересів від системи загроз зовнішнього і внутрішнього походження. Основним шляхом підтримки належного стану безпеки є формування цілісної системної динаміки, реалізація якої дозволить досягти позитивного стану функціонування соціально-економічних систем різних територіальних рівнів [3].

Відсутність загально визнаної теорії національної безпеки, теоретико-методологічних засад регулювання розвитку економічної безпеки регіонів України ускладнює обґрунтування державної політики та знижує ефективність її державного регулювання. Є всі підстави стверджувати, що накопичений потенціал загроз внутрішнього й зовнішнього характеру досяг такого рівня, за якого без розробки та впровадження цілеспрямованої системної політики захисту національних і, насамперед, регіональних економічних інтересів на порядку денному може постати питання про існування України як цілісної, суверенної держави.

Особливостями формування та регулювання державних механізмів забезпечення економічної безпеки регіонів є складність процесів, що відбуваються. Для зменшення їх негативного впливу та усунення наслідків у державі створюється система забезпечення національної безпеки, ефективне функціонування якої неможливе без проведення системних досліджень щодо місця й ролі економічної безпеки регіонів у сфері державного управління національною безпекою.

Найважливішим апаратом дослідження системи економічної безпеки є методи економіко-математичного моделювання, які базуються на різних розділах математики, математичної статистики, для комп'ютерного розв'язання економіко-математичних задач використовується обчислювальна техніка, пакети прикладних програм та інші суміжні дисципліни. Математичні методи дослідження економічних об'єктів дозволяють імітувати ті якості системи, причинно-наслідкову обумовленість яких досить складно визначити у явній формі, внаслідок великої кількості взаємодіючих факторів, зв'язки між якими ускладнені. Математичні методи дають змогу створити формальні структури, які ідентифікуються з реальним об'єктом і дають можливість оцінити якості системи та тенденції її розвитку на основі системи вхідних передумов.

Для вимірювання стану економічної безпеки країни застосовують багато різноманітних методів. Серед них варто виділити такі: моніторинг основних соціально-економічних показників і співставлення їх з граничними значеннями, що мають бути не менші за середньосвітові; методи експертної оцінки; метод аналізу й обробки сценаріїв; методи оптимізації; теоретико-ігрові методи; методи багатовимірної статистичного аналізу; методи теорії штучних нейронних мереж.

Аналіз сучасних підходів до дослідження проблеми економічної безпеки систем різноманітного призначення і рівня ієрархії показав, що вони мають ряд недоліків: відсутній єдиний узагальнений підхід до формування понятійного апарату економічної безпеки і класифікації загроз економічної безпеки, до формування системи показників економічної безпеки; при формуванні системи показників відсутній системний підхід та ін.

Серед класів економічних моделей, що моделюють, прогнозують, оцінюють, аналізують економічну безпеку регіонів, виділяють економетричні та індексні. У роботі запропоновано такий алгоритм визначення рівня економічної безпеки за допомогою методів таксономії:



1. Формування системи показників економічної безпеки регіону. Протилежним поняттю "регіональний інтерес" є поняття "загроза економічній безпеці регіону", по кожній загрозі визначають показники, що можуть бути використані як індикатори безпеки регіону. Тож метою даного етапу є визначення загроз та соціально-економічних показників, що характеризують їх.

2. Зменшення кількості показників. Оскільки важливим є ефективність та реальність отриманих результатів у подальшому, потрібною є робота з інформативними, некорельованими показниками. Отже, завданням даного етапу є зменшення кількості показників та отримання масиву даних, що найбільш інформативно описує стан економічної безпеки регіонів.

3. Розрахунок інтегрального показника рівня економічної безпеки регіонів. Він виконується із застосуванням методів таксономічного аналізу. Таксономічний показник є синтетичною величиною, рівнодіючою усіх показників, що описують стан економічної безпеки регіону. Даний показник дає змогу оцінити рівень економічної безпеки кожного з регіонів порівняно з іншими.

4. Аналіз отриманих даних. Заключним є формування загальних висновків щодо стану регіонів України з точки зору їх економічної безпеки.

Відповідно до даного алгоритму було зібрано масив даних, що складався з 40 показників соціально-економічного розвитку по 25 регіонах України за 2009 рік, вони були розбиті на 13 груп. Серед кожної з груп було обрано репрезентант, таким чином, було отримано показники, що найбільшою мірою характеризують рівень економічної безпеки регіонів, до них увійшли: коефіцієнт розлучень (X6), середньомісячна номінальна заробітна плата робітників (X9), введення в експлуатацію жилих будинків (X12), кількість студентів у ВНЗ (X16), кількість лікарів усіх спеціальностей (X17), домашні телефонні апарати суспільного використання (X22), кількість засуджених за вироком суду (X24), забруднення стічних вод у природні водні об'єкти (X25), кількість діючих господарських суб'єктів у с/г (X30), інвестиції в основний капітал на душу населення (X32), валовий регіональний продукт (X35), кількість малих підприємств (X37), кількість збиткових підприємств (X38).

Усі коефіцієнти економічної безпеки є результатом взаємовпливу показників-стимуляторів та показників-дестимуляторів. Саме від особливостей взаємодії цих складових елементів під час проведення розрахунків залежить формування рівня економічної безпеки. Тож показники були продиференційовані, і за кожним з показників була обрана точка-еталон, що у стимуляторів склала максимум по регіонах, а у дестимуляторів – відповідно, мінімум. На основі цього був побудований регіон-еталон з такими координатами $P_0(-2,66967; 2,42132; 3,245628; 3,491523; 2,274883; 4,217697; -1,01106; -0,49525; 3,302921; 2,861316; 2,540352; 2,054363; -2,96142)$.

Відносно цього регіону-еталона розраховано інтегральний показник рівня економічної безпеки регіонів України, на основі цього показника регіони проранжовані у таблиці.

Таблиця

Значення інтегрального показника рівня економічної безпеки

№	Регіон	Показник	№	Регіон	Показник	№	Регіон	Показник
1	АРК	0,221	9	Івано-Франківський	0,248	17	Рівненський	0,117
2	Вінницький	0,090	10	Київський	0,277	18	Сумський	0,154
3	Волинський	0,095	11	Кіровоградський	0,128	19	Тернопільський	0,165
4	Дніпропетровський	0,202	12	Луганський	0,126	20	Харківський	0,315
5	Донецький	0,079	13	Львівський	0,319	21	Херсонський	0,099
6	Житомирський	0,072	14	Миколаївський	0,252	22	Хмельницький	0,154
7	Закарпатський	0,145	15	Одеський	0,455	23	Черкаський	0,144
8	Запорізький	0,281	16	Полтавський	0,295	24	Чернігівський	0,185
						25	Чернівецький	0,087

За 2009 рік найбільшого рівня економічної безпеки досяг Одеський регіон, що склало 0,455, при максимальному значенні рівня економічної безпеки 1. Найменший рівень економічної безпеки було зафіксовано у Житомирському регіоні, що склало 0,072. Це свідчить про те, що в цілому рівень економічної безпеки по регіонах в Україні є дуже низьким.

Наук. керівн. Клебанова Т. С.

Література: 1. Гець В. М. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство / Т. С. Клебанова, О. І. Черняк ; за ред. В. М. Гейця. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 240 с. 2. Мунтіян В. І. Економічна безпека України / В. І. Мунтіян. – К. : Вид-во КВІЦ, 1999. – С. 37. 3. Ткаченко В. Г. Проблемы региональной экономической безопасности в условиях постиндустриального периода в Украине / В. Г. Ткаченко // Економіка АПК. – 2008. – № 5. – С. 22–27.

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ И АНАЛИЗУ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Аннотация. Проанализированы основные методы и подходы к оценке и анализу уровня и качества жизни населения на региональном уровне управления.

Анотація. Проаналізовано основні методи і підходи до оцінки й аналізу рівня та якості життя населення на регіональному рівні управління.

Annotation. Basic methods and approaches to an estimation and analysis of level and quality of life of population at regional level of management are analysed.

Ключевые слова: оценка, анализ, уровень и качество жизни, комплексная модель оценки и анализа, регионы.

В современных условиях постепенного выхода из глобального финансово-экономического кризиса проблемы обеспечения роста уровня и качества жизни населения страны выходят на первый план. От решения этой проблемы на региональном и макроуровне зависит экономическая, политическая и социальная стабильность в обществе.

Вопросами управления уровнем и качеством жизни занимались такие ученые, как Н. Кизим, В. Горбатов, В. Зинченко, В. Герасимчук, У. Садовая, Л. Семив, М. Долишний и др. Однако при всем многообразии работ по данной тематике подходы к количественной оценке уровня и качества жизни населения на региональном уровне управления все еще рассмотрены не в достаточной мере.

Исходя из вышесказанного, целью данной статьи является разработка концептуальной модели оценки и анализа уровня и качества жизни населения регионов Украины.

Под качеством жизни понимают категорию, которая отражает объективные условия существования и их оценку на уровне общества и индивида [1]. Под уровнем жизни населения понимают степень его обеспеченности необходимыми для жизнедеятельности материальными и духовными благами, достигнутый уровень их потребления и степень удовлетворения людей этими благами [1].

Анализ литературных источников показал, что наиболее используемым методом оценки уровня и качества жизни на макроуровне является разработанный международной организацией ООН индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП).

Для расчета ИРЧП используют три основных характеристики благосостояния населения: ожидаемая продолжительность жизни, уровень грамотности населения, уровень дохода, оцененный через ВВП на душу населения [2; 3].

Параллельно с использованием ИРЧП, различные страны разрабатывают и используют свои методики оценки уровня и качества жизни. В частности, разработанная сотрудниками географического факультета Московского государственного университета по заказу Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации методика предполагает расчет специального показателя для интегральной оценки приоритетных компонентов качества жизни и мониторинга социального развития регионов. Индекс качества жизни рассчитывается как среднеарифметическое четырех частных индексов. Приоритеты в оценках качества жизни согласно этой методике выбирались с учетом наиболее острых проблем переходного периода для России [3].

Рассмотренные классические подходы к оценке уровня и качества жизни исходят из методологии построения интегральных синтетических показателей, предполагающих полную редукцию информационного пространства исследования. Это ведет к потере качества оценок уровня и качества жизни, поскольку интегральные оценки являются слишком обобщенными. Интегральный показатель сглаживает все признаки, которые используются для его определения, после чего невозможно определить какой из первоначальных показателей имел большее значение при нахождении интегрального. То есть невозможно провести анализ причин полученного на основании расчета интегральных показателей ранжирования стран или регионов по уровню и качеству жизни.

В условиях мировой экономики применение интегрального показателя может быть обосновано тем, что результаты таких расчетов являются общедоступными. Кроме того, при сравнении стран приходится обрабатывать слишком большой объем разнородной информации, и поэтому не имеет смысла проводить более детализированный анализ.



Однако в условиях одной страны практический интерес может иметь непосредственный анализ причин различия регионов страны, что предполагает дальнейшую обработку данных и необходимость более детального анализа.

В связи с этим предлагается следующая концептуальная модель направленная на устранение негативных сторон существующих подходов, таких, как чрезмерное усреднение информации (рисунок).



Рис. Концептуальная модель исследования

Модель состоит из пяти взаимосвязанных блоков (рисунок), в комплексе позволяющих подробно изучить причины и глубину различий в уровне и качестве жизни населения регионов.

Рассмотрим предложенную концептуальную модель более подробно.

Блок первый содержит модели нахождения естественного разбиения регионов Украины на группы по уровню и качеству жизни населения. Целью данного блока является нахождение природной структуры совокупности регионов Украины в разрезе различных индикаторов уровня и качества жизни. Результатом моделирования выступают группы регионов со схожими условиями качества и уровня жизни. В отличие от интегральных показателей по анализу структуры этих групп (кластеров) можно сделать вывод о том, какие регионы наиболее различны и в разрезе каких показателей различия регионов наиболее существенны.

Реализацию моделей блока предполагается осуществить на основании иерархических агломеративных древовидных процедур кластерного анализа.

Блок второй содержит модели оценки уровня и качества жизни населения на основе изучения миграционных потоков в регионе. В данном блоке предполагается использовать методы экономической динамики, в частности, модели равновесия систем, включающие анализ сальдо внешней и внутренней миграции и оценку устойчивости миграционных процессов.

Блок третий содержит модели классификации регионов Украины по уровню и качеству жизни. Целью моделей блока является проверка качества классификации регионов по уровню и качеству жизни, полученной по моделям первого блока, и последующая детализация классификации, предполагающая анализ вида и устойчивости кластерных структур, отражающих группировку регионов по уровню и качеству жизни. Предлагается выбрать критерием качества разбиения минимальную сумму внутригрупповых дисперсий кластеров. Экономико-математический инструментарий блока предполагает использование итеративного метода кластерного анализа – метода K-средних, дисперсионного анализа.

Блок четвертый направлен на поиск регионов-репрезентантов (типореферентов) в выделенных в рамках предыдущих блоков кластерах. Задачи такого типа реализуются методами неполной редукции. В частности, для реализации данного блока задач концептуальной модели рекомендуется использовать метод центра тяжести [4]. Данный метод реализует выбор репрезентантов среди регионов одного кластера.

Пятый блок предполагает прогнозирование уровня и качества жизни в регионах-репрезентантах. На основании выбранных репрезентантов строятся модели прогнозирования развития регионов относящихся к различным кластерам по уровню и качеству жизни населения. Для целей прогнозирования развития регионов-репрезентантов планируется использовать адаптивные модели прогнозирования, в частности, модели Хольта-Винтерса, а также модели декомпозиции временного ряда.

Предлагаемая концептуальная модель оценки уровня и качества жизни населения регионов Украины позволит повысить качество принимаемых решений по управлению социально-экономическим развитием в регионах и стране в целом.

Научн. рук. Никифорова О. В.

Литература: 1. Кизим Н. А. Качество жизни населения и конкурентоспособность Украины и стран ЕС : монография / Н. А. Кизим, В. М. Горбатов. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2005. – 164 с. 2. Горбатов В. М. Уровень и качество жизни населения Автономной Республики Крым : монография / Горбатов В. М., Пономаренко В. С., Кизим Н. А. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2005. – 240 с. 3. Независимый институт социальной политики, Интегральные индексы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.socpol.ru/atlas/indexes/index_life.shtml. 4. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа / Плюта Веслав. – 1980. – 151 с. 5. Индекс развития человеческого потенциала [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/ИРЧП>. 6. Кизим Н. А. Концентрация экономики и конкурентоспособность стран мира : монография / Н. А. Кизим, В. М. Горбатов. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2005. – 216 с.

УДК 330.53

Шергин Ю. В.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Анотація. Присвячено питанням побудови моделей оцінки економічної безпеки держави. Визначено загрози та індикатори економічної безпеки. Розроблено концептуальну схему взаємодії моделей оцінки економічної безпеки держави.

Аннотация. Посвящено вопросам построения моделей оценки экономической безопасности государства. Определены угрозы и индикаторы экономической безопасности. Разработана концептуальная схема взаимодействия моделей оценки экономической безопасности государства.

Annotation. The article is devoted to constructing models for assessing the economic security of the state. Threats, and indicators of economic security are identified. The conceptual scheme of interaction models for assessing the economic security of the state has been developed.

Ключові слова: економічна безпека держави, загрози, індикатори економічної безпеки, моделі, методи оцінки економічної безпеки.

В умовах розвитку сучасних ринкових відносин і посилення інтеграції економіки України в світову економічну систему питання оцінки економічної безпеки держави є дуже актуальними. Для своєчасного запобігання кризових явищ економіки необхідно володіти системними знаннями щодо оцінки рівня економічної безпеки, стану її загроз, і механізмів подолання їх негативних проявів на різних етапах економічного розвитку країни.

Під економічною безпекою держави розуміють захищеність інтересів держави у фінансовій сфері, або такий стан бюджетної, податкової і кредитно-грошової систем, яка гарантує здатність держави ефективно формувати, зберігати від надмірного знецінення та раціонально використовувати фінансові ресурси країни для забезпечення її соціально-економічного розвитку й обслуговування фінансових зобов'язань [1]. Головне завдання забезпечення економічної безпеки держави – підвищення ефективності державної політики та фінансової системи.

Складність системи ЕБД вимагає виокремлення головних підсистем. Аналіз джерел [1 – 5] дозволив дійти висновку, що підсистемами економічної безпеки України є: фінансова безпека, соціальна безпека, енергетична безпека, продовольча безпека, інноваційно-технологічна безпека, зовнішньоекономічна безпека, демографічна безпека, екологічна безпека.

Аналіз сучасних методів і моделей оцінки, прогнозування загроз ЕБД дозволив дійти висновку про існування низки моделей оцінки економічної безпеки, які спираються на розрахунок інтегрального показника і окремих коефіцієнтів економічної безпеки України та регіонів. У зв'язку з цим постає завдання побудови комплексу взаємопов'язаних моделей, що дозволяють здійснювати оцінку, аналіз і прогнозування економічної безпеки держави. Для вирішення цього завдання автором пропонується концептуальна схема взаємозв'язку оцінки й аналізу економічної безпеки держави (рисунок).

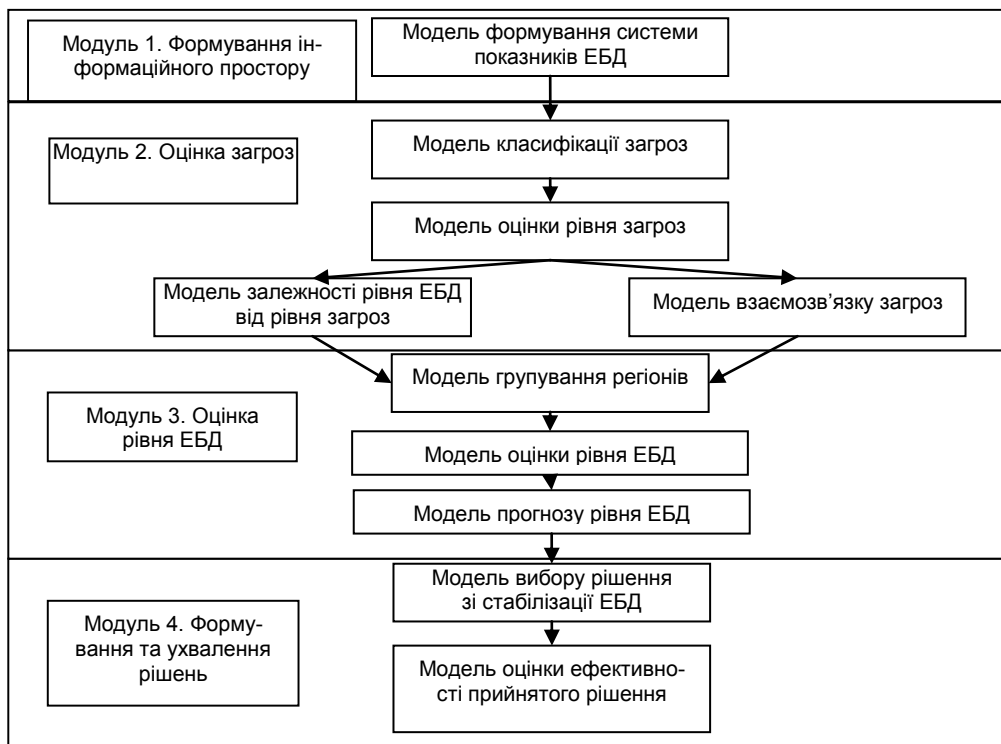


Рис. Концептуальна схема взаємодії моделей оцінки й аналізу економічної безпеки держави

Початковим етапом оцінки економічної безпеки держави є попередній аналіз сукупності макроекономічних показників оцінки економічної безпеки держави та попередній аналіз індикаторів економічної безпеки. Індикаторами економічної безпеки є такі важливі показники, які виявляються за допомогою таких критеріїв економічної безпеки [2]:

1. Індикатор інвестиційної безпеки. Згідно зі світовим досвідом для стабільного економічного зростання країни річні інвестиції за певний період часу повинні бути на рівні 19 – 25 % до ВВП.

2. Об'єми внутрішніх і зовнішніх боргів держави – це об'єми непогашених на конкретну дату позик, здійснених державою, відповідно, на внутрішніх і зовнішніх ринках позик.

$$L_{dis}(L_{dfs}) = \frac{D_i(D_f)}{GDP} \times 100 \% \quad (1)$$

де L – рівень боргової безпеки держави (L_{dis} – для внутрішнього боргу, L_{dfs} – для зовнішнього боргу);
 GDP – рівень річного ВВП.

3. Дефіцит державного бюджету виникає внаслідок перевищення об'ємів витрат бюджету над його доходами. Рівень дефіциту бюджету на кожен конкретний рік визначається як співвідношення об'єму дефіциту до об'єму річного ВВП:

$$L_{bds} = \frac{BD}{GDP} \times 100 \% \quad (2)$$

де BD – обсяг дефіциту бюджету;
 GDP – рівень річного ВВП.

4. Рівень монетизації економіки в конкретному році розраховують як відношення об'єму грошової маси за агрегатом М3 (MS M3) до річного об'єму ВВП: $L_{ms} = \frac{MSM3}{GDP} \times 100 \%.$

5. Вартість банківських кредитів визначається річними процентами, які платить позичальник комерційному банку за користування його кредитами.

6. Міжнародні резерви НБУ. Від рівня міжнародних резервів НБУ значною мірою залежить зовнішня стабільність національної валюти, яка визначається стабільністю його валютного курсу відносно інших валют.

Далі за допомогою моделі класифікації загроз, згідно із проведеним аналізом, визначаються основні класи загроз ЕБД із зазначенням переліку показників, що характеризують кожну із загроз. Загроза економічній безпеці – це сукупність умов і факторів, дія яких здійснює дестабілізуючий вплив на функціонування і розвиток економічної системи [1]. Зовнішні загрози трактують як сукупність умов і факторів, джерелом виникнення яких є економічна система, що розглядається; внутрі-



сні загрози – як сукупність умов і факторів, сформованих в економічних системах більш високого рівня ієрархії відносно до системи, що розглядається.

Модуль оцінки рівня загроз передбачає аналіз соціально-економічних показників, з точки зору їх впливу на стабільність економічної безпеки. Модель взаємозв'язку загроз відображає ступінь подібності природи загрози, а також вплив показника взаємозалежних загроз між собою. Модель оцінки рівня економічної безпеки із багатьох альтернативних ситуацій передбачає виділення трьох класів ситуацій: благополучна, передкризова, кризова і визначення ймовірностей виникнення ситуацій.

Аналіз літературних джерел [1] дозволив сформувати такі загрози:

- загроза зміни рівня та структури доходів населення;
- загроза погіршення демографічної ситуації;
- загроза зміни рівня економічної активності населення;
- загроза зменшення виробництва;
- загроза зниження рівня оновлення основних фондів;
- загроза зміни рівня інвестиційної активності;
- загроза зростання зовнішнього боргу;
- загроза залежності від імпорту стратегічних ресурсів.

Останній етап формування та ухвалення прийняття рішення з управління економічною безпекою містить такі кроки: формування критеріїв вибору рішень, визначення множини ефективних рішень, вибір єдиного оптимального рішення.

Таким чином, запропонований комплекс моделей, який реалізується за допомогою набору сучасних економіко-математичних методів, дозволяє підвищити якість та ефективність державного управління з економічної безпеки держави. Реалізація цих моделей надає можливість сформувати граничні параметри альтернативних рішень під час побудови базису стратегій економічно безпечного господарювання.

Наук. керівн. Чаговець Л. О.

Література: 1. Пономаренко В. С. Экономическая безопасность региона: анализ, оценка, прогнозирование : монография / Клебанова Т. С., Чернова Н. Л. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2004. – 144 с. 2. Пирожков В. С. Оцінка рівня економічної безпеки України / С. І. Пирожков. – К. : НІПМБ, 2003. – 42 с. 3. Пономаренко В. С. Концептуальні основи економічної безпеки : монографія / Пономаренко В. С., Кавун С. В. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2008. – 256 с. 4. Моделирование экономической безопасности: держава, регион, предприятие : монография / Геєць В. М., Кизим М. О., Клебанова Т. С. та ін. ; за ред. Гейця В. М. – Х. : ВД "ИНЖЕК", 2006. – 240 с. 5. Про основні національної безпеки України : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/law/03_nbu.html.

УДК 65.016.8

Гвоздицкий В. С.

Студент 5 курсу
факультету економічної інформатики ХНЕУ

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕЧЕТКИХ НЕЙРОННЫХ МОДЕЛЕЙ ОЦЕНКИ УГРОЗЫ БАНКРОТСТВА

Аннотация. Посвящено исследованию и анализу современных подходов к решению проблемы моделирования диагностики банкротства. Дано описание алгоритма оценки угрозы банкротства с помощью использования нечетких нейронных моделей.

Анотація. Присвячено дослідженню та аналізу сучасних підходів до вирішення проблеми моделювання діагностики банкрутства. Подано опис алгоритму оцінювання загрози банкрутства за допомогою використання нечітких нейронних моделей.

Annotation. The article is devoted to research and analysis of modern approaches to solving problems of modeling the diagnostics of bankruptcy. The work contains description of algorithm of evaluation the threat of bankruptcy by fuzzy logic neuron models.

Ключевые слова: алгоритм, анализ, антикризисное управление, банкротство, кризис, нейронечеткие модели, оценка, прогнозирование.

© Гвоздицкий В. С., 2012



На сегодняшний день для Украины одной из важнейших является проблема неплатежеспособности и банкротства предприятий. Каждое второе отечественное предприятие работает с убытками. Экономическая, социальная и психологическая цена банкротств высока, каждое банкротство подрывает национальную экономику, значительно тормозит ее развитие. Поэтому существует необходимость в разработке таких моделей, которые позволяли бы адекватно и своевременно оценить кризис и его глубину на предприятии.

Следует заметить, что при анализе склонности предприятия к банкротству применение модели – далеко не единственный этап. Для того чтобы адекватно оценить и проанализировать результаты использования модели оценки угрозы банкротства предприятий, необходимо осуществить целый комплекс действий (рисунок).

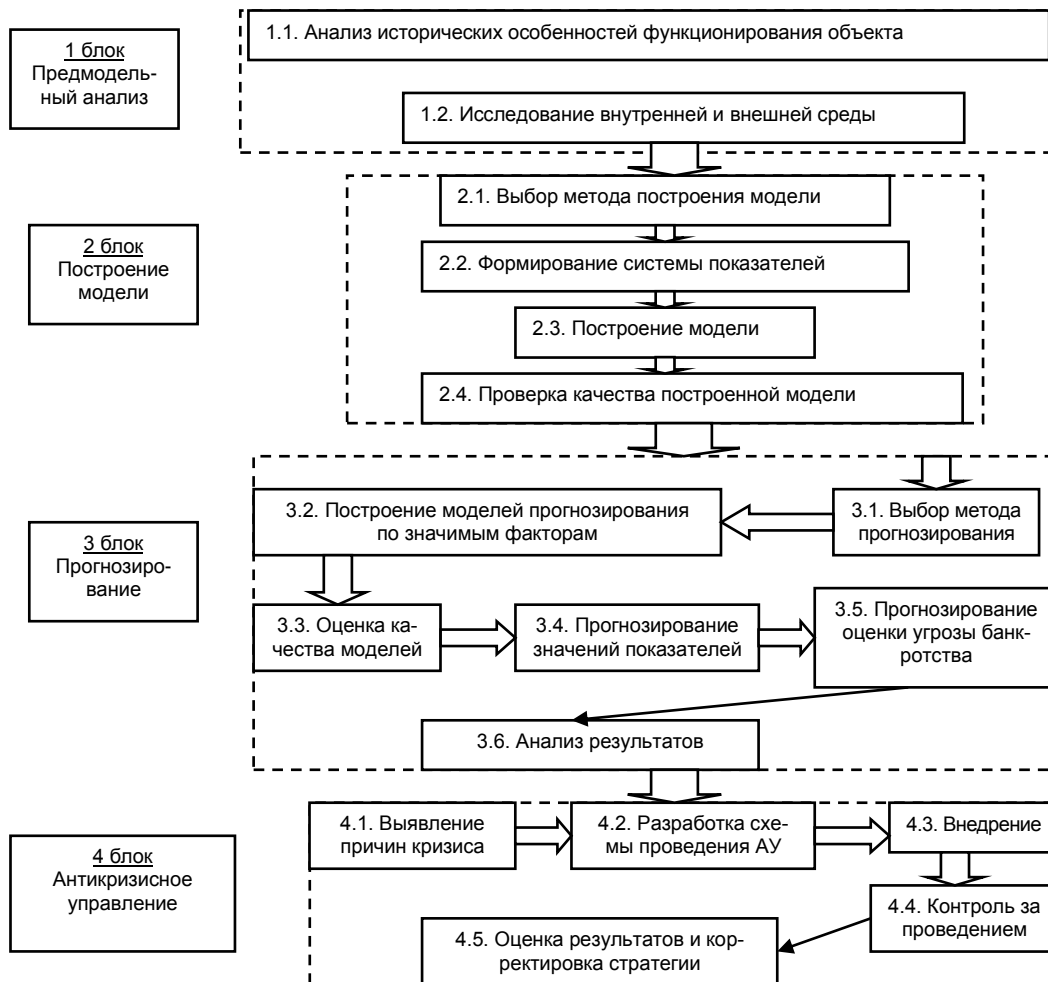


Рис. Блок-схема реализации модели диагностики банкротства

В самом общем виде нужно выполнить три этапа: построить модель оценки угрозы банкротства, спрогнозировать значение необходимых параметров и на основе полученных результатов моделирования разработать комплекс действий по антикризисному управлению. Причем к первому этапу добавляется блок предмодельного анализа исследуемой проблемной области. Предложенная концептуальная схема позволит при ее реализации адекватно проанализировать финансовое состояние предприятия, оценить угрозу его банкротства и внедрить необходимый комплекс мер по его предотвращению.

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

Для диагностики несостоятельности хозяйствующих субъектов применяют следующие наиболее популярные модели: Альтмана, Бивера, Лиса, Таффлера, Фулмера, Спрингейта, R-модель иркутских ученых и др. В данном исследовании проведено сравнение существующих моделей, а также таких подходов, как дискриминантный анализ, теория катастроф, нечеткая логика и нейронечеткие сети.

Построение большинства зарубежных моделей диагностики банкротства для отечественной экономики является проблематичным, во-первых, из-за отсутствия статистики банкротств; во-вторых, из-за нестабильности и необработанности нормативной базы банкротства предприятий; в-третьих, из-за разной методики отражения инфляционных факторов и разной структуры капитала. То есть адекватной оценки финансового состояния украинских предприятий с помощью данных моделей получить нельзя [2].

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

Все перечисленные модели построены с помощью метода дискриминантного анализа. Альтернативой этому методу могут служить теория катастроф, нечеткая логика, нейронечеткие сети.

Общим недостатком всех моделей дискриминантного анализа является то, что все они однозначно определяют класс кризиса предприятия, а очень часто предприятие находится в переходной фазе из одной стадии кризиса в другую. И главным преимуществом аппарата нечеткой логики является то, что данный метод учитывает этот нюанс, то есть возможно отнесение предприятия к переходной фазе из одного класса кризиса в другой с определенной степенью принадлежности [1]. Осуществляется это на основании построения комплексного показателя финансового состояния и выбора соответствующих правил распознавания уровней значений данных показателей и определения их функций принадлежности к конкретному уровню. Затем прогнозируются значения показателей и определяется уровень комплексного показателя в будущем периоде [3].

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

Теория катастроф может быть применена для диагностики банкротства следующим образом. Так, вначале выбирается и строится наиболее подходящий вид элементарной катастрофы из описанных потенциальных функций катастроф Тома для рассматриваемого случая, то есть для примера деятельности конкретного предприятия. Если по уровню детерминации, уровню значимости регрессионное уравнение одной из катастроф превосходит регрессионное уравнение связи устойчивого характера, то следует считать катастрофу возможной.

Главным отличием нейронных сетей (НС) от других методов является то, что нейросети не нуждаются в заранее известной модели, а строят ее сами только на основе предъявляемой информации. Именно поэтому НС и генетические алгоритмы сейчас широко применяются повсюду, где есть плохо алгоритмизируемые, неформализованные задачи.

Нечеткие нейронные сети расширяют область применения НС, так как позволяют оперировать нечеткими данными. Они являются продолжением НС и аппарата нечеткой логики. Входные и выходные сигналы, а также веса таких сетей представляют собой нечеткие числа. Обучение сети производится с помощью тех же методов оптимизации, которые применяются при обучении обычных НС. Однако алгоритм модификации значений границ весов более громоздок и сложен.

Гибридные нейронечеткие системы нашли самую большую область применения среди всех возможных методов синтеза нечетких множеств и нейронных сетей. Связано это с тем, что именно они позволяют наиболее полно использовать сильные стороны нечетких систем и нейронных сетей. Характерной чертой гибридных систем является то, что они всегда могут быть рассмотрены как системы нечетких правил, при этом настройка функций принадлежности в предпосылках и заключениях правил на основе обучающего множества производится с помощью НС. Существует несколько архитектур гибридных систем, каждая из которых предназначена для решения своего круга задач. Это накладывает определенные сложности в изучении и применении данных систем [4].

С учетом всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что целесообразнее всего из всех методов оценки угрозы банкротства предприятия использовать нечеткие нейронные сети. Этот метод является адаптивным к изменяющимся условиям, учитывает все главные недостатки и преимущества других подходов и является перспективным направлением в данных исследованиях. Аналогичные выводы позволяют сделать и проведенные экспериментальные исследования [4].

Научн. рук. Панасенко О. В.

Литература: 1. Панасенко О. В. Моделивання оцінки загрози банкрутства підприємств на основі нечіткої логіки / О. В. Панасенко, В. С. Гвоздицький // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Донецьк : ДНУ, 2010. – Вип. 264 : в 9 т. – 312 с. 2. Кононенко О. Анализ финансовой отчетности / О. Кононенко, О. Маханько. – 4-е изд., перераб. и доп. – Х. : ФАКТОР, 2008. – 200 с. 3. Пономаренко В. С. Механизм санационного управления предприятием: основы формирования и модели реализации / В. С. Пономаренко, Е. В. Раевнева, С. А. Степурина. – Х. : ИНЖЭК, 2009. – 304 с. 4. Зайченко Ю. Сравнительный анализ методов оценки риска банкротства предприятий Украины / Ю. Зайченко, С. Рогоза, В. Столбунов // International Book Series "Information Science and Computing". – 2006.



Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто підходи до оцінки кадрового потенціалу підприємства та розроблено систему показників для його оцінки.

Аннотация. Рассмотрены подходы к оценке кадрового потенциала предприятия и разработана система показателей для его оценки.

Annotation. This article describes approaches to assessing human potential of enterprise and also a system of indicators for its evaluation is developed.

Ключові слова: кадровий потенціал, кількісні показники, якісні показники, затратний підхід та дохідний підхід до оцінки кадрового потенціалу.

Складні процеси, які відбуваються сьогодні в економіці України, що пов'язані з переходом до нових, інноваційних моделей господарювання, ставлять перед сучасним керівником комплексні проблеми підвищення ефективності роботи організацій. Людський фактор при цьому відіграє все більшу роль, адже основна конструктивна перевага будь-якого підприємства, яке намагається зміцнити свої позиції на ринку, – його трудовий потенціал, пошук шляхів активізації якого і врахування психологічних особливостей персоналу стають одними з основних факторів підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємства.

Враховуючи все більшу обмеженість джерел готової кваліфікованої робочої сили та її зростаючу вартість, на першому плані кадрової політики є завдання розвитку і максимального використання вже наявного у підприємства кадрового (трудоного) потенціалу. У зв'язку з цим актуальним стає дослідження чинників формування та використання кадрового потенціалу підприємства.

Широке коло питань із дослідження проблеми формування та використання кадрового потенціалу висвітлене у роботах вітчизняних і зарубіжних вчених. Серед цих робіт слід зазначити дослідження Гриньової В. М. [1; 2], Красноносолої О. М. [1], Новікової М. М. [1 – 3], Салун М. М. [1], Волгіна Н. А., Журавльова П. В., Одегіна Ю. Г. [4] та Кибанова А. Я. [4]. Однак поки що не створено комплексної методології чисельного вимірювання кадрового потенціалу та його конкурентоспроможності. Водночас таке оцінювання має суттєве практичне значення для розробки і вдосконалення стратегії й тактики управління персоналом у сучасних умовах.

Метою даного дослідження є проаналізувати підходи та запропонувати систему показників для оцінки кадрового потенціалу як основного фактора забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Досягнення цієї мети передбачає вирішення таких завдань:

визначення терміна "кадровий потенціал підприємства" та показників, які його характеризують; аналіз підходів до оцінки кадрового потенціалу;

розробка системи показників, які найбільшою мірою дозволяють оцінити кадровий потенціал.

Ефективна діяльність підприємства залежить не тільки від високого рівня конкурентоспроможності, достатнього майнового потенціалу, але і від компетенції персоналу та ефективності його внутрішньої організації. Для успішного формування та реалізації будь-яких елементів потенціалу потрібні, перш за все, правильно підібрані кадри, організаційна культура, можливості для прояву ініціативи, матеріальне і нематеріальне стимулювання. Якість трудових ресурсів безпосередньо впливає на конкурентні можливості фірми і є однією з найважливіших сфер створення конкурентних переваг.

Кадровий потенціал – це сукупність таких характеристик людини, що виникають у результаті матеріальних та духовних вкладів у неї (здоров'я, інтелект, творчі здібності, освіта, професіоналізм, активність, організованість) [1]. Волгін Н. А. визначає кадровий потенціал найманого робітника як сукупність його внутрішніх якостей та характеристик, які він може реалізувати в трудовій діяльності при певних умовах [4]. Отже кадровий потенціал підприємства представляє собою сукупність якісних та кількісних показників, які характеризують управлінський та виробничий персонал.

Важливою складовою, яка впливає на потенціал робітника, є його компетентність. Компетентність робітника включає декілька складових, серед них: загальні, комунікативні, організаційні, спеціальні [5]. На думку автора, однією із головних є загальна компетентність, пов'язана з загальним рівнем освіти співробітника, знаннями у сфері економіки, фінансів, менеджменту, маркетингу, психології, – це все, що необхідно для роботи на ринку, але не пов'язано з безпосередньою діяльністю його підрозділу [5]. Компетентність працівників відноситься до групи якісних показників.

Виділимо окремо якісні та кількісні показники (таблиця) [3].

Таблиця

Якісні та кількісні показники кадрового потенціалу

Показники	
Якісні	особистісно-кваліфікаційний потенціал кожного працівника
	індивідуальні характеристики: працездатність працівника, відповідальність, сумлінність та порядність, організованість та вимогливість до себе, рівень освіти, культурний розвиток
	соціально-психологічні та організаційні параметри групової динаміки: групова згуртованість, соціально-психологічний клімат, організаційна культура і цінності підприємства
Кількісні	чисельність працівників
	професійно-кваліфікаційний склад кадрів
	статовіковий склад
	середній вік працівників
	стаж роботи на підприємстві в цілому і на певній посаді
	рівень ротації (руху) кадрів
	укомплектованості підприємства кадрами
	рентабельність праці
продуктивність праці	

Кадровий потенціал підприємства може бути описаний з різних позицій залежно від кількісних і якісних характеристик, набір яких визначає кожне підприємство самостійно. Можливість його опису дозволяє здійснювати оцінку кадрового потенціалу у вартісних категоріях, яка особливо актуальна для власника підприємства.

Існують два підходи до вартісної оцінки кадрового потенціалу підприємства: затратний та дохідний [4].

Відповідно до затратного підходу кадровий потенціал визначається сумою фактичних витрат на його створення (фактична заробітна плата, витрати на забезпечення умов роботи, оплата соціального забезпечення).

Дохідний підхід до визначення вартості кадрового потенціалу пов'язаний з оцінкою реальної вигоди, яку має підприємство від праці працівників. У цьому випадку вартість кадрового потенціалу дорівнює капіталізації частини прибутку, яка генерується цією працею, і в разі, якщо показники ефективності підприємства перевищують середньогалузеві, то ця вартість певною мірою враховується через гудвіл.

На думку автора, на вітчизняних підприємствах доцільно використовувати затратний підхід, тому що в дохідному підході процес виявлення частки прибутку, яка отримується за рахунок праці робітників, досить складний, та не завжди об'єктивний. Виявити та розрахувати потенціал персоналу за допомогою затратного методу можна значно точніше.

Для оцінки кадрового потенціалу доцільно використовувати комплексну систему показників, яка б охоплювала різні складові, як з кількісної, так і з якісної сторін. На думку автора, необхідно запропонувати наступну систему показників:

1) соціально-психологічні аспекти потенціалу робітника, індивідуальні характеристики особистості (темперамент, тип особистості та ін.) та рівень взаємодії індивіда з колективом;

2) освітньо-професійні аспекти – рівень освіти, навички, уміння, досвід роботи, наявність професійного розряду;

3) трудові аспекти потенціалу робітника – дисциплінованість, ступінь досягнення поставлених цілей, продуктивність та рентабельність праці;

4) індивідуальні аспекти – рівень життя, стан здоров'я, рівень задоволення умовами праці.

Дана система показників є досить універсальною та може бути використана на різних підприємствах, незалежно від їх розміру та специфіки діяльності, але вона повинна доповнюватись додатковими показниками, які б ураховували особливості підприємства.

Кадровий потенціал є важливою складовою потенціалу підприємства. Його оцінка та підвищення є необхідним засобом для підвищення конкурентоспроможності підприємства. Для оцінки кадрового потенціалу була запропонована система показників, що дає змогу врахувати різні складові трудового потенціалу. Подальшого дослідження потребують питання вартісної оцінки якісних показників кадрового потенціалу.

Наук. керівн. Заплицук Л. В.

Література: 1. Адміністративне управління трудовим потенціалом : навч. посібн. / В. М. Гриньова, О. М. Красноносова, М. М. Новікова та ін. – Х. : ХНЕУ, 2004. – 428 с. 2. Гриньова В. Н. Влияние социально-трудовых отношений на реализацию трудового потенциала работника / В. Н. Гриньова, М. Н. Новикова // Социальная экономика. – 2006. – № 1, 2. – С. 92–99. 3. Новикова М. Н. Концепция управления трудовым потенциалом предприятия / М. Н. Новикова // Наука і життя. – 2006. – № 1. – С. 39–41. 4. Волгин Н. А. Управление человеческими ресурсами: опыт индустриально развитых стран / Н. А. Волгин, П. В. Журавлев, Ю. Г. Одегин. – М. : Экзамен, 2002. – 448 с. 5. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 638 с.

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИМ РИНКОМ

Анотація. Розглянуто існуюче управління енергетичним ринком у Європі та Україні й виявлено доцільність функціонування енергетичної біржі.

Анотация. Рассмотрены существующее управление энергетическим рынком в Европе и Украине, а также обоснована целесообразность функционирования энергетической биржи.

Annotation. The existing management of the energy market in Europe and Ukraine, as well as the expediency of the functioning of the energy exchange have been regarded.

Ключові слова: управління енергетичним ринком, енергетична ефективність, енергетична біржа.

На сьогоднішній день в Україні існує багато проблем стосовно успішного функціонування енергетичної галузі, а саме: постійне збільшення як дебіторської, так і кредиторської заборгованості, зменшення обсягів постачання електричної енергії різними станціями, а разом зменшення розміру отримуваного прибутку, часті поломки обладнання.

Управління енергетичним ринком – широке та неоднозначне поняття, яке потребує повного регламентування з боку держави. Оскільки багато електричних станцій знаходяться у скрутному становищі, роль держави, в їх успішному функціонуванні, постійно зростає.

Отже, для успішного функціонування енергетичної галузі України слід розглянути зарубіжний досвід управління цією галуззю. Проблемами функціонування енергетики в Україні займаються багато політиків та вчених, зокрема О. Іваненко [1], О. Ливень [2], В. Тарнавський [3].

Метою статті є дослідження вітчизняного та зарубіжного досвіду управління енергетичним ринком та визначення його пріоритетного напрямку розвитку в Україні.

В Україні немає вільної торгівлі електричною енергією. Усі електричні станції направляють електроенергію до Оптового ринку електричної енергії України (ОРЕ). До того ж, ОРЕ диктує, який об'єм повинна виробити кожна станція і по якій ціні буде куплена електрична енергія [4, с. 40–50]. Як видно, за відсутності вибору, станції працюють не на повну потужність, що призводить до неефективної роботи в цілому та втрати значної частки прибутку.

Через неврегульованість ОРЕ виникає велика дебіторська та кредиторська заборгованість. Загальна заборгованість за поставлену до ОРЕ електричної енергії на 1 січня 2011 року становила 15 591,4 млн грн, у тому числі заборгованість перед НАЕК "Енергоатом" – 6 514,5 млн грн, перед тепловими генеруючими компаніями – 5 407,7 млн грн, перед гідроелектростанціями 446,8 млн грн [2].

На основі європейського досвіду можна стверджувати, що дані проблеми частково вирішують функціонування енергетичної біржі. Європейська біржа об'єднує у собі широке коло учасників, а саме: енергогенеруючі та енергопостачаючі компанії, споживачів продукції, фінансові організації та ін.

У Європі найбільшою енергетичною біржею є EPEX Spot SE. Біржа забезпечує спотову торгівлю електричною енергією на спільному ринку Німеччини, Австрії, Франції та Швейцарії. Біржа започаткувала свою роботу з 1 січня 2009 року.

Німецька біржа EEX працює не тільки на продаж електричної енергії, а також продає ф'ючерси на газ, вугілля, квоти на викиди вуглекислого газу [2]. Існує французька біржа Powernext, котра здійснює операції з продажу електричної енергії, а також продає ф'ючерси на електричну енергію для хеджування ризиків на строк від одного місяця до трьох років.

Німецька біржа EEX має у своєму складі клірингову компанію EСС, яка здійснює, окрім клірингових розрахунків між учасниками EPEX Spot, клірингові розрахунки між біржами Європи [2]. Енергетична біржа виводить, так названий, біржовий індекс ELIX на кожний рік, котрий визначає середньозважену ціну на трьох ринках Франції, Німеччини, Швейцарії.

Біржа EPEX Spot має значні обсяги продажу електричної енергії. Так, у 2010 р. вони склали 280 млрд кВтг (25 % з проданої енергії приходить на поновлювальні джерела). У Німеччину через біржу продається майже 50 % від загального обсягу електричної енергії, котру споживають, до Франції – близько 30 % [2].

Торгові учасники реєструються на біржі добровільно та має укласти контракт з одним із банків, що входить до складу клірингової компанії EСС.

Також біржа має право вимагати з учасників щорічну абонентську плату, а також плату за кожний проданий 1 МВтч (наприклад, у Німеччині – 0,04 євро, у Франції – 0,07 євро) [4, с. 50–52].

Головною тенденцією в Європі є організація ринку "на день вперед". По даному принципу працює венгерська біржа HUPX. Принцип роботи "на день вперед" полягає у тому, що учасники подають заявки до 12 годин – часу "зачинення воріт". Торги проводяться у вигляді закритого аукціону. Гарантійне забезпечення для участі в аукціоні повинне становити 50 000 євро. Після цього покупець оплачує продукцію одному із банків клірингової компанії [5].

Клірингова компанія, після того як отримає оплату від покупця, складає графік постачання електричної енергії та передає його до системного оператора, котрий складає фізичний графік постачання та забезпечує ці поставки. Діяльність даних бірж регламентується національними органами та міністерствами. Ринок Німеччини є найбільш регламентованим в Європі, оскільки існує закон регулювання діяльності всіх бірж, а також фінансовий акт, котрий регламентує торгівлю ф'ючерсами та деривативами [6].

Як видно, в Україні порівняно з Європою представлений повний монополізм стосовно енергетичної галузі. Європейська практика показує, що завдяки вільній торгівлі на аукціонах можуть виграти, як продавці з державою, так і покупці. А саме: покупець отримує те, що він бажає: необхідний розмір електричної енергії за обумовленою ціною. Продавець не прив'язується до правил регулюючих органів та може продавати такий об'єм електричної енергії, який вона має потужність виробити. До того ж держава отримує платежі за участі на біржах як від покупців, так і від продавців.

Цікаво, що на паперах створення Української енергетичної біржі затверджене урядовою постановою № 1789 від 16 листопада 2002 року [7]. Проте на сьогоднішній день навіть немає положення про функціонування такої біржі, а також не ухвалений відповідний закон. Намічена тенденція щодо формування біржової форми продажу вугілля. Дана біржова торгівля дозволить у середній термін сформувати ринковий механізм формування ціни, а також спростити та скоротити час закупи вугілля [8].

Таким чином, необхідно розробити механізм регулювання діяльності енергетичної біржі як пріоритетного напрямку розвитку зокрема слід розробити нормативно-правові документи, які окреслять правовий статус біржі та визначатимуть положення функціонування. Вищесказане дозволить запустити функціонування енергетичної біржі в Україні.

Наук. керівн. Чумак Г. М.

Література: 1. Іваненко О. Нормативне забезпечення та перспективи розвитку оптового ринку електричної енергії України [Електронний ресурс] / О. Іваненко. – Режим доступу : www.minjust.gov.ua. 2. Ливень О. Живой рынок / О. Ливень // Энергобизнес. – 2011. – № 6(692). – С. 28–32. 3. Тарнавский В. Южный транспортный узел / В. Тарнавский // Энергобизнес. – 2011. – № 5(691). – С. 4–7. 4. Цены и статистика / Нефть и газ / Украина // Энергобизнес. – 2011. – № 3(689). 5. Энергозберігаючі технології та обладнання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eto.org.ua>. 6. Сайт альтернативної енергетики, атомного енергозабезпечення. – Режим доступу : www.greenenergy.com.ua. 7. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 8. Сайт УНІАН. – Режим доступу : <http://economics.unian.net>.

УДК 628.15:661.152

Резніков І. Б.

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ОСНОВНИХ МЕТОДІВ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ – ВИРОБНИКІВ ДОБРІВ АЗОТНОЇ ГРУПИ

Анотація. Визначено переваги та недоліки основних методів організації систем управління витратами для підприємств – виробників добрив азотної групи.

Аннотация. Определены преимущества и недостатки основных методов организации систем управления затратами для предприятий – производителей удобрений азотной группы.

© Резніков І. Б., 2012



Annotation. This article identified the advantages and disadvantages of the main methods of organizing systems of cost management for producers of nitrogen fertilizers.

Ключові слова: система управління витратами, стандарт-кост, директ-костинг, контролінг, ABC.

Нагальною проблемою більшості підприємств реального сектору економіки є недостатня гнучкість у сфері управління власними активами, що спричиняє певні складності у здійсненні операційної діяльності. Одним з можливих напрямів підвищення ефективності керування активами є управління витратами.

При цьому управління витратами тільки "проблемних" місць діяльності підприємства, без постійного та комплексного процесу управління, не призведе до довгострокових результатів. Тому необхідна організація системи управління витратами (СУВ). Існують різні методи організації СУВ.

Грещак М. Г. та Шапіро І. А. виділяють "стандарт-кост", "директ-костинг" та "контролінг" як основні методи організації СУВ [1; 2]. Зубков Д. О. дає перевагу "контролінгу" при організації СУВ [3]. Васильєва Т. А., Рябенков А. В. серед основних методів, крім вище зазначених, виділяють "ABC" та вивчають його використання при організації СУВ промислового підприємства [4]. Зазначені методи організації СУВ можуть застосовуватись на всіх підприємствах, але специфіка виробництва підприємства буде робити застосування кожного методу більш чи менш ефективним. Щоб обрати методи організації СУВ для підприємств – виробників азотних добрив, необхідно визначити їх переваги та недоліки.

Метою даного дослідження є вивчення переваг та недоліків основних методів організації систем управління витратами для підприємств – виробників добрив азотної групи.

На думку автора, найкраще це зробити завдяки визначенню переваг та недоліків його застосування на підприємствах – виробниках азотних добрив. Таке порівняння зазначене в таблиці.

Таблиця

Характеристика переваг та недоліків використання методів організації СУВ для підприємств – виробників азотних добрив

Метод організації СУВ	Характеристика методу	Переваги застосування на підприємствах – виробниках азотних добрив	Недоліки застосування на підприємствах – виробниках азотних добрив
1	2	3	4
Стандарт-кост	Обліковується лише те, що повинно відбутись, а не те, що відбулося, враховується не реальне, а належне, і обґрунтовано відображаються відхилення, які виникли. У основі лежить чітке, тверде запровадження норм витрат матеріалів, енергії, робочого часу, праці, зарплати та інших витрат, пов'язаних з виготовленням будь-якої продукції або напівфабрикатів [1]	Через те що виробництво азотних добрив протікає завдяки хімічним реакціям, що практично не можуть змінювати свій КПД (лише завдяки вдосконаленню технології допоміжних процесів), нормативи, що стосуються основних процесів, будуть сталими. Це дасть можливість чіткого уявлення собівартості та ефективного контролю витрат виробництва	Процес вироблення азотних добрив на деяких технологічних ділянках є дуже аварійно небезпечним, що дуже часто призводить до аварій, створення "вузьких місць" та простоїв. Через це існує практика постійного корегування планових показників витрат згідно з фактичними. Це практично усуває ефект від застосування нормативів
Директ-костинг	Система управлінського обліку, яка базується на класифікації витрат на змінні та постійні і включає в себе облік витрат за їх видами, місцями виникнення й носіями, облік результатів виробничої діяльності, а також аналіз витрат і результатів для прийняття управлінських рішень [2]	Виробництво азотних добрив є ресурсномістким (основна сировина – природний газ – сягає 60 – 80 % собівартості), через це облік та планування собівартості продукції тільки у частині змінних витрат (постійні витрати списуються безпосередньо на "Фінансові результати") є обґрунтованим. Фонди українських підприємств – виробників азотних добрив – на сучасний момент є сильно зношеними, через що амортизація є незначною (постійна складова), завдяки цьому облік та планування собівартості продукції тільки у частині змінних витрат дає майже повне уявлення про товарну продукцію	Для виробників азотних добрив, як і для багатьох великих підприємств, облік витрат за місцями їх виникнення, є дуже трудомістким процесом, що несе за собою значну вартість реалізації методу

1	2	3	4
Контролінг	Головна мета контролінгу – орієнтація управлінського процесу на досягнення цілей, що стоять перед підприємством. У рамках управління витратами контролінг проявляється як система апаратних і комунікаційних засобів, програмних продуктів, інтелектуального потенціалу контролерів, що забезпечує автоматизоване збирання, отримання, передавання, зберігання, обробку інформації про витрати [3]	Через те що процес вироблення азотних добрив є аварійно небезпечним, встановлені диспетчерські пристрої на багатьох технологічних ділянках, а інформація, що поступає з них, контролюється у єдиному центрі. Таким чином, для реалізації методу не буде потрібним встановлювати диспетчерську систему "з нуля", а можна буде розширити та вдосконалити існуючу. До того ж таке розширення підвищить аварійну безпеку, бо буде давати більше інформації про аварійний стан технологічного процесу	Такий метод потребує значних витрат на придбання диспетчерських пристроїв та розробку контролюючої комп'ютерної системи. Хоч такі затрати будуть меншими через те, що вже є база, яку можна розробляти
ABC	Дозволяє створити систему управління витратами на основі поділення об'єктів витрат на три групи: А – нечисленних, але зі значним впливом на формування витрат, В – середньочисленних, з середнім впливом на формування витрат та С – численних, але з незначним впливом на формування витрат. Цей метод є прогресивним, бо виходить за рамки просто обліку витрат і перетворюється в ефективну технологію управління витратами [4]	Для виробників азотних добрив, як і для інших підприємств, де є чітко виражений розподіл ресурсів за вартістю, серед можливих переваг можна виділити ефективне управління витратами завдяки фокусуванню на найбільш важливих (пов'язаних з сировиною та енергозабезпеченням – витрати на природний газ)	Українські підприємства – виробники азотних добрив завжди є виробниками іншої продукції, що має інше використання природного газу – не як основну сировину, а як паливо для забезпечення технологічного процесу. Через таку диверсифікованість одні й ті ж самі об'єкти витрат будуть відноситись до різних груп залежно від продукту. Через це неможливо організувати єдину СУВ за даним методом

Кожне підприємство самостійно обирає метод організації системи управління витратами залежно від переваг та недоліків, що обумовлені специфікою виробництва. На думку автора, доцільно використовувати "директ-костинг" українськими підприємствами – виробниками азотних добрив, оскільки цей метод є ефективним при ресурсномісткому виробництві, та "контролінг", бо завдяки специфіці організації автоматизації контролюючих процесів виробництва не потребує значних додаткових витрат. Але вибір методу організації СУВ є завданням, яке кожне підприємство виконує самостійно, відповідно до специфіки своєї діяльності.

Наук. керівн. Чумак Г. М.

Література: 1. Грещак М. Г. Управління витратами підприємства : навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / М. Г. Грещак, О. С. Коцюба. – К. : КНЕУ, 2007. – 131 с. 2. Шапіро І. А. Характеристика основних підходів до формування систем управління витратами промислових підприємств / І. А. Шапіро // Європейський вектор економічного розвитку. – 2011. – № 1(10). – С. 265–270. 3. Зубков Д. О. Управління витратами підприємства на засадах контролінгу [Електронний ресурс] / Д. О. Зубков. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2010/Economics/76262. 4. Васильєва Т. А. Використання ABC-методу в системі управління витратами промислового підприємства / Т. А. Васильєва, А. В. Рябенков // Облік, аналіз і аудит. – 2011. – № 2. – С. 180–184.

УДК 657.3:005.21

Лобанова І. С.

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

ПОБУДОВА СТРАТЕГІЧНОЇ КАРТИ В РАМКАХ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ БЮДЖЕТУВАННЯ

Анотація. Обґрунтовано необхідність використання інструменту стратегічних карт у рамках процесу бюджетування з метою надання йому стратегічної спрямованості. Застосовано методику побудови стратегічних карт на конкретному підприємстві.



Аннотация. Обоснована необходимость использования инструмента стратегических карт в рамках процесса бюджетирования с целью приобретения им стратегической направленности. Применена методика построения стратегических карт на конкретном предприятии.

Annotation. The need for a strategic instrument cards within the budgeting process in order to acquire their strategic focus is justified. Method of constructing strategic maps for a particular enterprise is used.

Ключові слова: стратегія, стратегічна мета, стратегічна карта, стратегічне бюджетування, ключові показники ефективності.

У сучасних умовах глобалізації ринків та швидкої зміни споживчих переваг для довгострокового розвитку підприємства та забезпечення його конкурентоспроможності особливе значення набуває управління стратегічним розвитком. З метою ефективного функціонування сучасні підприємства повинні вміти не тільки розробляти стратегію розвитку, а й забезпечувати її успішну реалізацію. Стратегічні орієнтири підприємства досягаються лише у випадку, коли його стратегія є прозорою та прийнятою усіма членами управлінської команди та співробітниками. Обізнаність співробітників підприємства та формування загального сприйняття стратегічних пріоритетів дозволяє скоректувати та спрямувати оперативні дії підприємства на досягнення довгострокових цілей. Тому актуальною проблемою сучасних підприємств є пошук інструментів, які дозволяють ефективно реалізувати стратегію та сприяють подальшому успішному розвитку.

Одним з найбільш ефективних інструментів управління реалізацією стратегії є стратегічна карта, яка дозволяє трансформувати стратегію та стратегічні цілі підприємства у реальні дії, необхідні для їх виконання, а також забезпечує контроль за траєкторією руху підприємства у напрямі досягнення стратегічних цілей. Тому дослідження методики застосування цього інструменту є доцільним у сучасних ринкових умовах.

Метою дослідження є узагальнення методичних підходів та розробка рекомендацій щодо побудови стратегічної карти в межах реалізації процесу бюджетування.

Питання, присвячені використанню стратегічних карт як інструменту стратегічного управління підприємством, розглядаються багатьма вченими. Так, серед зарубіжних фахівців, що займаються питаннями розробки стратегічних карт, слід виділити роботи Р. Каплана [1] та Д. Нортон [1]. Серед російських та вітчизняних учених-економістів виділяють роботи Акімової О. В. [2], Ветлужских Е. К. [3], Каменської О. О. [2], Рамперсанда Х. Н. [4], Сталінської О. В. [5] тощо. У представлених роботах інструмент стратегічних карт розглядається як заміник бюджетного процесу і не обґрунтовується можливість їх поєднання.

З метою виживання та ефективного функціонування в сучасних конкурентних умовах вітчизняні підприємства на протигагу короткостроковому отриманню конкурентних переваг мають концентрувати увагу на перспективному стратегічному розвитку, що забезпечує стабільність та прибутковість бізнесу в майбутньому. Для цього підприємствам необхідно мінімізувати розрив між стратегічною та оперативною діяльністю та підвищити ефективність використання ресурсів, спрямувавши їх на досягнення стратегічних пріоритетів. Усі ці заходи, що сприяють стратегічному розвитку підприємства, дозволяють реалізувати інструмент стратегічних карт. Стратегічна карта становить сукупність стратегічних цілей та причинно-наслідкових зв'язків між ними. За допомогою використання цього інструменту до кожного співробітника доводиться інформація про те, як його індивідуальні цілі, проекти та досягнення сприяють реалізації загальної стратегії та успішному розвитку [2]. Стратегічна карта забезпечує збалансованість розвитку підприємства за допомогою поєднання стратегічних аспектів його діяльності.

Досліджуючи питання побудови стратегічних карт, проаналізовано декілька підходів до застосування цього управлінського інструменту. Так, на думку Р. Каплана та Д. Нортон, стратегічна карта є невід'ємною частиною системи збалансованих показників, що демонструє процес створення вартості підприємства. Згідно з підходом Е. Ветлужских стратегічна карта використовується у зв'язку з системою ключових показників успіху (KPI) з метою встановлення та визначення ступеня досягнення стратегічних та оперативних цілей. На протигагу існуючим підходам деякі фахівці розглядають стратегічну карту як самостійний інструмент, що є альтернативою бюджетному процесу. Згідно з цим підходом бюджетування уявляється як жорстка модель управлінського контролю, що не здатна надавати керівництву підприємства своєчасну інформацію про динамічні зміни споживчого ринку, на відміну від інструменту стратегічних карт.

При використанні цього управлінського інструменту підприємство отримує можливість спланувати господарську діяльність у напрямі стратегічного розвитку та вчасно впровадити необхідні зміни в його поточну діяльність. Але головною умовою забезпечення гнучкості та адаптивності підприємства є його функціонування на основі затверджених оперативних та фінансових бюджетів. Тому з метою побудови стратегічно-орієнтованого бюджетування у дослідженні пропонується поєднати інструмент стратегічних карт з процесом бюджетування.

Методика побудови стратегічної карти підприємства включає в себе такі етапи: цілепокладання, поєднання стратегічних цілей причинно-наслідковими зв'язками, переведення стратегічних цілей у площину конкретних показників, визначення заходів із досягнення цілей [1].

Розробляючи алгоритм побудови стратегічної карт, як складової частини стратегічного бюджетування, враховується послідовність реалізації бюджетного процесу та його специфіка.

Послідовність розробки стратегічної карти підприємства в рамках процесу стратегічного бюджетування наведено далі:

Етап 1. Визначення стратегічних цілей підприємства. Уточнення та коректування стратегічних цілей підприємства, перевірка їх відповідності із стратегією розвитку та групування стратегічних цілей за визначеними перспективами.

Етап 2. Побудова стратегічної карти підприємства корпоративного рівня. Пов'язання стратегічних цілей підприємства причинно-наслідковими ланцюгами та визначення сили впливу однієї стратегічної цілі на іншу.

Етап 3. Визначення цільових показників успіху. Виділення основних показників, що характеризують досягнення цілей та ефективність діяльності підприємства, встановлення їх цільових значень, визначення зв'язку цільових показників з окремими центрами фінансової відповідальності (далі ЦФВ).

Етап 4. Розподіл цільових показників за центрами фінансової відповідальності з урахуванням функціональної специфіки.

Етап 5. Складання стратегічних карт центрів фінансової відповідальності. Здійснення декомпозиції окремих стратегічних цілей підприємства за рівнем ієрархії, не порушуючи причинно-наслідкового зв'язку та складання карти ключових показників успіху центрів фінансової відповідальності.

Етап 6. Складання програми заходів. Розробка заходів, спрямованих на досягнення ключових показників ЦФО та підприємства в цілому, складання бюджету розвитку, що включає капітальні, і некапітальні витрати підприємства.

Етап 7. Формування стратегічного бюджету. Формування бюджету, в якому витрати на заходи зіставляються з ефектом від їх реалізації в довгостроковому періоді.

Етап 8. Корегування цільових показників на корпоративному рівні та на рівня ЦФВ, встановлення періодичності контроль показників, завершальне формування стратегічної програми заходів.

Етап 9. Формування річних оперативних бюджетів підприємства та ЦФВ.

Представлений методичний підхід побудови стратегічної карти підприємства дозволяє поєднати два принципи управління "згори – вниз" та "знизу – вгору". Це забезпечує встановлення цільових показників діяльності підприємства та розробку ефективних стратегічних заходів щодо їх досягнення.

Використовуючи інструмент стратегічних карт, кожне підприємство самостійно, на основі пріоритетних напрямів діяльності, обирає окремі перспективи. Стратегічна карта повинна забезпечувати рівновагу між ключовими аспектами діяльності підприємства, тому при розробці стратегічних цілей необхідно охопити такі функціональні системи, як фінанси, виробництво, збут (ринок), управління тощо. Для наочного відображення інструменту стратегічних карт побудовано стратегічну карту підприємства, що спеціалізується на випуску енергетичних, парових та водогрійних котлів промислової енергетики та котельно-допоміжного обладнання (рис. 1).

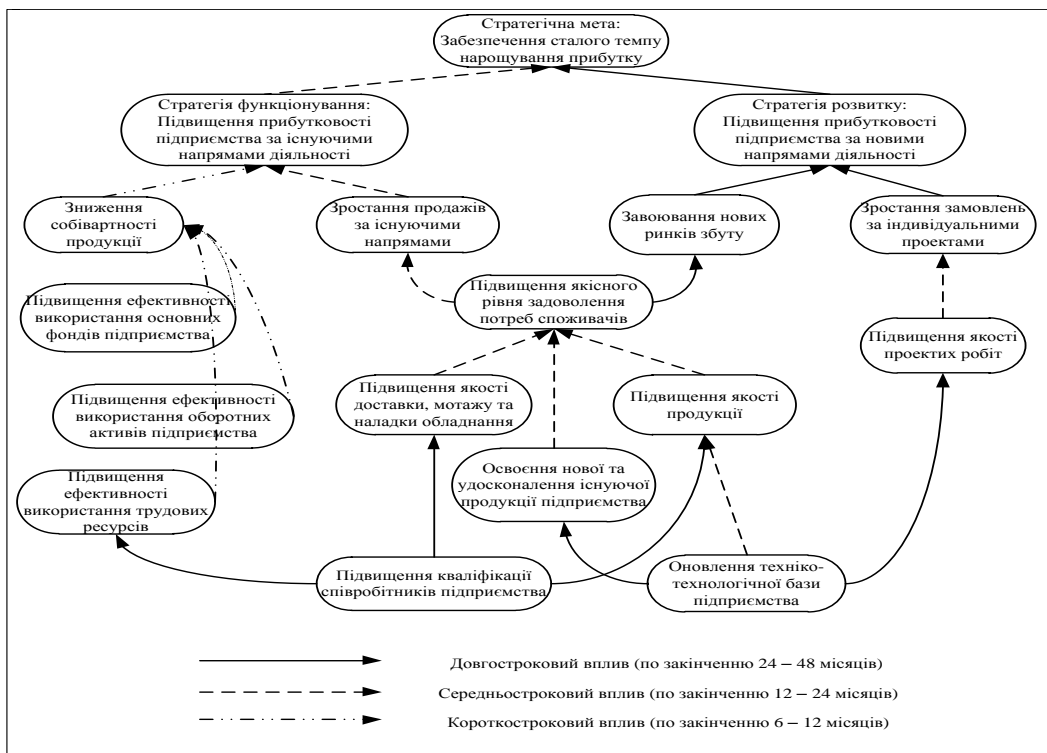


Рис. 1. Стратегічна карта підприємства промислової енергетики



Наведена на рис. 1 стратегічна карта дозволяє врівноважити короткострокові (підвищення прибутковості за існуючими напрямками діяльності) та довгострокові (підвищення прибутковості за новими напрямками діяльності) заходи щодо досягнення прибутковості підприємства. Тільки відокремивши ці стратегічні аспекти діяльності можна досягти сталого розвитку та концентрувати увагу як на отриманні поточного результату, так і на формуванні конкурентних переваг.

Після побудови стратегічної карти підприємства стратегічні цілі, що забезпечують досягнення стратегії розвитку, переводяться у площину показників, за якими контролюється їх досягнення. Значення цільових показників встановлюється на основі даних управлінського обліку, зміни поточного стану показників, галузевих норм показників, експертної оцінки, опитування співробітників, власного досвіду тощо.

У таблиці наведено сукупність показників, що переводять стратегію та стратегічні цілі у площину конкретних показників.

Таблиця

Показники, що характеризують досягнення цілей та ефективність діяльності підприємства

Стратегічна мета	Показники результативності	Поточні показники	Цільові показники через 3 роки	ЦФВ
1	2	3	4	5
Забезпечення сталого темпу нарощування прибутку підприємства	Темп зростання чистого прибутку підприємства (%)	-128	Досягнення темпу зростання у розмірі 115 %	ЦФВ "Управління"
Підвищення прибутковості підприємства за існуючими напрямками діяльності	У.в. прибутку від існуючих напрямків діяльності в загальному обсязі прибутку підприємства	0,89	Скорочення частки до 65 %	ЦФВ "Управління"
Підвищення прибутковості підприємства за новими напрямками діяльності	У.в. прибутку від нових напрямків діяльності в загальному обсязі прибутку підприємства	0,11	Збільшення частки до 35 %	ЦФВ "Управління"
Зниження собівартості продукції	Витрати на 1 грн товарної продукції (грн/грн)	1,07	Скорочення на 23,3 %	ЦФВ "Управління"
Зростання продажів за існуючими напрямками	Частка ринку підприємства на внутрішньому ринку	17,5	Збільшення до 25 %	ЦФВ "Управління"
	Обсяг продажу існуючим споживачам (тис. грн)	25328	Збільшення на 20 %	ЦФВ "Управління"
Завоювання нових ринків збуту	Частка ринку підприємства на зовнішньому ринку	0,21	Збільшення до 3,5 %	ЦФВ "Управління"
Зростання замовлень за індивідуальними проектами	Обсяг продажу індивідуальних проектів (тис. грн)	3130	Збільшення на 30 %	ЦФВ "Управління"
	Підвищення ефективності використання основних фондів	% використання виробничої потужності	51	Збільшення до 65 %
Підвищення ефективності використання оборотних активів	% витрат на капітальний ремонт обладнання в загальній структурі витрат підприємства	6,63	Скорочення до 3 %	ЦФВ "Технічна підтримка"
	Частка бракованих матеріалів та сировини у загальному обсязі запасів ТМЦ (%)	7	Скорочення на 20 % (до 5,6 %)	ЦФВ "Забезпечення"
	Частка витрат на транспортування та зберігання ТМЦ у структурі витрат підприємства (%)	9,95	Скорочення на 30 % (до 6,9 %)	ЦФВ "Управління"
Підвищення ефективності використання трудових ресурсів	Виріток 1-го працюючого на 1 грн товарної продукції (тис. грн/осіб)	76,29	Скорочення до показника 2009 року на 20,15 %	ЦФВ "Управління"
	Співвідношення темпу зростання продуктивності праці з темпом зростання заробітної плати	0,78	Більше 1	ЦФВ "Управління"
Підвищення задоволеності споживачів	Частка споживачів, що втрачаються (%)	8,5	Скорочення на 30 %	ЦФВ "Продаж"
	% споживачів, що звернулися повторно	15	Збільшення до 30 %	ЦФВ "Продаж"
Підвищення якості доставки, монтажу та ладки обладнання	% порушень терміну доставки та установки обладнання	7,3	Скорочення до 5 %	ЦФВ "Продаж"
Підвищення якості продукції	Кількість рекламцій за рік	дані відсутні	Зменшення показника	ЦФВ "Продаж", ЦФВ "Виробництво"

1	2	3	4	5
Підвищення якості проектних робіт	% проектів виконаних вчасно	89	Підвищення не менш ніж на 20 %	ЦФВ "Проектування" ЦФВ "Виробництво"
Освоєння нової та удосконалення існуючої продукції підприємства	Часка нової та удосконаленої продукції в асортименті підприємства (%)	8	Збільшення до 15 %	ЦФВ "Проектування" ЦФВ "Виробництво"
Підвищення кваліфікації співробітників	% кваліфікованих співробітників	65	Підвищення на 30 %	ЦФВ "Управління"

У таблиці представлено розподіл стратегічних цілей та показників діяльності підприємства за центрами фінансової відповідальності, де потім вони конкретизуються та адаптуються у стратегічних картах оперативного рівня.

На рис. 2 наведена стратегічна карта ЦФВ "Забезпечення" підприємства, що функціонує на ринку енергетичного обладнання.

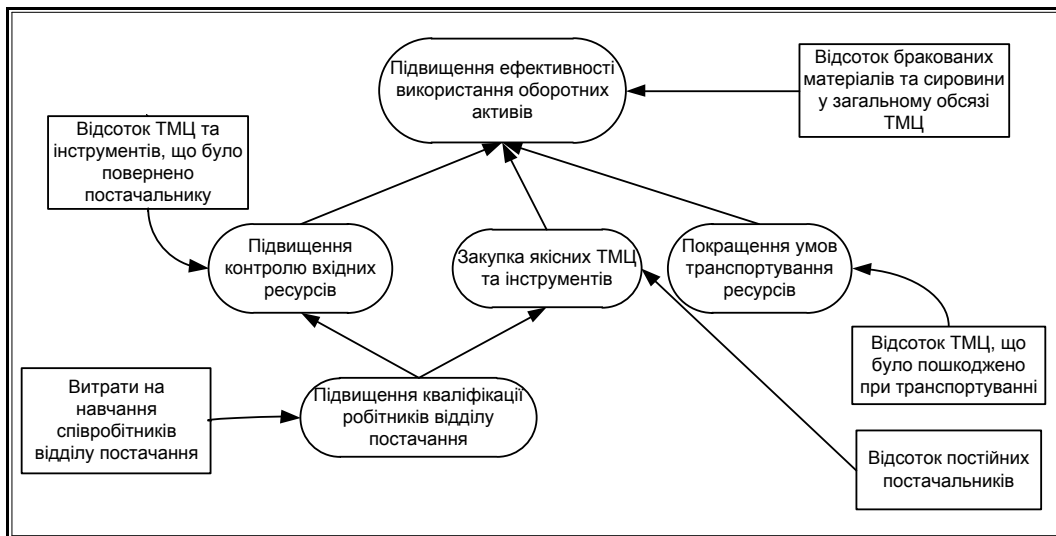


Рис. 2. Стратегічна карта ЦФВ "Забезпечення"

При деталізації стратегічних цілей підприємства на оперативному рівні необхідно дотримуватись погодження із стратегічною картою корпоративного рівня. Результатом декомпозиції стратегічних цілей підприємства за рівнями ієрархії є розробка плану заходів, що сприяє стратегічному розвитку підприємства та реалізації його стратегії.

Отже, практична значущість даної публікації полягає в узагальненні існуючих методичних підходів щодо побудови та використання інструменту стратегічних карт та розробці рекомендацій відносно побудови стратегічної карти в рамках реалізації процесу бюджетування. Розгляд стратегічної карти не як окремого інструменту управління, а як структурного компонента процесу стратегічного бюджетування дозволяє поєднати їх основні переваги та побудувати якісну систему управління розвитком підприємства. Використання стратегічної карти дозволяє переглянути стратегію розвитку та довести її до конкретних цілей для окремого співробітника. Забезпечує керівництво своєчасною інформацією про ступінь реалізації стратегії та контролює траєкторію стратегічного руху підприємства, що надає йому більшої гнучкості та конкурентних переваг у сучасному динамічному середовищі.

Наук. керівн. Плоха О. Б.

Література: 1. Каплан Р. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Р. Каплан, Д. Нортон ; пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 512 с. 2. Акімова О. В. Синтез системи бюджетування й фінансової складової Balanced Scorecard – новий підхід у керуванні підприємством / О. Акімова // Фінанси, грошовий обіг. – 2007. – № 3. – С. 62–66. 3. Ветлужских Е. Стратегическая карта, системный подход и KPI: Инструменты для руководителей / Е. Ветлужских. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 208 с. 4. Рамперсанд Х. Универсальная система показателей: Как достичь результатов, сохраняя целостность / Рамперсанд Х. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 352 с. 5. Сталінська О. В. Управління стратегічним розвитком підприємства на основі використання моделі стратегічних карт / О. В. Сталінська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1. – С. 46–50.



Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

РОЗКРИТТЯ ПОНЯТТЯ ТА СУТНОСТІ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Анотація. Розкрито сучасні теоретичні підходи до визначення сутності трудового потенціалу та основні підходи до економічної природи категорії "трудоий потенціал". Проведено аналіз визначення авторами поняття "трудоий потенціал" з різних позицій. Узагальнено необхідність розвитку трудового потенціалу та найбільш повне визначення терміна "трудоий потенціал".

Анотация. Раскрыто современные теоретические подходы к определению сущности трудового потенциала и основные подходы к экономической природе категории "трудоий потенциал". Проведен анализ определения авторами понятия "трудоий потенциал" с разных позиций. Обобщено вывод о наиболее необходимости развития трудового потенциала и наиболее полное определение термина "трудоий потенциал".

Annotation. This article reveals the modern theoretical approaches to determining the nature of employment and potential approaches to the economic nature of the category of "employment potential". An analysis by the authors defines the term "employment potential" from different perspectives of the authors. A summary report on the need for the development of labor potential and most complete definition of "employment potential" is given.

Ключові слова: трудоий потенціал, населення, трудові ресурси, потенціал.

Категорія "трудоий потенціал" почала затверджуватися в соціально-економічній літературі досить недавно, з початку 70-х років ХХ ст. Її виникнення і відносна популярність пояснюють об'єктивними обставинами, що склалися у зв'язку з гострою потребою переведення економіки на шлях інтенсивного розвитку та змінами в системі використання якісної робочої сили. Тому в умовах розвитку національної економіки актуальним стає питання щодо сутності трудового потенціалу, проблем його формування, використання та розвитку.

Метою даного дослідження є аналіз та узагальнення сучасних наукових підходів та поглядів щодо сутності та характеристики трудового потенціалу.

Серед авторів, які приділяли увагу вивченню сутності трудового потенціалу, можна виділити таких вітчизняних вчених, як: Богиня Д. П., Васильченко В. С., Гаврилишина Б. Д., Лич В. М., В. Онікієнко, І. Бажан, С. Пирожков та ін., а також зарубіжні вчені: А. Сміт, Дж. Кейнс, І. Маслов, О. Федоніна.

Для визначення сутності трудового потенціалу необхідно спочатку дати визначення терміна "потенціал". Сам термін "потенціал" означає приховані можливості. Широке трактування терміна "потенціал" Васильченко В. С., Гриненко А. М., Грішнова О. А., Керб Л. П. розглядають як джерело можливостей, які ще не виявилися або виявилися не повністю, і які можуть бути приведені в дію та використані для вирішення різноманітних питань. Крім того, потенціал тісно прив'язаний до простору і часу [1].

Визначаючи поняття "трудоий потенціал", необхідно зауважити, що з усієї системи ресурсів можна виокремити людські ресурси, а саме працівників з певними професійними навичками і знаннями, які і є джерелом трудового потенціалу.

Існує кілька підходів щодо визначення терміна "трудоий потенціал" різними авторами, які підкріплюються відповідними концепціями.

Можна виділити такі підходи до визначення сутності трудового потенціалу як до економічної категорії:

1) одні автори (І. Маслова, А. Котляр, С. Пирожков та ін.) розглядають трудоий потенціал як узагальнюючу характеристику кількості та якості сукупних можливостей до праці працездатного населення, до участі в суспільній діяльності, тобто зводять до трудових ресурсів [2];

2) інші (Н. Коров'яківська, М. Скаржинський та ін.) розглядають його більш ширше, тобто зводять трудоий потенціал до потенціалу самої праці, пов'язуючи трудові ресурси із засобами виробництва, а також з організацією особистісних і матеріально-речових елементів продуктивних сил [3].

У свою чергу, можна розглядати "трудоий потенціал" і з таких позицій, як:

1) трудоворесурсна, яку відстоює В. Онікієнко [4, с. 4] і визначає трудоий потенціал як сукупність працездатного населення, яке має відповідну професійно-кваліфікаційну підготовку, застосовує працю у господарстві з урахуванням його технологічної та технічної оснащеності. Інший автор вважає, що визначення трудового потенціалу лише як маси праці, що знаходиться в розпорядженні суспільства, досить спрощене, тому акцентує увагу на зв'язку трудових ресурсів із засобами виробництва;



2) політекономічна, в якій автори відстоювали політекономічні погляди на трудовий потенціал, розуміючи під ним сукупного працівника в його єдності з продуктивними силами [2];

3) демографічна, що висвітлена у дослідженнях київського науковця І. Лукінова [2], який у своїй публікації розкриває зв'язок між відображенням і використанням трудового потенціалу, де акцентувалися роль і місце окремих поколінь у функціонуванні трудового потенціалу.

Також можна виділити визначення поняття "трудоий потенціал", яке дають професори Богиня Д. П. і Грішнова О. А., які вважають, що трудовий потенціал – це інтегральна оцінка і кількісних і якісних характеристик економічно активного населення [5, с. 42]. Крім того, вони зазначають, що трудовий потенціал може розглядатись у трьох рівнях: трудовий потенціал людини, трудовий потенціал колективу (підприємства), трудовий потенціал суспільства.

У роботі Лич В. М. [6, с. 43–44] надається і таке визначення: трудовий потенціал – ресурси праці, якими володіє суспільство.

В Указі Президента "Про Основні напрями розвитку трудового потенціалу в Україні на період до 2010 року" (від 03.08.1999 р. № 958/99) трудовий потенціал визначається як "сукупна чисельність громадян працездатного віку, які за наявності окремих ознак (стан здоров'я, психолого-фізіологічні особливості, освітній, фаховий та інтелектуальний рівні, соціально-етнічний менталітет) здатні та мають намір проводити трудову діяльність" [7]. Однак, на думку більшості вчених, це визначення є дещо спрощене і не зовсім точно відображає його економічну природу.

Найбільш повним є визначення "трудоого потенціалу", яке надає В. Лич [6, с. 115], розглядаючи категорію трудового потенціалу з двох точок зору. З боку продуктивних сил, це людські ресурси з їх розумовими і фізичними можливостями, запасами до трудової діяльності, які в процесі їх використання мають здатність до розширеного відтворення. Трудовий потенціал як економічна категорія виражає взаємовідносини між людьми з приводу ефективного відтворення елементів суспільного виробництва та їх привласнення з метою задоволення потреб особистості, сім'ї, організації, держави, вирішення глобальних проблем.

Узагальнюючи, можна відзначити, що ядро трудового потенціалу складають сукупні здібності працівників, необхідні для того, щоб обирати, виконувати та координувати дії щодо забезпечення конкурентних переваг підприємства на певних ринках, здатність працівників має приносити більшу чи меншу додану вартість в умовах конкретного підприємства.

Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.

Література: 1. Управління трудовим потенціалом : навч. посібн. / В. С. Васильченко, А. М. Гриненко, О. А. Грішнова та ін. – К. : КНЕУ, 2005. – 403 с. 2. Пирожков С. И. Трудовой потенциал в демографическом измерении / С. И. Пирожков. – К. : Наукова думка, 1992. – 179 с. 3. Бондаренко О. В. Теоретичні аспекти кадрового потенціалу сучасних підприємств / О. В. Бондаренко // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 6. – С. 54–58. 4. Онікієнко В. Методологічні питання дослідження відтворення трудових ресурсів регіону / В. Онікієнко // Зайнятність та ринок праці. Вип. 2. – К., 1994. – С. 3–7. 5. Богиня Д. П. Основи економіки праці / Д. П. Богиня, О. А. Грішнова. – К. : Знання-Прес, 2002. – 313 с. 6. Лич В. М. Сутнісна характеристика категорії трудового потенціалу / В. М. Лич // Формування ринкових відносин в Україні. – К., 2005. – Вип. 6(49). – С. 114–119. 7. Про основні напрями розвитку трудового потенціалу в Україні на період до 2010 року : Указ Президента України (чинний від 03.08.1999 р.). – К., 1999. – № 958/99. 8. Бажан І. І. Трудовий потенціал України: формування та використання / І. І. Бажан. – Донецьк : ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2006. – 144 с. 9. Економічна енциклопедія / під ред. Б. Д. Гаврилишина. – К. : Академія, 2002. – Т. 3. – 951 с. 10. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2003. – 316 с.

УДК 005.83

Яковчук А. С.

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

ВИДІЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЯК ОРГАНІЗАЦІЙНА ПЕРЕДУМОВА ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕСНО- ОРІЄНТОВАНОГО БЮДЖЕТНОГО УПРАВЛІННЯ

Анотація. Розглянуто теоретичні підходи до виділення основних груп бізнес-процесів підприємства та запропоновано класифікувати бізнес-процеси підприємства на основі загальносистемних видів діяльності. На основі запропонованого підходу проведено ідентифікацію бізнес-процесів підприємства кондитерської промисловості. Представлено послідовність побудови операційних та зведених бюджетів підприємства на основі бізнес-процесів.

© Яковчук А. С., 2012



Аннотация. Рассмотрены теоретические подходы к выделению основных групп бизнес-процессов предприятия и предложено классифицировать бизнес-процессы предприятия на основе общесистемных видов деятельности. На основе предложенного подхода проведено идентификацию бизнес-процессов предприятия кондитерской промышленности. Представлена последовательность построения операционных и сводных бюджетов предприятия на основе бизнес-процессов.

Annotation. The theoretical approaches to the groups of business processes identification are considered and the proposition to classify the business processes of enterprise on the basis of the system-wide activities is made. On the basis of this approach the identification of business processes of the confectionery company is carried out. The sequence of the operational and consolidated budget forming based on business processes is introduced.

Ключові слова: *бізнес-процес, бюджетне управління, процесно-орієнтоване бюджетування, основний бізнес-процес, допоміжний бізнес-процес, бізнес-процес управління.*

В умовах нестабільного зовнішнього середовища забезпечення сталого розвитку підприємства можливо лише за умови впровадження ефективних інструментів управління доходами та витратами підприємства. Одним із шляхів удосконалення фінансового управління на підприємстві є впровадження бюджетування, що забезпечує повний цикл управління усім комплексом ресурсів підприємства через розробку та ухвалення бюджетів. У той же час розширення спектра видів діяльності сучасного підприємства, пов'язаних, зокрема, із управлінням відносинами із споживачами, розвитком та навчанням персоналу, інформаційним забезпеченням, знижує можливості підприємства виявляти джерела необґрунтованого зростання витрат та потребує удосконалення підходів до управління витратами. Зокрема, високу практичну цінність в умовах ускладнення внутрішнього середовища підприємств доводить застосування процесно-орієнтованого управління витратами та побудоване на його основі бюджетне управління, організаційною передумовою впровадження якого є попереднє виділення бізнес-процесів підприємства.

Теоретичним та практичним аспектам виділення та регламентації бізнес-процесів підприємства приділено праці таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як Б. Андерсен [1], М. Хаммер [2], М. Портер [3], В. Шеєр [4], В. Релін [5], В. Єліферов [5], А. Бортнік [6], Т. Лепейко [7]. Проте недостатньо дослідженими залишаються питання ідентифікації бізнес-процесів підприємства для цілевого бюджетування із подальшим переведенням їх у формати операційних бюджетів, що і зумовлює актуальність теми дослідження.

Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів виділення бізнес-процесів та формування на їх основі бюджетів підприємства на прикладі підприємства кондитерської промисловості.

Більшість дослідників є одностайними у визначенні терміна "бізнес-процес", визначаючи його як "логічну послідовність пов'язаних дій, що перетворюють вхід у вихід" [1]. Проте дане визначення є універсальним для більшості процесів, що відбуваються навколо, та не відображає відмінних рис саме бізнес-процесу. Тому доцільно додати, що бізнес-процес – цілеспрямована сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, що використовують ресурси підприємства для переробки вхідних матеріальних, грошових, інформаційних потоків у вихідні результати з метою задоволення потреб внутрішніх і зовнішніх споживачів. Отже, основний акцент у наведеному визначенні зроблено на цільову спрямованість процесу та його клієнтоорієнтованість.

У науковій літературі [3; 5 – 8] представлено значну кількість підходів до класифікації та визначення переліку бізнес-процесів (БП), порівняльна характеристика яких наведена у табл. 1. Переважна більшість дослідників виділяють дві групи БП – основні, що лежать на шляху створення основних продуктів підприємства та додають до продукту цінність для споживача, та допоміжні (у різних джерелах – підтримуючі, забезпечуючі, вторинні), що забезпечують діяльність основних процесів і додають до продукту вартість. Група БП управління, результатом яких є скоординована та ефективна організація виконання БП двох інших груп, здебільшого розглядається як складова частина основних та забезпечуючих БП, в окрему групу виділяються лише процеси стратегічного управління, в результаті яких визначається головний курс розвитку підприємства.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика підходів до класифікації бізнес-процесів

Підхід (автор, організація)	Групи бізнес-процесів		
	основні БП	допоміжні БП	БП управління
1	2	3	4
М. Портер [3]	забезпечення поставок сировини, випуск продукції, збут продукції, маркетинг і продаж, післяпродажне обслуговування	фінансова діяльність і планування; управління людськими ресурсами; розвиток технологій; матеріально-технічне забезпечення	БП управління розглядаються невідривно від основних БП (управління виробництвом) або у складі допоміжних БП

1	2	3	4
Міжнародна бенчмаркінгова палата [7]	вивчення ринків, розробка продуктів та послуг, виробництво і постачання продуктів та послуг, маркетинг та продаж, виставлення платіжних вимог, сервісне обслуговування, розробка бачення та стратегії	управління кадрами, їх професійний та кар'єрний розвиток, управління фінансовими та матеріальними ресурсами, управління зовнішніми зв'язками, управління змінами	стратегічне управління входить до складу основних БП, у той час як поточне управління функціональними сферами підприємства належить до допоміжних БП
Європейська мережа вивчення перспективних показників (програма ENAPS) [8]	розробка продукції, виявлення потреб споживачів, виконання замовлень, обслуговування споживачів	підтримка (фінансовий менеджмент, управління людськими ресурсами, поточний ремонт і обслуговування обладнання), перспективний розвиток	БП поточного управління розглядаються в рамках основних БП (напр., планування й управління виробництвом), виділений бізнес процес стратегічного планування в рамках БП перспективного розвитку
В. Репін, В. Єліферов [5]	маркетинг, закупівлі, виробництво, зберігання, постачання продукції, сервісне обслуговування	підготовка кадрів, сервісне обслуговування обладнання, фінансове та бухгалтерське забезпечення, ІТ-забезпечення	стратегічне управління, техніко-економічне планування, економічний аналіз заходів, діловодство
Бортнік А. М. [6]	внутрішня логістика, виробництво, зовнішня логістика, маркетинг і збут, після-продажне обслуговування та сервіс	матеріально-технічне забезпечення, підтримка інфраструктури підприємства, управління трудовими ресурсами, розвиток технологій	БП управління не виділяються автором в окрему групу БП
Абдикеев Н. М. [9]	виробництво продукції, проектування, маркетинг, збут	матеріально-технічне забезпечення, управління інфраструктурою, управління персоналом; логістика	стратегічне планування; бюджетування, менеджмент якості

Таким чином, основним критерієм розподілу бізнес-процесів на основні та допоміжні є вихідний результат процесу та його значення у створенні цінності для споживача. Однак між авторами різних підходів простежується суперечливість щодо встановлення приналежності бізнес-процесу матеріального постачання до групи основних чи допоміжних бізнес-процесів, а також розходження у поглядах щодо необхідності виділення бізнес-процесів управління у самостійну групу процесів.

Зважаючи на те, що розділення діяльності підприємства на окремі бізнес-процеси використовується саме як метод системного аналізу, виявляється доцільним запропонувати класифікацію бізнес-процесів організації саме за видами загальносистемної діяльності, до яких належать основна, забезпечуюча, обслуговуюча та управлінська діяльність.

У табл. 2 представлено виділення бізнес-процесів згідно із загальносистемними видами діяльності на прикладі підприємства кондитерської промисловості. Варто зазначити, що спеціалізація діяльності підприємства на переробці давальницької сировини та централізація процесів закупівлі та збуту через функціональні підрозділи корпорації, до складу якої входить підприємство, зумовлює неповноту функцій, що виконуються підприємством, та передачу частини бізнес-процесів на виконання до центральних органів управління корпорацією. Оскільки метою ідентифікації бізнес-процесів кондитерського підприємства є подальша розробка на їх основі процесно-орієнтованих бюджетів, то важливим є визначити приналежність бізнес-процесу до того чи іншого центру фінансової відповідальності (ЦФВ) та встановити основні показники витрат та доходів, що виникають у ході процесу та будуть закладені у бюджет бізнес-процесу.

Таблиця 2

Виділення бізнес-процесів підприємства кондитерської промисловості

Назва БП	Декомпозиція БП	ЦФВ	Натуральні та вартісні показники витрат/доходів БП
1	2	3	4
Основні бізнес-процеси			
Виробництво готової продукції (на прикладі шоколадного цеху)	1. Підготовка сировини та напівфабрикатів у визначених технологією пропорціях. 2. Приготування цукрової маси. 3. Формування корпусів цукерок. 4. Глазурування корпусів цукерок. 5. Упаковка цукерок. 6. Вантажання готової продукції у гофрокартонну тару	центр витрат	обсяг сировини та напівфабрикатів, кількість відпрацьованих годин робітників-відрядників, тривалість виробничого циклу, кількість виробничих циклів, сума амортизаційних відрахувань основного обладнання, обсяг готової продукції

1	2	3	4
Контроль якості готової продукції	1. Відбір зразків готової продукції для проведення аналізу. 2. Проведення лабораторних досліджень якості готової продукції 3. Формування заключного висновку щодо відповідності стандартам якості	центр витрат	витрати на оплату праці працівників служби якості, амортизація приміщення лабораторії та лабораторного обладнання, вартість реагентів для проведення дослідження
Зберігання готової продукції	1. Вантаження готової продукції на транспортні засоби. 2. Переміщення готової продукції до складу. 3. Розвантаження та розстановка готової продукції у складському приміщенні	центр витрат	витрати на оплату праці вантажників та комірників, витрати на паливно-мастильні матеріали, амортизація транспортних засобів та складського приміщення
Збут готової продукції	1. Оформлення документації на продаж готової продукції. 2. Вантаження готової продукції на транспортні засоби. 3. Транспортування готової продукції до підприємства-замовника. 4. Проведення розрахунків із покупцем	центр витрат, центр доходів	витрати на оплату праці менеджерів зі збуту, вантажників та водіїв, амортизація транспортних засобів, офісної техніки та приміщення відділу збуту, канцелярські витрати, сума доходів від реалізації продукції
Забезпечуючі бізнес-процеси			
Постачання сировини та матеріалів	1. Визначення потреби у матеріальних ресурсах. 2. Оформлення заявки на постачання необхідного обсягу сировини та матеріалів. 3. Реєстрація видаткової накладної. 4. Проведення розрахунків із постачальниками. 5. Розвантаження сировини на склад. 6. Зберігання сировини та матеріалів на складі. 7. Передача сировини та матеріалів до виробничих цехів	центр витрат	витрати на оплату праці економістів ПЕВ, працівників відділу МТП, вантажників та комірників, амортизація офісної техніки та приміщення відділу ПЕВ, відділу МТП, складського приміщення
Постачання енергетичних ресурсів	1. Визначення потреби в енергетичних ресурсах для виробництва продукції та забезпечення потреб допоміжних цехів. 2. Переробка вхідних енергетичних ресурсів у пар та холод. 3. Передача та розподіл енергетичних ресурсів між виробничими цехами	центр витрат	витрати на оплату праці працівників енергетичної служби, амортизація енергетичного обладнання та приміщення енергетичного цеху
Кадрове забезпечення	1. Визначення потреби у персоналі. 2. Пошук та відбір персоналу. 3. Адаптація та навчання персоналу. 4. Розстановка персоналу. 5. Облік робочого часу працівників. 6. Розрахунок витрат на оплату праці персоналу	центр витрат	витрати працівників відділу кадрів і відділу праці та ЗП, амортизація приміщення й офісної техніки відділів, витрати на послуги зв'язку та канцелярські товари
Бухгалтерське забезпечення	1. Реєстрація господарських операцій та бухгалтерських документів. 2. Формування бухгалтерських звітів. 3. Надання звітної документації органам регулювання та контролю	центр витрат	витрати на оплату праці працівників бухгалтерії, амортизація приміщення та офісної техніки бухгалтерії, витрати на канцелярські матеріали
Юридичне забезпечення	1. Підготовка та розгляд договорів із постачальниками та споживачам. 2. Вирішення господарських спорів. 3. Надання юридичних консультацій	центр витрат	витрати на оплату праці працівників юридичного відділу, амортизація приміщення та офісної техніки юридичного відділу, витрати на канцелярські матеріали
Обслуговуючі бізнес-процеси			
Сервісне обслуговування обладнання та інструментів	1. Проведення технічних оглядів обладнання. 2. Визначення потреби та графіка проведення ремонтів. 3. Проведення ремонтів обладнання. 4. Змазування обладнання, наточка інструменту	центр витрат	витрати на оплату праці робітників ремонтного господарства, амортизація приміщення та обладнання, призначеного для ремонту, витрати на мастильні та допоміжні матеріали

1	2	3	4
БП управління			
Управління виробництвом	1. Планування виробничої програми основних цехів. 2. Організація роботи основних та допоміжних робітників. 3. Контроль за виконання виробничого плану	центр витрат	витрати на оплату праці працівників ПЕВ, начальників цехів
Фінансове управління	1. Визначення собівартості продукції та ціноутворення. 2. Планування прибутку підприємства та контроль за виконанням плану. 3. Планування основних техніко-економічних показників діяльності підприємства. 4. Управління потоками грошових коштів	центр витрат	витрати на оплату праці працівників ПЕВ, бухгалтерії, амортизація приміщення та обладнання ПЕВ, канцелярські витрати, амортизація програмного забезпечення, витрати на послуги зв'язку

Ідентифікація бізнес-процесів із одночасним визначенням переліку ресурсів на їх виконання створює основу для формування натурально-вартісних бюджетів у розрізі процесів підприємства із подальшим їх об'єднанням за центрами фінансової відповідальності та консолідацією у зведені бюджети підприємства. Процес формування бюджетів підприємства на основі бізнес-процесів узагальнено можливо представити у вигляді такої послідовності.

1. Ідентифікація бізнес-процесів підприємства.
2. Визначення переліку ресурсів, що споживаються бізнес-процесами.
3. Визначення статей доходів підприємства від реалізації бізнес-процесу.
4. Обґрунтування вибору драйверів витрат для розподілу непрямих витрат між бізнес-процесами.
5. Проведення вартісної оцінки реалізації бізнес-процесу та формування його бюджету.
6. Консолідація бюджетів бізнес-процесів у бюджети центрів фінансової відповідальності.
7. Формування зведених бюджетів підприємства.

На рисунку наведена загальна схема формування бюджетів підприємства на основі бізнес-процесів.

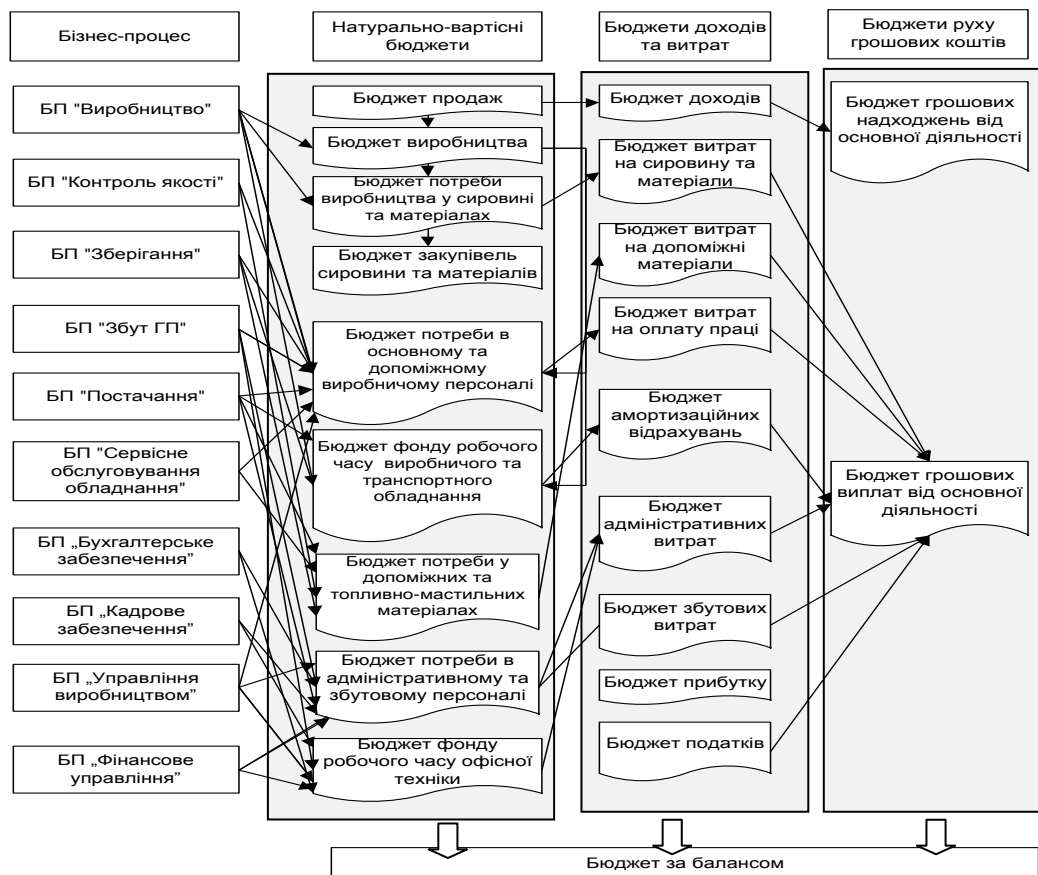


Рис. Схема формування бюджетів підприємства на основі процесного підходу



Практична значущість дослідження полягає в удосконаленні підходу до виділення бізнес-процесів підприємства на основі загальносистемних видів діяльності, що дозволяє структурувати діяльність організації та створити організаційні передумови для впровадження процесно-орієнтованого бюджетування. Розділ діяльності підприємства на окремі бізнес-процеси та операції дозволяє при укладанні бюджетів підприємства виявляти непродуктивні витрати, що виникають внаслідок нераціонального виконання операцій чи дублювання функцій, та сприяти зростанню ефективності діяльності підприємства та його фінансової стійкості.

Наук. керівн. Плоха О. Б.

Література: 1. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Б. Андерсен. – М. : РИА "Стандарты и качество", 2003. – 272 с. 2. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 256 с. 3. Портер М. Е. Конкуренция / М. Е. Портер ; пер. с англ. – М. : ИД "Вильямс", 2005. – 608 с. 4. Шеер А. В. Бизнес-процессы. Основные понятия. Теория. Методы / А. В. Шеер. – М. : Весть-МетаТехнология, 1999. – 348 с. 5. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление : учебник / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 319 с. 6. Бортнік А. М. Процесне управління бізнесом (за матеріалами меблевих підприємств Київського регіону) : автореф. дис. канд. екон. наук / А. М. Бортнік. – К., 2010. – 20 с. 7. Лепейко Т. І. Ідентифікація та порівняння окремих факторів гнучкості бізнес-процесів підприємства / Т. І. Лепейко // Економічні науки. Серія "Економіка та менеджмент" : збірник наукових праць ; Луцький національний технічний університет. – 2010. – № 7(26). – С. 41–50. 8. ENAPS. Deliverable F3-4: A Set of Refined and Agreed Performance Indicators Defined by Business Processes. ENAPS, Galway, Ireland, 1997. 9. Реинжиниринг бизнес-процессов / Н. М. Абдикеев, Т. П. Данько, С. В. Ильдеменов и др. – М. : ЭКСМО, 2005. – 592 с.

Шеноголець А. В.

УДК 657.471:640.41

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

УПРОВАДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Анотація. Розроблено заходи щодо встановлення відповідальності за реалізацію функцій механізму управління витратами та проведено оцінку їх виконання для підприємства готельного господарства.

Анотация. Разработаны мероприятия по установлению ответственности за реализацию функций механизма управления затратами и проведена оценка их выполнения для предприятия гостиничного хозяйства.

Annotation. Measures to establish responsibility for implementing the functions of the mechanism controlling the cost were designed and their performance for enterprises of hotel economy was evaluated.

Ключові слова: управління витратами, механізм управління витратами, функції механізму управління витратами підприємства.

У сучасних умовах господарювання перед вітчизняними підприємствами постає проблема підвищення ефективності їх функціонування. Це зумовлює потребу у формуванні ефективних механізмів управління виробничо-господарською діяльністю підприємств. Показником успішної роботи підприємств є зростання обсягів виробництва та забезпечення конкурентоспроможності продукції. Внутрішнім чинником успішної фінансово-господарської діяльності підприємств є зменшення рівня витрат виробництва на одиницю продукції.

Управління витратами впливає на усі аспекти підприємницької діяльності, на фінансові результати окремих підприємств та їх структурних підрозділів, а проблема визначення, аналізу та управління формуванням витрат набуває особливої актуальності.

© Шеноголець А. В., 2012

Теоретичні й методичні аспекти даної проблеми знайшли своє відображення в роботах вітчизняних та закордонних учених і фахівців: Цал-Цалко Ю. С., Круглової Н. Ю., Панасюка В. М., К. Друрі, Пушкаря М. С., Черепа А. В. та ін.

Метою дослідження є надання практичних рекомендацій щодо впровадження механізму управління витратами для підприємства готельного господарства.

Ефективне управління витратами на підприємстві передбачає побудову відповідних організаційно-методичних систем забезпечення цього управління, знання основних механізмів управління витратами, використання сучасних методів аналізу і планування. На сьогоднішній день для вирішення проблем управління витратами особливого значення набуває створення такого механізму, який надавав можливість підвищити ефективність діяльності підприємств [1 – 3].

Головним завданням механізму управління витратами підприємства є визначення їх об'єктованої величини в усіх структурних підрозділах підприємства з метою контролю, а також підвищення ефективності діяльності підприємства (зростання прибутку та рівня рентабельності). Формування витрат здійснюється на усіх етапах виробництва; супроводжує усі стадії життєвого циклу підприємства, починаючи зі створення підприємства та закінчуючи його ліквідацією, процес формування витрат виробництва має регулярний характер, є безперервним [4; 5].

Функції механізму управління витратами можна розглядати через основні функції управління – планування, організацію, мотивацію і контроль; специфічні функції управління витратами – залежно від видів витрат (управління витратами виробництва, управління витратами збутової діяльності, тощо); забезпечуючі функції управління витратами – інформаційно-технічного забезпечення, кадрового забезпечення, ресурсного забезпечення, організаційного забезпечення, методичного забезпечення [6].

Для досягнення поставленої мети необхідно розглянути специфічні та забезпечуючі функції управління витратами та встановити відповідальність конкретних підрозділів та уповноважених осіб за реалізацію функцій механізму для підприємства готельного господарства. Результати дослідження доцільно представити в таблиці.

Таблиця

Установлення відповідальності за реалізацію функцій механізму управління витратами та оцінка їх виконання для підприємства готельного господарства

Вид функцій	Функції	Відповідальний підрозділ (особа)	Оцінка виконання функцій
Забезпечуючі функції	Збір і нагромадження звітної інформації про стан здійснення витрат на підприємстві з центрів відповідальності	Бухгалтерія (фінансово-економічна служба)	+
	Забезпечення повноти, достовірності й оперативності надходження звітності з центрів відповідальності	Центри відповідальності залежно від місць виникнення витрат	-
	Наявність достатньої кількості обчислювальної техніки і висококваліфікованих фахівців, здатних своєчасно здійснювати аналіз й оцінку ефективності формування витрат, виявляти причини і фактори, які впливають на рівень витрат підприємства	Служба постачання, комерційний відділ	+
	Забезпечення достатніми повноваженнями керівництв аналітичного центру в напрямках прийняття самостійних рішень у сфері регулювання витрат	Керівництво готелю, фінансово-економічна служба	-
Специфічні функції	Планування витрат щодо реалізації готельних послуг (витрати виробництва)	Бухгалтерія (фінансово-економічна служба), відділ продажу	+
	Планування адміністративних витрат	Керівництво готелю	+
	Планування витрат на збут	Відділ маркетингу	+
	Організація процесу управління витратами	Бухгалтерія (фінансово-економічна служба)	+
	Аналіз відхилень від запланованих величин витрат з їх основних видів і центрів відповідальності	Бухгалтерія (фінансово-економічна служба)	+
	Виявлення причин, які вплинули на відхилення витрат підприємства з центрів відповідальності	Бухгалтерія (фінансово-економічна служба), відділ продажу	+
	Мотивація персоналу щодо зниження витрат підприємства	Керівництво готелю, фінансово-економічна служба	-
	Загальна оцінка ситуації у сфері формування витрат на підприємстві та контроль за виконанням запланованих показників господарської діяльності	Бухгалтерія (фінансово-економічна служба)	+
	Представлення інформації керівникам підприємства з ефективності процесу управління витратами підприємства	Бухгалтерія (фінансово-економічна служба)	+
Розробка пропозицій і заходів з підвищення ефективності управління витратами підприємства	Бухгалтерія (фінансово-економічна служба)	-	



Оцінку ефективності реалізації функцій запропонованого механізму слід проводити на основі відповідності механізму управління витратами певним критеріям оцінки. Критерієм оцінки є еталонна міра, що характеризує об'єктивно необхідні умови функціонування механізму управління витратами для об'єкта дослідження. Для проведення оцінки реалізації функцій механізму необхідно виділити кінцеві результати діяльності суб'єкта управління, спрямовані на формування структури і складу елементів механізму, які підлягають оцінюванню шляхом їх зіставлення з критеріями оцінки. Результати діяльності суб'єкта управління визначаються його цілями, тому оцінка ефективності функціонування механізму управління витратами зводиться до визначення ступеня досягнення основних цілей і ступеня реалізації функцій, які забезпечують досягнення цих цілей. Для виявлення цілей та функцій доцільно використовувати метод структуризації, що дозволяє деталізувати функції на всіх рівнях ієрархії з метою встановлення ступеня їх відповідності необхідним характеристикам [7].

Із зазначеного можна констатувати, що будь-яке підприємство повинно використовувати такий механізм формування витрат, який надасть змогу отримати повну інформацію про витрати на виготовлення продукції або реалізацію послуг. Саме така інформація є гарантом успіху підприємства в конкурентному середовищі. Вчасне реагування на відхилення витрат від нормативних значень дасть змогу попередити зростання витрат, що прямо пропорційно впливають на собівартість продукції і прибуток підприємства. Тому удосконалення управління витратами підприємств слід розглядати як один із головних чинників підвищення ефективності будь-якої виробничо-господарської діяльності, що забезпечить поліпшення позицій підприємства в конкурентній боротьбі, його стабільне функціонування та динамічний розвиток.

Таким чином, практична значущість даного дослідження полягає у наданні рекомендацій щодо впровадження механізму управління витратами для підприємства готельного господарства. Встановлення відповідальності за реалізацію функцій механізму управління витратами та проведення оцінки їх виконання дозволяє зробити висновок про те, що необхідною передумовою ефективності управління витратами на підприємстві є інтеграція всіх його функцій, які здійснюються різними службами підприємства (бухгалтерією, плановим, комерційним та іншими відділами). Лише в цьому випадку, координуючи їх роботу, бухгалтерська служба здатна забезпечити ефективну реалізацію механізму управління витратами.

Наук. керівн. Плоха О. Б.

Література: 1. Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства : монографія / М. С. Дороніна. – Х. : ХДЕУ, 2002. – 432 с. 2. Круглова Н. Ю. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / Н. Ю. Круглова, М. И. Круглов. – М. : Изд. РДЛ, 2003. – 464 с. 3. Шенголець А. В. Теоретичні аспекти формування механізму управління витратами на підприємстві / А. В. Шенголець // Управління розвитком. – 2011. – № 1(98). – С. 59–61. 4. Панасюк В. М. Витрати виробництва: управлінський аспект / В. М. Панасюк. – Тернопіль : Астон, 2005. – 289 с. 5. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства : навч. посібн. / Ю. С. Цал-Цалко. – К. : Вид. ЦУЛ, 2002. – 656 с. 6. Череп А. В. Управління витратами суб'єктів господарювання : монографія. Ч. I / А. В. Череп. – Х. : ВД "ИНЖЕК", 2007. – 368 с. 7. Плоха О. Б. Управління витратами : конспект лекцій / О. Б. Плоха. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 152 с.

Кареліна А. С.

УДК 005.332.4:658.62

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОБҐРУНТУВАННЯ ПАРАМЕТРІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Анотація. Запропоновано параметри оцінки конкурентоспроможності продукції, які дають змогу більш об'єктивно визначити її рівень.

Анотация. Предложены параметры оценки конкурентоспособности продукции, которые дают возможность более объективно определить ее уровень.

Annotation. The parameters of products competitiveness estimation which enable to define its level more objectively are offered in the article.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, параметри визначення конкурентоспроможності продукції.

© Кареліна А. С., 2012



Конкурентоспроможність продукції – це багатогранне поняття, яке розкриває сутність відповідності продукції умовам ринку, потребам та вимогам споживача за різними характеристиками. Вона визначається певним набором параметрів і залежно від їх змінення змінюється й інтегральний показник конкурентоспроможності продукції. Відсутність стандартизованої методики розрахунку конкурентоспроможності продукції призводить до різного трактування цього процесу і затрудняє розробку конкурентоорієнтованої стратегії сучасних підприємств. Від того, які параметри полягають в основу оцінки конкурентоспроможності продукції, залежить те, яким буде кінцевий показник конкурентоспроможності. Тому встановлення чітких параметрів, які б освітлювали усі властивості продукції, є актуальним.

Метою дослідження є визначення та обґрунтування параметрів оцінки конкурентоспроможності продукції.

Важливий внесок у дослідження цього питання зробили Дем'яненко М. Я. [1], Покропивний С. Ф. [2], Павлова В. А. [3], Дзахмишева І. Ш. [4].

Дзахмишева І. Ш. [4] пропонує оцінювати конкурентоспроможність продукції за п'ятьма комплексними показниками: якість товарів, що реалізуються підприємством; раціональність асортименту, культура обслуговування; умови обслуговування, доступність послуги, які розраховуються на основі експертних оцінок. Але, на думку автора, цих показників недостатньо, щоб оцінити об'єктивність конкурентоспроможності продукції, тому що, наприклад, відсутній такий показник, як зовнішній вигляд продукції, тривалість її використання та ін.

Павлова В. А. [3] виділяє такі параметри, як споживацькі, які включають технічні характеристики, нормативи, естетичні властивості, дизайн та упаковку, і, економічні параметри, які складаються з ціни, транспортування, податків, експлуатації, навчання персоналу, ремонту, технічного обслуговування, страхових внесків. Дуже широко охоплюються властивості продукції з усіх сторін, але, автор вважає, що технічні характеристики та нормативи входять в одну групу параметрів для оцінки, але вони не пов'язані з естетичними властивостями.

Дем'яненко М. Я. [1] виділяє нормативні та технічні параметри, а також ціну придбання і вартість споживання товару. Але, на думку автора, ці параметри (два останні) дуже схожі між собою і не відображають повну сукупність властивостей продукції.

Покропивний С. Ф. [2] вважає, що параметри, які повинні бути оцінені, – це економічні, технічні та нормативні. Окремо паралельно він виділяє оцінку та аналіз продажної ціни. На думку автора, такі параметри також не відповідають повністю властивостям продукції, а нормативні та технічні не можуть бути виділені у окремі групи параметрів через спільні характеристики.

Таким чином, автор вважає, що немає необхідності окремо аналізувати продажну ціну, бо вона і без цього першою аналізується в економічних параметрах. Нормативні та технічні параметри мають бути об'єднані в одну групу показників, тому що усі технічні параметри підкріплюються нормативною базою, тобто закріплені у певних державних стандартах та інших нормативних документах. Серед цих груп параметрів не вистачає ще однієї групи, а саме суб'єктивних параметрів, які оцінюються експертами або самими споживачами та мають певну частку суб'єктивізму, такі, як естетичні параметри.

Автор пропонує виділення таких параметрів для оцінки, як економічні, до яких відносяться ціна, знижки на продукцію, собівартість одиниці продукції, витрати на розробку, прибуток з одиниці продукції та ін.; суб'єктивні параметри, до яких належать естетичні показники, бо ступінь естетичності упаковки та смакові переваги визначаються лише за власними вподобаннями та нормативно-технічні, які представлені такими показниками, як екологічні, стандартизації та уніфікації, патентно-правові, призначення, надійності, довговічності і безпеки, ергономічності та транспортабельності.

Таким чином, проаналізувавши підходи різних авторів до визначення параметрів, які необхідні для визначення конкурентоспроможності продукції, були виявлені деякі недоліки: визначені параметри, які не повністю розкривають властивості продукції, схожі групи параметрів, які мають однакове походження та запропоновані параметрів, які дають змогу зробити оцінку конкурентоспроможності продукції більш повною, обґрунтованою та об'єктивною.

Наук. керівн. Чумак Г. М.

Література: 1. Дем'яненко М. Я. Оцінка конкурентоспроможності агроформувань (теорія і практика) : монографія / М. Я. Дем'яненко, О. С. Гудзь, П. А. Стецюк. – К. : ННЦ ІАЕ, 2008. – 302 с. 2. Економіка підприємства : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. – 2-ге вид., переробл. та доп. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с. 3. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія / Павлова В. А. – Дніпропетровськ : Вид. ДУЕП, 2006. – 276 с. 4. Дзахмишева І. Ш. Методика оцінки конкурентоспроможності послуг в розничній торговій мережі / І. Ш. Дзахмишева // Маркетинг в Росії за рубежом. – 2004. – № 3(41). – С. 93–107. 5. Драбаніч А. В. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції / А. В. Драбаніч // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2008. – № 1. – С. 74–83. 6. Істірян Г. П. Конкурентоздатність: методика вимірювання та оцінки / Г. П. Істірян // Легка промисловість. – 2004. – № 4. – С. 12–14. 7. Кононенко І. Метод експрес-аналізу рівня конкурентоспроможності продукції / І. Кононенко // Економіка України. – 1998. – № 2. – С. 80–83.

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Узагальнено погляди науковців на сутність збалансованої системи показників, виявлено ключові переваги та обмеження щодо впровадження її на українських підприємствах.

Аннотация. Обобщены взгляды ученых на сущность сбалансированной системы показателей, выявлены ключевые преимущества и ограничения по внедрению ее на украинских предприятиях.

Annotation. The article summarizes the views of scientists on the essence of balanced scorecard, identified key benefits and limitations of its implementation in Ukrainian enterprises.

Ключові слова: збалансована система показників, стратегічне управління.

Новий підхід до стратегічного управління, розроблений у 1990 році Робертом Капланом (Гарвардська бізнес школа) і Дейвідом Нортон, стає дедалі більш популярним не лише у Західній, а й у Східній Європі. Підтвердженням може слугувати нещодавнє входження до "Залу Слави BSC" російської фінансової компанії "УРАЛСИБ". Упроваджувати збалансовану систему показників (далі – ЗСП) стає модною тенденцією і в Україні. Проте існує багато питань і неточностей у розуміння самої суті цього підходу до управління. Відбувається трансформація даної системи у зв'язку з особливостями менталітету українських підприємств. Іноді така трансформація може призвести до нівелювання початкового змісту, який вкладали в ЗСП її розробники. Тому дане дослідження є актуальним і ставить за мету визначити ключові особливості у сутності ЗСП і проаналізувати позитивні й негативні аспекти її впровадження в Україні. Вивченням ЗСП займалися наступні дослідники: Нортон, Каплан [1], Кизим М. О. [2], В. Стефанишин [3], Черепня О. В. [4] та ін.

Для аналізу сутності самого поняття "ЗСП" розглянемо, які визначення пропонують українські та іноземні дослідники (табл. 1).

Таблиця 1

Бачення ЗСП у літературних джерелах

Автор (джерело)	Базові слова у визначенні
Нортон, Каплан [1]	тактична система оцінки; операційна система оцінки; засіб стратегічного управління на довгостроковій основі
Нівен Пол [5]	ретельно підібраний набір показників на сонові стратегії; система оцінки; система стратегічного управління
Кизим М. О. [2]	модель стратегії, а не підприємства
В. Стефанишин [3]	інструмент управління стратегією; система, спрямована на підвищення операційної ефективності
Корпорація Microsoft [6]	джерело інформації як щодо внутрішніх процесів в установі, так і щодо їхніх зовнішніх наслідків
С. Проценко [7]	управлінська система, що переводить місію і стратегію в набір оперативних цілей і показників
Садексов А. А. [8]	методика управління підприємством
Черепня О. В. [11]	аналітичний інструмент і метод управління
Глосарій Менеджмент.com.ua [9]	управлінський інструмент, який забезпечує опис стратегії, збалансований вимір поступу компанії в реалізації стратегії: у створенні цінності споживачу, у фокусі та координації персоналу на її створення



Проаналізувавши подані визначення, автор вважає за необхідне виділити ключові слова і сформулювати власне визначення. Оскільки головна мета запровадження ЗСП, на думку автора, – забезпечення успішної реалізації стратегії, то не можна сказати про ЗСП як систему управління в цілому, адже формування стратегії – це складова стратегічного планування, а отже, й управління в цілому, а ЗСП не дозволяє розробити стратегію.

Інструментом називати ЗСП некоректно, оскільки вона не є засобом реалізації стратегії. ЗСП охоплює сукупність методів і прийомів (розрахунку ключових показників ефективності, створення стратегічних карт, каскадування тощо). З урахуванням зазначеного, слід запропонувати наступне визначення:

ЗСП – методика реалізації стратегії підприємства на основі операційних цілей і показників. Подане визначення ще раз наголошує, що саме реалізація стратегії є головною метою впровадження ЗСП на підприємстві. Звідси виникає вже і перше обмеження, оскільки, на думку М. О. Кизима, саме відсутність стратегії є тим фактором, що не дозволяє запровадити дану систему українським підприємствам [2].

Узагальнити переваги і недоліки, а також можливості й загрози, що мають місце на українських підприємствах у зв'язку зі впровадженням ЗСП пропонується представити у вигляді SWOT-аналізу (табл. 2).

Таблиця 2

SWOT-аналіз запровадження збалансованої системи показників на українському підприємстві

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Прискорення та спрощення процесу планування. 2. Надання можливості постійно контролювати зміну факторів та гнучко реагувати на них. 3. Дозволяє якісно описати стратегію. 4. Узгоджує окремі цілі та сприяє їх досягненню. 5. Поєднує фінансові і нефінансові показники. 6. Удосконалює систему звітності. 7. Запроваджує критерії оцінки прийняття рішень	1. Технічна складність ЗСП. 2. Довгостроковість реалізації. 3. Складність у визначенні ефективності запровадження. 4. Складність у ранжуванні та відборі ключових показників діяльності. 5. Лише лінійний характер зв'язків та співвідношень між показниками в різних перспективах
Можливості	Загрози
1. Можливість розробки стратегії для запровадження ЗСП. 2. Зростаючий інтерес з боку інвесторів до інформації, яка уможливорює оцінку потенціалу підприємства. 3. Наявність досвіду вдалих впроваджень – "зал Слави BSC". 4. Тенденції нових підходів до менеджменту. 5. Наявність відповідного програмного забезпечення	1. Відсутність розробленої стратегії на українських підприємствах. 2. Дефіцит кваліфікованих кадрів зі стратегічним та аналітичним мисленням. 3. Намагання розглядати ЗСП як панацею від усіх загроз підприємства. 4. Висока вартість програмного забезпечення, необхідного для впровадження ЗСП. 5. Затримка збору даних може призвести до втрати

Виходячи з проведеного аналізу, слід зробити висновок про те, що на українських підприємствах є всі можливості запроваджувати ЗСП. Сильні сторони за своєю суттю значно переважають недоліки системи, а загрози, які існують у зовнішньому середовищі, можна нівелювати: розробити якісну стратегію, запросити тренерів і спеціалістів зі стратегічного менеджменту, програмне забезпечення можна використовувати на перших етапах стандартне, наприклад модифіковану систему "1С:Підприємство" або середовище Microsoft Excell, зводити до мінімум час затримки у зборі даних. Головне – усвідомити, впровадити ЗСП не є вирішенням усіх проблем суб'єкта господарювання, особливо, якщо вона впроваджується за відсутності стратегії, просто у ролі системи звітності.

Наук. керівн. Чумак Г. М.

Література: 1. Каплан Роберт С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон ; пер. с англ. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2004. – 320 с. 2. Кизим М. О. Збалансована система показників : монографія / М. О. Кизим, А. А. Пилипенко, В. А. Зінченко. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2007. – 192 с. 3. Стефанишин В. Збалансована система показників – інструмент стратегічного управління підприємством / В. Стефанишин // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 2. – С. 4–9. 4. Черепня О. В. Каскадирування ССП как условие успешной реализации стратегии предприятия / О. В. Черепня // Бизнес Информ. – 2010. – № 1. – С. 34–44. 5. Нивен Пол Р. Диагностика збалансованої системи показників: Підтримуючи максимальну ефективність / Р. Пол Нивен ; пер. з англ. ; за наук. ред. М. Горського. – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2006. – 256 с. 6. Microsoft в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.microsoft.com/ukr/ua>. 7. Проценко С. Опыт внедрения системы сбалансированных показателей / С. Проценко, К. Зажигина // Менеджмент по персоналу. – 2010. – № 1–2. – С. 52–62. 8. Садекков А. А. Методичний підхід до визначення базової стратегії змін підприємства на основі збалансованої системи показників / А. А. Садеккова, О. Ю. Гусева // Вісник ДонНУЕТ. – 2010. – № 3. – С. 180–187. 9. Глосарій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua>.

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

ЗНАЧЕННЯ "ОЩАДЛИВОГО ВИРОБНИЦТВА" ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розглянуто концепцію ошадливого виробництва – концепцію менеджменту, яка була створена у японській корпорації Toyota та отримала широку популярність серед теорій організації та управління сучасним бізнесом. Запропоновано застосування концепції ошадливого виробництва як засобу підвищення конкурентоспроможності українських підприємств, обґрунтовано ефективність впровадження даної концепції на вітчизняних підприємствах.

Аннотация. Рассмотрено концепцию бережливого производства – концепцию менеджмента, созданная в японской корпорации Toyota и получившая широкую популярность среди теорий организации и управления современным бизнесом. Предложено применять концепцию бережливого производства для повышения конкурентоспособности украинских предприятий, обосновано эффективность внедрения данной концепции на отечественных предприятиях.

Annotation. The conception of lean production is considered in this article. It's a management conception, which was created on the biggest Japanese automaker Toyota and which gets wide popularity among modern organizational and management theories. The author suggests to apply lean production for increasing competitiveness of the Ukrainian enterprises. Thus the effectiveness of the adoption of this conception is grounded in the article.

Ключові поняття: теорії організації та управління бізнесом, концепція ошадливого виробництва, створення цінності, втрати.

Починаючи з моменту здобуття Україною незалежності, перед національною економікою постає питання забезпечення конкурентоспроможності виробництва. Немає жодних сумнівів, що головною проблемою вітчизняного виробництва є низька якість продукції та висока собівартість порівняно з лідерами ринку. З чого можна зробити висновок, що рішення даної проблеми потрібно шукати саме у вдосконаленні виробництва. Враховуючи те, що українська економіка не має резервних коштів, які можливо було б направити на інвестиційно-інноваційну діяльність, а також скорочення прямих іноземних інвестицій в Україну, удосконалення повинні забезпечувати максимально можливу ефективність.

Слід зазначити, що придбання високопродуктивної техніки саме по собі не може забезпечити ефективність виробництва. Вона не вирішить питань людського чинника, логістики, економіки та управління організацією взагалі. Отже, для того щоб створити конкурентоспроможне виробництво, необхідно впроваджувати зміни відповідно з системним підходом, використовуючи методи економічної кібернетики та прикладної математики.

На сьогоднішній день популярними є концепції розвитку виробництва, такі, як концепція масового виробництва за індивідуальним замовленням та віртуалізовані корпорації, а також організаційно-управлінських теорій, такі, як концепція управління знаннями І. Нонаки, теорія обмежень Е. Голдрата, збалансована система показників Р. Каплана та Д. Нортонна. Автор даного дослідження пропонує розглянути концепції ошадливого виробництва, що на 80 % складається з організаційних заходів і тільки на 20 % з інвестицій у технологію.

Метою даного дослідження є обґрунтування доцільності використання концепції ошадливого виробництва як засобу підвищення конкурентоспроможності українських підприємств.

Задля досягнення зазначеної мети треба дослідити сутність концепції ошадливого виробництва та переваги її використання.

Концепцію ошадливого виробництва (з англ. *Lean Production*) було запропоновано у другій половині 90-х років ХХ століття англійським науковцем Денієлом Теодором Джонсом і американцем Джеймсом Поттером Вумеком. Ця ідея набула значної популярності у світі. Були засновані такі організації, як Інститут ошадливого виробництва підприємства (США), Академія ошадливого виробництва (Великобританія), Центр Оргпром (Росія). На сьогодні ошадливе виробництво застосовують майже 100 % японських компаній, 72 % компаній США, у Великобританії – 56 %, у Бразилії – 55 %, у Мексиці – 42 %, у той час як в Україні ошадливим виробництвом займаються тільки декілька компаній [1].

Мета ошадливого виробництва – ліквідувати дії та чинники, які віднімають час, поглинають ресурси, але не створюють цінність, а також формування умов, при яких дії, які залишились, які створюють цінність, вистроюються в безперервний потік, який витягує споживач.



Узагалі для процесу створення цінності характерні три види дій:

по-перше, дії, які споживають ресурси для створення цінності продукту (переробка сировини в кінцевий продукт: штамповка, складання, пакування, маркування і т. ін.);

по-друге дії, що споживають ресурси для забезпечення нормального функціонування виробництва (контроль якості, транспортування, зберігання, нормування праці та начислення заробітної плати, охорона і т. ін.);

по-третє дії, що споживають ресурси, але не додають продукту жодної цінності й при цьому не є потрібними для організації та технології виробництва. Концепцією ощадливого виробництва вони інтерпретуються як втрати (виробництво дефектної продукції, браку, пошуки необхідних деталей, інструментів, документів, очікування і т. ін.). Їх треба усунути.

За класифікацією Тайіті Оно (1912 – 1990 рр.) – технічного директора компанії Тойота, втрати поділяються на наступні види [2]:

- перевиробництво;
- надлишкові запаси;
- брак;
- зайві операції;
- зайва обробка;
- простої та очікування;
- втрати при транспортуванні;
- втрата співробітниками творчого потенціалу;
- перевитрати ресурсів;
- втрачені замовлення та можливості;
- штрафні санкції наглядових органів.

Інформаційний пошук та експрес-аналіз вітчизняних періодичних видань з проблем бізнесу та менеджменту виявили майже повну відсутність офіційних відомостей про здобутки вітчизняних ощадливих підприємств. На відміну від ситуації, яка склалася в українському сегменті Інтернету, в Рунеті міститься багато інформації про успіхи західних та російських підприємств, що впроваджують принципи ощадливості.

Автором дослідження подано приклади компаній, які впроваджують принципи та інструменти ощадливого виробництва (таблиця).

Таблиця

Досвід українських підприємств, які впровадили інструменти ощадливого виробництва

Назва підприємства	Опис підприємства	Інструменти, що впроваджуються	Результати, які були досягнені
Корпорація "Агросоюз" [3]	Працює в Україні, Росії, Казахстані та замається пошуком, упровадженням і розповсюдженням передових технологій у сільському господарстві, поставками сільськогосподарської техніки, вантажного транспорту, запчастин та забезпечення сервісу	1) реалізовано проект "Упровадження системи "Упорядкування(5S)" У корпорації "Агросоюз"; 2) упровадження підходу ощадливості розпочато у вересні; 3) увпровадження пропозицій робітників дільниць щодо вдосконалення їхньої роботи	1) ініціювання працівниками 54 заходів для вирівнювання потоку, з яких 45 не потребують інвестицій; 2) заощадження 37 тис. грн за рахунок систематизації та перерасподілу між підрозділами корпорації меблів у ході впровадження принципу "Видалення непотрібного"; 3) отримання значних коштів від реалізації металобрухту; 4) підвищення продуктивності роботи на 41 %
Корпорація "Артеріум" [4]	потужна українська фармацевтична компанія створена у 2005 р., яка об'єднує ПАТ "Київмедпрепарат" – український лідер у виробництві антибіотиків та АТ "Галичфарм" – потужного виробника препаратів на рослинній основі	1) оптимізація операційних процесів; 2) застосування методів статистичного аналізу; 3) підвищення соціальної відповідальності перед усіма зацікавленими сторонами	1) збільшення продуктивності роботи персоналу майже у 2 рази; 2) підвищено ефективність використання існуючих потужностей та зниження непланових простоїв; 3) зниження споживання природного газу на 15 % у порівнянні з минулим роком
Виробнича фірма "Панда" [5]	займається виробництвом безалкогольних напоїв з 1994 р., яка перебувала вирішення проблеми збільшення обсягів виробництва на застарілому обладнанні	1) упровадження системи всезагального догляду за обладнанням ТРМ; 2) підвищення технічного рівня виробництва та культури виробництва в цілому; 3) оптимізація потоку створення цінності	1) збільшення коефіцієнта ефективності завантаження лінії на 30 %; 2) зменшення позапланових простоїв до 3 %; 3) скорочення втрат від браку в 10 разів; 4) зменшення виробничих витрат на 20 %



Таким чином, було обґрунтовано доцільність запровадження ощадливої виробничої системи на підприємствах. Результати дослідження є актуальними для вітчизняних підприємств, адже застосування інструментарію концепції ощадливого виробництва дає змогу зробити собівартість продукції конкурентоспроможною на світовому ринку; водночас удосконалити якість продукції, що виробляється; удосконалити виробництво без значних капіталовкладень. Звісно, визначені лише загальні переваги використання концепції ощадливого виробництва, а подальші дослідження будуть присвячені розробці рекомендацій щодо впровадження ощадливої виробничої системи на вітчизняному підприємстві.

Наук. керівн. Кобзев П. М.

Література: 1. Лисицин В. Д. "Роль ощадливого виробництва" в діяльності підприємства [Електронний ресурс] / В. Д. Лисицин, О. І. Лисенко, Ю. С. Вовк. – Режим доступу : http://www.nbv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_1/Lisenko_109.htm. 2. Ощадливе виробництво: концепція, інструменти, досвід : наук.-практ. видання / Т. В. Вакуленко ; Держ. вищ. навч. заклад "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана". – К. : КНЕУ, 2009. – 157 с. 3. Офіційний сайт корпорації "Агросоюз". – Режим доступу : www.agrosoyuz.ua. 4. Офіційний сайт корпорації "Артеріум". – Режим доступу : www.arterium.ua. 5. Офіційний сайт виробничої фірми "Панда". – Режим доступу : www.panda.vin.ua.

Осипова Т. В.

УДК 658.155

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТРАКТУВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Анотація. Розглянуто загальні принципи визначення прибутковості виробництва з урахуванням підходів до формування теорії прибутковості, а також позиції окремих досліджень щодо сутності прибутку і визначення рівня прибутковості.

Аннотация. Рассмотрены общие принципы определения прибыльности производства с учетом подходов к формированию теории прибыльности, а также позиции отдельных авторов относительно сущности прибыли и определения уровня прибыльности.

Annotation. General principles of profitability production determination, taking into account the method of attack forming theory of profitability, also from different authors points of view about profitability meaning and determination of profitability leve are regardedl.

Ключові слова: прибуток, прибутковість виробництва, ефективність, дохід, витрати, стратегічне управління.

Кінцевою метою діяльності підприємства в ринкових умовах є отримання прибутку. Тому дуже важливо під час стратегічного планування врахувати всі фактори й аспекти подальшого розвитку для повного та обґрунтованого визначення величини прибутку підприємства та забезпечення повного рівня прибутковості. Виходячи з цього, можна говорити про актуальність теми, яка полягає у тому, що у сучасних умовах господарювання головною рушійною силою ринкової економіки, основним спонукальним мотивом діяльності підприємств, незалежно від форм господарювання, є одержання максимальної суми прибутку як основного джерела конкурентного, динамічного розвитку виробництва й вирішення соціальних та екологічних проблем суспільства. Забезпечення динаміки сталого розвитку підприємства визначається його спроможністю здійснювати фінансування відтворювального процесу на розширеній основі. А для цього необхідно, насамперед, отримувати прибуток певної величини та якості, що забезпечує розширене відтворення підприємства.

Дослідженнями цієї проблеми займалися такі економісти: Огійчук М. Ф., Олійник О. В., Плаксієнко В. Я., Посилаєва К. І., Баранцева С. М., Софронов В. В.

Метою дослідження є аналіз теоретико-методичних підходів до визначення прибутковості, у тому числі на рівні окремих галузей, а також надання характеристики концептуальних засад стратегічного управління прибутку та створення його моделі з позиції економічної збалансованості.

© Осипова Т. В., 2012

Переходячи безпосередньо до висвітлення проблем, пов'язаних із формуванням поняття прибутковості, слід зазначити, що визначення прибутковості надається авторами у різних формах.

Огітчук М. Ф., наприклад, надає таке визначення прибутковості – це вид ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Основною особливістю таких систем є вартісний характер засобів (видатків, витрат) досягнення цілей (результатів), а в деяких випадках і самих цілей (зокрема, одержання прибутку). За наданою характеристикою Огітчук М. Ф. прибутковість визначається відношенням результату (ефекту) до витрат, що забезпечили його отримання, тобто $\text{прибутковість} = \frac{\text{прибуток}}{\text{витрати}}$ [1, с. 37].

Олійник О. В. вважає правильним таке визначення прибутковості – досягнення найбільших результатів за найменших витрат живої та уречевленої праці. Прибутковість є конкретною формою дії закону економії часу. За капіталістичного способу виробництва узагальнюючий показник прибутковості – норма прибутку. Для народних підприємств у розвинутих країнах Заходу основною метою стає максимізація не прибутку, а чистого доходу на одного зайнятого, що не виключає необхідності використання показника норми прибутку [2, с. 10].

Плаксієнко В. Я. вважає визнавати прибутковість як показник прибутку і надає таку його характеристику – це частина отриманого на вкладений капітал чистого доходу підприємства, що характеризує його винагороду за ризик підприємницької діяльності.

Щоб зробити висновок про рівень ефективності роботи підприємства, отриманий прибуток необхідно порівняти зі здійсненими витратами. По-перше, витрати можна розглядати як поточні витрати діяльності підприємства, тобто собівартість продукції (робіт, послуг). Тут можливі різні варіанти визначення поточних витрат і прибутку, що використовуються у розрахунках.

По-друге, витрати можна розглядати як авансову вартість (авансований капітал) для забезпечення виробничої та фінансово-господарської діяльності підприємства. Тут також можливі різні варіанти визначення авансованої вартості й визначення прибутку, що береться для розрахунків.

Співвідношення прибутку з авансованою вартістю або поточними витратами характеризує таке поняття, як "рентабельність". У найширшому, найзагальнішому розумінні рентабельність означає прибутковість або дохідність виробництва і реалізації всієї продукції (робіт, послуг) чи окремих видів її; дохідність підприємств, організацій, установ у цілому як суб'єктів господарської діяльності; прибутковість різних галузей економіки [3, с. 19].

Баранцева С. М. визначає прибуток як частину виручки, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства [4, с. 213]. Характеризуючи перевищення надходжень над витратами, прибуток виражає мету підприємницької діяльності і береться за головний показник її результативності (ефективності).

Посилаєва К. І. надає таке визначення прибутку – частина вартості додаткового продукту, виражена в грошах; частина чистого доходу; грошовий вираз вартості реалізованого чистого доходу, основна форма грошових накопичень господарського суб'єкта [5, с. 86].

Софонов В. В. вважає правильним визначення прибутку так: прибуток – це головна мета підприємницької діяльності, основний узагальнюючий показник фінансових результатів господарської діяльності підприємств усіх видів, незалежно від їх організаційно-правової форми [6, с. 174].

Найбільш принципова відмінність у визначенні прибутків порівняно з тією системою, яка діє в західних країнах, полягає в тому, що там до складу витрат поряд із заробітною платою, виплатою відсотків на капітал, рентними платежами за землю входить оплата функцій підприємця з організації виробництва товарів і поєднання всіх інших ресурсів у процесі виробництва. Плату підприємцю за його внесок у виробництво називають нормальним прибутком. Він входить до складу економічних витрат. А різниця між загальним доходом та економічними витратами має назву чистого або економічного прибутку [7, с. 14].

Виходячи з поданих тлумачень різних авторів, можна зазначити, що основою прибутковості є сам прибуток, який у цілому і визначає результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання. Тому прибуток відбиває її результати і знає впливу багатьох чинників. Є особливості у формуванні прибутку підприємств залежно від сфери їхньої діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин.

На формування прибутку як фінансового показника роботи підприємства, що відбивається в бухгалтерському обліку, в офіційній звітності суб'єктів господарювання, впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності; обчислення собівартості продукції (робіт, послуг); загальногосподарських витрат; визначення прибутків (збитків) від фінансових операцій, іншої діяльності.

Отже, на формування абсолютної суми прибутку підприємства впливають: результати, тобто ефективність його фінансово-господарської діяльності; сфера діяльності; галузь господарства; установлені законодавством умови обліку фінансових результатів.

Розподіл прибутку підприємства потрібно здійснювати відповідно до спеціально розробленої політики, формування якої становить собою складне економічне завдання. Дана політика повинна відображати основні вимоги загальної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати підвищення його ринкової ціни, формувати належні обсяги інвестиційних ресурсів, забезпечувати матеріальні інтереси власників і працівників. Основними шляхами покращення цільової структури формування та використання прибутку підприємства є: визначення пріоритетного напрямку використання прибутку – капіталізації коштів, що спричинить подальший розвиток підприємства та покращення фінансових результатів його діяльності, а також проведення економічної роботи щодо аналізу динаміки та чинників отриманих прибутків у базовому періоді, виявлення резервів, що



сприятимуть максимізації прибутку, а також ефективного планування формування, розподілу та використання прибутку на наступні періоди.

Наук. керівн. Плоха О. Б.

Література: 1. Огійчук М. Ф. Суть прибутку та підходи до методики його визначення / М. Ф. Огійчук // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 31–45. 2. Олійник О. В. Прибутковість різних видів економічної діяльності і тенденції їх розвитку / О. В. Олійник // Вісник ХНАУ. Серія: Економіка АПК і природокористування. – Х., 2008. – № 7. – С. 3–11. 3. Плаксієнко В. Я. Методика визначення фінансових результатів та відображення їх в обліку / В. Я. Плаксієнко, О. І. Дацій // Облік і фінанси АПК. – 2009. – № 2. – С. 16–21. 4. Баранцева С. М. Стратегічне управління прибутком підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н. : спец.08.00.04 / С. М. Баранцева. – Донецьк, 2009. – 22 с. 5. Посиляєва К. І. Підходи визначення прибутку для аналізу ефективності діяльності підприємства / К. І. Посиляєва // Вісник ХНАУ. Серія: Економіка АПК і природокористування. – Х., 2008. – № 7. – С. 83–87. 6. Экономический глоссарий : учебн. пособ. / [под ред. В. В. Софонова, проф. В. А. Чемыхина, и. о. доц. Г. П. Окороковой]. – Курск : Изд. КГСХА, 2008. – 315 с. 7. Ткаченко Є. Ю. Управління формуванням прибутку в процесі господарської діяльності підприємств машинобудування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н. : спец. 08.06.01 / Є. Ю. Ткаченко. – Запоріжжя, 2008. – 22 с.

Іванова Т. О.

УДК 005.963

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

ТРЕНІНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ПЕРСОНАЛУ

Анотація. Розкрито сутність та наведено класифікацію тренінгових форм навчання персоналу. Доведено необхідність використання тренінгів як ефективного засобу розвитку професійних компетенцій співробітників. Визначено місце тренінгу в системі навчання на підприємстві.

Анотация. Раскрыта сущность и приведена классификация тренинговых форм обучения персонала. Обоснована необходимость использования тренингов как эффективного средства развития профессиональных компетенций сотрудников. Определено место тренинга в системе обучения на предприятии.

Annotation. The article contains the essence and classification of training programs. Besides, the necessity of using trainings for the purpose of employees' professional competencies development has been proved. In addition, the role of training in professional education was defined.

Ключові слова: тренінг, бізнес-тренінг, система корпоративного навчання, компетентна організація.

Економічна сфера життя суспільства розвивається неймовірно швидкими темпами. Цей стрімкий розвиток спричиняє виникнення нових напрямів у сфері управління персоналом, менеджменту, стратегічного розвитку, бізнес-планування. Саме тому працівникам необхідне постійне навчання, оскільки знання, отримані кілька років тому, поступово втрачають практичну цінність.

За останні декілька десятиліть з'явилися нові підходи до навчання, які дозволили значно підвищити його ефективність. Більше того, нові методи дозволяють учасникам навчального процесу не тільки ефективно засвоїти інформацію, але також розвинути навички, здібності до виконання певних завдань. І нарешті, сучасні методи навчання, засновані на партисипативному підході, мають значно більший переконуючий ефект, ніж традиційні методи, та призводять до реальних змін у виробничій поведінці.

Одним з найрозповсюдженіших різновидів партисипативного навчання є тренінг, під яким розуміють форму активного навчання, за якої відбувається збагачення знаннями, розвиток конкретних вмінь і навичок. Фактично тренінг – це передача знань, необхідних людині чи команді у поточний момент часу або у найближчому майбутньому [1, с. 5]. Тренінг вигідно відрізняється від інших сучасних форм навчання тим, що поєднує теоретичні лекції й практичне відпрацювання навичок

© Іванова Т. О., 2012

за короткий проміжок часу (2 – 3 дні). При цьому отримані навички є досить стійкими й ефективними, а їхнє використання в перспективі забезпечує високі результати діяльності підприємства [2].

Метою дослідження є обґрунтування ефективності використання тренінгу як засобу розвитку професійних компетенцій працівників підприємства.

Вивченню тренінгів присвячено роботи таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як Афанасьєв М. В., Гондарєва І. В., Тишенко Д. О. [3], І. Куртікова, К. Лаврова, В. Лі [1], К. Торн, Д. Маккей [4], Рамендик Д. М. [5], Кроль Л. М., Михайлова К. В. [6] та ін.

Наразі існує велика кількість тренінгових технологій, кожна з яких є унікальною та спрямована на розвиток певних навичок і компетенцій особистого або професійного характеру.

Усі тренінгові програми, що існують на сьогодні, Рамендик Д. М. пропонує об'єднати у три групи [5, с. 6–7]:

- 1) тренінги особистісного зростання;
- 2) тренінги спілкування;
- 3) бізнес-тренінги.

Під час тренінгів особистісного зростання учасники за допомогою різноманітних методик намагаються усвідомити та подолати свої психологічні проблеми, які заважають вирішенню їхніх життєвих і професійних завдань. Кожен учасник має змогу позбутися внутрішніх бар'єрів, краще зрозуміти, як його сприймають оточуючі. Це дозволяє виявити та у майбутньому більш ефективно застосовувати свої позитивні якості, сформувати більш реальну оцінку здібностей, побачити власні помилки та недоліки.

Призначення тренінгів спілкування полягає у тому, щоб навчити членів групи ефективній поведінці у різних ситуаціях спілкування, розвинути в них відповідні навички. Передбачається, що вміння та навички, отримані у "безпечних" умовах тренінгу, допоможуть людині подолати труднощі у реальному житті. Звичайно, жоден тренінг не підготує людину до усіх можливих життєвих ситуацій, але він допоможе уникнути серйозних помилок та знизить гостроту емоційного стресу, що виникає під час проблем у спілкуванні.

Бізнес-тренінги є різновидами перших двох категорій, але зорієнтовані на вирішення конкретних професійних завдань. Найбільш популярними є тренінги продажів, ведення переговорів, формування команд, ефективного управління та ін. Результати бізнес-тренінгів є найбільш наочними, адже вони проявляються в ефективності праці.

Тож саме бізнес-тренінги дають змогу розвивати професійні компетенції працівників, тому є дуже популярними серед роботодавців.

Слід пам'ятати, що працівники повинні брати участь у тренінгах не лише у разі погіршення справ компанії з метою стабілізації поточної ситуації. Відвідування навчальних курсів треба проводити із певною періодичністю згідно до заздалегідь розробленого плану розвитку персоналу. Підприємство, що дотримується такої стратегії, у майбутньому матиме змогу сформувати досвідчений і кваліфікований робочий колектив, здатний адаптуватися до змін у ринковому середовищі.

Але щоб отримати максимальну віддачу від вкладення коштів у розвиток професійних компетенцій персоналу, треба спрямувати зусилля на створення цілісної системи корпоративного навчання. Створення вказаної системи можливо, якщо на підприємстві визначено довгострокові цілі та стратегію розвитку, описані необхідні компетенції персоналу, усвідомлена потреба в навчанні, а працівників визнано стратегічним ресурсом. Послідовно формується й розвивається корпоративна культура [7].

Таким чином, висока якість роботи співробітників, дотримання ними єдиних вимог і стандартів, розуміння і прийняття бізнес-цілей та стратегій розвитку організації, а також належність до єдиної корпоративної спільноти забезпечать суттєві конкурентні переваги для підприємства у разі запровадження системи корпоративного навчання.

Враховуючи усе викладене, автором пропонується розглянути проведення тренінгів як початковий етап у процесі створення системи корпоративного навчання (рисунок).



Рис. Місце тренінгу в системі навчання на підприємстві

Отже, процес розробки ефективної системи навчання складається з трьох послідовних кроків. На першому етапі керівництво підприємства усвідомлює необхідність застосування прогресивних форм навчання і починає використовувати тренінги.

Наступним кроком є розробка програм розвитку персоналу, що передбачають регулярний комплекс навчальних заходів, спланованих заздалегідь.



На завершальному етапі за умови розуміння підприємством важливості ролі кадрової складової відбувається створення комплексної системи корпоративного навчання, що є наразі найдосконалішою формою розвитку професійних та особистих компетенцій персоналу.

Реалізація запропонованих заходів дозволить підприємству набути статусу компетентного, тобто такого, що ефективно використовує інтелектуально-творчий потенціал персоналу, володіє комплексом унікальних організаційних знань, а також розглядає формування і розвиток ключових компетенцій як фактори стійкої конкурентної переваги.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Куртикова І. Тренінг: руководство к действию. Теория и практика / І. Куртикова, К. Лаврова, В. Ли. – М., 2005. – 240 с. 2. <http://www.staff.ua/trainings/trainings3.php>. 3. Афанасьєв М. В. Тренінг формування компетенцій з економіки підприємства : навч. посібн. / М. В. Афанасьєв, І. В. Гонтарєва, Д. О. Тищенко. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2010. – 328 с. 4. Торн К. Тренінг. Настольная книга тренера / К. Торн, Д. Маккей. – СПб. : Питер, 2001. – 208 с. : ил. 5. Рамендик Д. М. Тренінг личностного роста : учебн. пособ. / Д. М. Рамендик. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2007. – 176 с. 6. Кроль Л. М. О том, что в зеркалах: очерки групповой психотерапии и тренинга / Л. М. Кроль, Е. Л. Михайлова. – М. : Независимая фирма "Класс", 1999. – 240 с. 7. http://nesmeeva.narod.ru/learn/corp_univ.htm. 8. Джерард П. Компетентная организация: психологический анализ процесса стратегического менеджмента / П. Джерард, П. Р. Сперроу ; пер. с англ. – Х. : Изд. Гуманитарный Центр, 2007. – 392 с. 9. <http://zhurnal.apc.relarn.ru/articles/2005/104.pdf>.

Подскотський М. Е.

УДК 005.21:658,8

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ "МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА"

Анотація. Досліджено процес формування й напрями розвитку маркетингової стратегії підприємства в мінливих умовах розвитку економіки України. Визначено, що маркетингова стратегія є ключовим чинником, який дає можливість визначити процес формування конкурентних засад сучасних підприємств відповідно до умов зовнішнього середовища.

Аннотация. Исследован процесс формирования и направления развития маркетинговой стратегии современного предприятия в изменчивых условиях развития экономики Украины. Определено, что маркетинговая стратегия предприятия является ключевым фактором, который дает возможность определить процесс формирования конкурентных принципов современных предприятий согласно условиям внешней среды.

Annotation. The work is devoted to research of process of estimation and forming directions of development of marketing strategy enterprise in the modern terms of development of economy of Ukraine. Certainly, that marketing strategy enterprise is a key factor which enables to define the process of forming enterprises competitive edges in accordance with the terms of competitive activity.

Ключові слова: маркетингова стратегія, розвиток, підприємство, тактика, ринок, конкурентна перевага.

Розвиток економіки України залежить від вирішення широкого спектра взаємозалежних техніко-економічних, організаційних і соціальних проблем, серед яких можна визначити і проблему оцінки та формування стратегічних напрямів розвитку маркетингової стратегії на сучасних підприємствах України.

Метою даної роботи є дослідження сучасних підходів щодо визначення сутності категорії "маркетингова стратегія", а також виявлення особливостей даної економічної категорії.

Розробці проблем маркетингової стратегії присвячені роботи таких авторів, як Ф. Котлер, І. Ансофф, М. Портер, Г. Армстронг, Томпсон А. А., Г. Стівенсон, А. Дж. Стрікленд та ін. Серед віт-



чизняних науковців, які займалися розробками проблем маркетингової стратегії, можна виділити таких, як С. С. Гаркавенко, Л. В. Балабанова, Н. В. Бутенко та ін. [1 – 5].

Маркетингова стратегія становить вибір перспективної мети виробничо-збутової діяльності підприємства, форм ведення конкурентної боротьби і концепції маркетингу, розрахованих на досягнення максимальної ефективності роботи підприємства на тривалій період часу.

Отже, основною суттю маркетингової стратегії на підприємстві є:

- 1) задає напрям для діяльності підприємства;
- 2) дозволяє краще розуміти структуру маркетингових досліджень, процеси вивчення споживачів, планування продукції, її просування на ринок і планування ціноутворення;
- 3) стимулює координацію зусиль підрозділів у різних напрямках;
- 4) змушує підприємство оцінювати свої сильні і слабкі сторони з погляду конкурентів, можливостей і погроз у навколишньому середовищі;
- 5) визначає альтернативні дії чи їх комбінацію, що повинна розпочати здійснювати організація;
- 6) створюють основу для розподілу ресурсів.

Для того щоб маркетингова стратегія ефективно працювала, необхідно скласти тактику маркетингу, і для цього маркетингова стратегія підприємства повинна виробити певні правила та прийоми [3]:

- 1) дослідження умов формування конкурентної переваги та виявлення головних цілей діяльності підприємства;
- 2) дослідження ринків потенційних товарів та послуг, що відповідають інтересам підприємства, вибору таких стратегічних зон діяльності, які здатні в довгостроковій перспективі забезпечити зовнішню гнучкість підприємства, тобто можливість переорієнтації його функціонування в найліпших з економічної, політичної, правової, соціальної, науково-технічної та екологічної точок зору зонах;
- 3) формування товарного асортименту, який найбільшою мірою задовольняє актуальні потреби потенційних споживачів і який забезпечує на цій основі систематичне одержання підприємством прибутку, що дозволяв би реалізовувати програму розширеного відтворення капіталу;
- 4) розподіл власних та залучених ресурсів між різними напрямками діяльності підприємства так, щоб забезпечити максимальну продуктивність (рентабельність) використання цих ресурсів;
- 5) взаємодія з ринками факторів виробництва, цінних паперів, валютними ринками, яка забезпечує ефективну підтримку стратегічного потенціалу підприємства на рівні, достатньому для забезпечення конкурентної переваги на різних етапах життєвого циклу підприємства;
- 6) формування ефективної цінової політики, яка забезпечувала б у довгостроковій перспективі стійке становище підприємства на традиційних та нових сегментах ринку;
- 7) раннього визначення кризових тенденцій та запобігання банкрутства.

Розроблюючи правила та засоби ефективної реалізації цих напрямів діяльності, маркетингова стратегія підприємства, з моменту визначення його місії, формування його торгівельно-виробничого профілю протягом усього періоду функціонування, повинна орієнтуватись на створення та підтримку стійкої конкурентної переваги і забезпечення довгострокового процвітання підприємства.

Маркетингова стратегія підприємства включає чотири головні складові підсистеми: товарну або асортиментну стратегію, цінову стратегію, стратегію розподілу та товаропросування і комунікаційну стратегію. Кожна з цих підсистем має свої особливості, але основне – вони повинні бути націлені на досягнення головної мети підприємства – постійного підвищення конкурентного статусу [4].

У процесі формування маркетингової стратегії можна виділити вхідні та вихідні елементи.

До вхідних елементів слід віднести ті фактори, аналіз яких передують розробці маркетингової стратегії. Отже, йдеться про фактори маркетингового середовища і цілі підприємства.

Вихідними елементами є стратегічні рішення щодо маркетингового міксу, тобто комплексу компонентів маркетингу, який включає чотири складові: товар, ціну, збут, просування.

Основне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб взаємоузгодити маркетингові цілі підприємства з її можливостями, вимогами споживачів та використати свої конкурентні переваги.

Таким чином, висування найбільш важливих завдань у сферах виробничої, цінової, збутової політики підприємства, а також визначення генеральних напрямів, підвищення ділової активності підприємства з використанням сприятливих зовнішніх факторів і внутрішніх можливостей впливу на споживачів і конкурентів становлять суть стратегії маркетингу.

Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.

-
- Література:** 1. Креденс Дэвид Стратегический маркетинг / Д. Креденс. – М. : Вильямс, 2003. – 752 с.
2. Крапивин А. А. Стратегический маркетинг / А. А. Крапивин, А. Ж. Сусанова. – М. : Эконом, 2005. – 621 с.
3. Маркетинговая стратегия / О. Уолкер-мл., Х. Бойд-мл., Ж.-К. Ларше и др. – М. : Вершина, 2006. – 496 с.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2004. – 712 с. 5. Клівець П. Г. Стратегія підприємства : навч. посібн. / П. Г. Клівець. – К. : Академвидав, 2007. – 320 с.

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

МАТРИЧНИЙ МЕТОД ВИМІРУ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Анотація. Досліджено матричний метод виміру результативності як інструмент мотивації персоналу, що дозволяє не тільки об'єктивно і точно провести оцінку, а й забезпечити мотивацію людей, націлити їх на досягнення поставлених завдань.

Аннотация. Исследован матричный метод измерения результативности как инструмент мотивации персонала, что позволяет не только объективно и точно провести оценку, но и обеспечить мотивацию людей, нацелить их на достижение поставленных задач.

Annotation. The matrix method of performance effectiveness as a tool to motivate staff, which allows not only objectively and accurately assess, but also to motivate people to aim at achieving their goals has been explored.

Ключові слова: результативність, матричний метод виміру результативності, оціночні показники.

Актуальність обраної теми полягає в тому, що при розробці системи мотивації персоналу на підприємстві одним з найважливіших завдань є оцінка та порівняння результатів праці співробітників. Необхідність урахувати при цьому різноманітні за одиницями виміру і значущості показники створює певні труднощі. Використання матричного методу вимірювання результативності дозволяє не тільки об'єктивно і точно провести оцінку, а й забезпечити мотивацію людей, націлити їх на досягнення поставлених завдань.

Для забезпечення ефективності системи мотивації заохочення повинно відповідати досягнутому показником. Результат має однозначно розумітися і тими, хто вимірює і розподіляє, і тими, чия робота є об'єктом аналізу. Інакше, мотиви, що служать основою для розподілу заохочення, не стануть частиною, власне, системи мотивації [1].

Дослідженнями цієї проблеми займалися відомі економісти: Олексюк О. І., Коноваленко В. Г., Турило А. М., Светлична Я. В., Белошапка В. А., Пласкова Н. С., Тищенко О. М., Кизим М. О., Догадало Я. В. [1 – 5].

Метою дослідження є матриці вимірювання результативності як інструменту мотивації персоналу на підприємстві.

Існують багато методів оцінки результативності, такі, як матричний метод, модель комплексної оцінки результативності СМЯ, методи оцінки результативності праці, логічні моделі виміру результативності, прецедентна модель результативності і т. д.

Але один з найбільш прийнятних способів вирішення описаних завдань – використання матричного методу вимірювання результативності (ММР), який відомий також під назвою "багатокритеріальний метод вимірювання результативності" [6].

ММР дозволяє звести воедино – інтегрувати й агрегувати приватні показники таким чином, щоб результати роботи виміряти одним числом. Це дає менеджерам можливість логічно і об'єктивно перерозподіляти заохочення між структурними підрозділами та всередині них на основі вимірюваного результату. Крім точності та об'єктивності, однією з переваг ММР є можливість урахування традицій підприємства в оцінці результатів і розподіл заохочень.

В основу методу покладена матриця результативності, яка включає в себе:

оціночні показники із зазначенням одиниці виміру та фактичного результату;

шкалу оцінки;

саму оцінку;

значимість (питома вага) кожного з показників оцінки;

результати – за кожним з показників окремо і підсумковий.

Показники, за якими проводиться оцінка результатів праці, є базовим елементом матриці результативності. Вони повинні:

відповідати цілям і завданням, які стоять перед об'єктом аналізу, причому саме перед конкретним об'єктом у звітний період, а не тим, які типові для даних об'єктів;

бути підконтрольними, тобто піддаватися впливу або зміни з боку об'єкта аналізу (використання показників, на які підрозділ або працівник не можуть реально вплинути, істотно знижує ефективність розробленої на їх основі системи мотивації);

бути вичерпними, тобто всебічно характеризувати об'єкт і при цьому не повторювати один одного;

бути ясними, зрозумілими і максимально об'єктивними;
 бути мобілізуючими, тобто не дуже простими у досягненні, але і не дуже складними;
 бути вимірюваними: повинен існувати чіткий і зрозумілий спосіб опису результату в числах.
 Якщо це неможливо і доводиться вдаватися до описовим оцінками ("відмінно", "добре", "задовільно" і т. п.), то слід дати зрозумілий і однозначний підхід до їх визначення [2].

Використання шкали оцінки дозволяє привести результати за кожним з показників до єдиної системи координат – оцінки в балах. При складанні шкали оцінки спочатку встановлюється норма для кожного з показників, тобто такі їх значення, які є плановими. Нормативні значення вписуються в рядок шкали, відповідної 5 балам.

У рядок "10 балів" для кожного з показників вписується таке значення, яке відповідає найкращому, але практично досяжному результату. У рядок "0 балів" – значення показника, яка відповідає найгіршому допустимому результату. Решта рядків шкали оцінки заповнюються проміжними значеннями.

Нормативними значеннями для кожного з показників приймаються 100 % (5 балів). Найкращим результатом з виконання плану товарної продукції є 110 % (10 балів), найгіршим – 90 % (0 балів). Найкращим же результатом з виконання норм витрат – 90 % (10 балів), тобто має місце економія витрат, найгіршим – 110 % (0 балів).

Оцінка результату за кожним з показників здійснюється шляхом співвіднесення фактичного результату зі шкалою оцінки. Якщо значення не збігаються точно, то проводиться округлення до найближчого значення за шкалою оцінки або до найближчого до нормативного.

Кожен з показників, включених у матрицю оцінки, важливий для підрозділу та підприємства. Однак ступінь важливості (значимість) кожного з них неоднаковий. Чим більше значимість показника, тим сильніше зміна оцінки за ним впливає на загальну результативність.

У матричному методі вимірювання результативності значимість (питома вага) кожного з показників визначається у відсотках від загального результату. Сума значимостей усіх показників в одній матриці завжди дорівнює 100.

Величина значимості кожного з показників визначається різними способами. Вона може бути встановлена експертним методом, з використанням рекомендацій сторонніх або власних фахівців. Вона може бути просто призначена керівництвом виходячи з його бачення ситуації.

Результативність за кожним з оціночних показників розраховується як добуток оцінки на значимість.

Підсумкова результативність об'єкта (структурного підрозділу, ділянки, бригади, зміни, робочого місця і т. п.) визначається як сума результативності за кожним з показників.

Розглянемо матрицю результативності сільськогосподарського підприємства ТОВ "Агрофірма "Агротіс" філії "Світанок", при цьому розглянемо два показники – відсоток виконання плану товарної продукції і відсоток дотримання норм витрат/собівартості (рисунок).

Підрозділ			Виробничий цех					
Звітний період			2010 рік					
Виконання плану товарної продукції	Дотримання норм витрат (собівартості)	Виконання плану за номенклатурою	Ритмічність виробництва	Дотримання норм ефективності продукції	Дотримання вимог системи менеджменту якості	Виконання дисципліни	Дотримання правил внутрішнього трудового розпорядку	Оціночні показники
%	%	%	%	–	–	–	–	Од. виміру, бали
105,0	106,0	110,0	83,0	0,75	0,9	добре	задовільно	Факт
110	90	110,0	80					10
108	92	107,2	81					9
106	94	104,4	82			відмінно	відмінно	8
104	96	101,6	83					7
102	98	98,8	84					6
100	100	96,0	85	1	1	добре	добре	5
98	102	94,8	88	0,9	0,9			4
96	104	93,6	91	0,8	0,8			3
94	106	92,4	94	0,7	0,7	задовільно	задовільно	2
92	108	91,2	97	0,6	0,6			1
90	110	90,0	100	0,5	0,5	незадовіл.	незадовіл.	0
7	2	10	10	3	4			Оцінка
25	23	15	10	12	5			Значимість
175	46	150	100	36	20			Усього 557

Рис. Матриця результативності підприємства ТОВ "Агрофірма "Агротіс" філії "Світанок"



Для підприємства підсумкова результативність дорівнює 577. Мінімально можливе значення результативності дорівнює 0 (якщо оцінки за всіма показниками рівні 0). Максимально можливе – 1 000 (якщо всі оцінки дорівнюють 10). Нормативні значення за кожним з показників завжди рівні 5, значить, якщо всі показники будуть виконані за нормою, то підсумкова результативність складе 500 балів.

Виробничий цех підприємства отримав 577 балів, тобто в цілому він працював краще норми.

Такі показники, як дотримання норм дефектності продукції, дотримання вимог системи менеджменту якості, мають низьку оцінку результативності. Можна зробити висновок, що підприємство приділяло їм недостатньо уваги. Щоб цього уникнути, необхідно удосконалити методи контролю якості виготовлення продукції, впровадити прогресивні методи контролю, своєчасно виявляти причини і винуватців браку.

Таким чином, був розглянутий матричний метод виміру результативності як інструмент мотивації персоналу на прикладі підприємства ТОВ "Агрофірма "Агротіс" філії "Світанок", були виявлені "вузькі" місця і причини їх виникнення. Подальшим напрямом дослідження є впровадження методів контролю результативності на підприємстві.

Наук. керівн. Гонтарева І. В.

Література: 1. Тищенко А. Н. Экономическая результативность деятельности предприятий : монография / А. Н. Тищенко, Н. А. Кизим, Я. В. Догадайло. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2005. – 231 с. 2. Олексюк О. І. Економіка результативності діяльності підприємства : монографія / О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2008. – 362 с. 3. Голубева Т. С. Методологічні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства / Т. С. Голубева // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 5. – С. 66–71. 4. Коноваленко В. Г. Повышаем результативность работы предприятия / В. Г. Коноваленко // Баланс. – 2009. – № 45. – С. 20–21. 5. Пласкова Н. С. Методология стратегического анализа результативности бизнеса : монография / Н. С. Пласкова. – М. : Креативная экономика, 2007. – 256 с. 6. Краснова В. М. Результативность процессов СМК [Электронный ресурс] / В. М. Краснова. – Режим доступа : <http://www.corpus-q.ru/Statya7.htm>.

Смірнов В. О.

УДК 330.133:334.7

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ВАРТОСТІ КОМПАНІЇ

Анотація. Проведено порівняльний аналіз різних підходів до оцінки вартості компанії, виявлено їх переваги і недоліки, а також особливості їх використання у вітчизняній практиці.

Аннотация. Проведен сравнительный анализ различных подходов к оценке стоимости компании, выявлены их преимущества и недостатки, а также особенности их применения в отечественной практике.

Annotation. The article provides the comparative analysis of different approaches to the valuation of the company, identifies their strengths and weaknesses and also specificity of usage in national practice is analyzed.

Ключові слова: вартість, оцінка вартості, дохідний підхід, затратний підхід, ринковий підхід до оцінки вартості.

У сучасних розвинутих капіталістичних країнах усе більш популярним стає вартість компанії як критерій ефективності бізнесу. Це пояснюється тим, що, на думку фахівців, висока вартість компанії досягається лише тоді, коли ефективно використовується капітал підприємства, зокрема власний, що дозволяє підвищити інвестиційну привабливість компанії та залучати додаткові фінансові ресурси на більш вигідних умовах.

© Смірнов В. О., 2012



Питання вартості компанії є досить актуальним й для вітчизняних підприємств. Для розвитку українських компаній необхідне залучення додаткових коштів від інвесторів, які, у свою чергу, бажають мати інформацію про її вартість. За відсутності розвинутого фондового ринку, що є індикатором інвестиційної привабливості компанії у західних країнах та показником її ринкової вартості, з'являється потреба в безпосередній оцінці вартості підприємства експертами.

Отже, питання оцінки вартості вітчизняних підприємств є дуже актуальним.

Проблеми використання різних підходів до оцінки вартості компанії розглядає дуже багато як вітчизняних вчених, так і зарубіжних. Серед них можна виділити праці Брезіцької О. В. [1], Т. Момот [2], Мамонтової Н. А. [3], Т. Коллер [4] та ін.

Метою дослідження є узагальнення переваг та недоліків різних підходів до оцінки вартості підприємства, обґрунтування відмінностей у використанні різних підходів в Україні.

У сучасній західній літературі зазвичай виділяють 3 підходи до оцінки вартості підприємства [1]:

1. Прибутковий підхід – згідно з яким вартість компанії визначається, виходячи з очікувань майбутніх грошових надходжень.

2. Ринковий підхід – заснований на порівнянні підприємства, що оцінюється, з аналогічними на ринку.

3. Підхід на основі активів або затратний підхід – згідно з ним вартість підприємства визначається на основі вартості чистих активів підприємства (загальна вартість активів підприємства за вирахуванням зобов'язань).

На основі проведеного аналізу різних наукових джерел та думок як вітчизняних, так і західних авторів [1; 4; 5] можна узагальнити переваги та недоліки різних підходів до оцінки вартості (таблиця).

Таблиця

Переваги та недоліки різних підходів до оцінки вартості компанії

	Підхід		
	прибутковий	ринковий	на основі активів
Переваги	1. Враховує майбутні грошові очікування від діяльності. 2. Враховує рівень ризиків і ринкові аспекти	1. Відображає реальну ситуацію купівлі-продажу на ринку. 2. Використовуються фактичні дані. 3. Зрозумілий для людей, що не відносяться до бізнесу	1. Враховує реальну ситуацію на підприємстві, його активи
Недоліки	1. Використовується експліцитні прогнози. 2. Досить складні моделі розрахунку	1. Можливість відсутності компаній-аналогів. 2. Не враховуються в явній формі значення ризиків і розміри прибутку. 3. Важкість урахування унікальних особливостей компанії	1. Складність врахування нематеріальних активів, гудвілу та ін. 2. Не враховує тенденції розвитку компанії

У вітчизняній практиці оцінки вартості підприємств існують деякі відмінності в порівнянні з західною. Так, найпоширенішим методом оцінки вартості компанії є або балансовий, або затратний підхід. Це пов'язано з тим, що ці методи надають найдостовірнішу інформацію про об'єкт оцінки, на думку багатьох інвесторів. На погляд автора, балансовий метод взагалі важко назвати об'єктивним і тим, що відображає достовірну інформацію про поточну вартість підприємства. Це пояснюється тим, що великі українські компанії, що створювалися ще за часів Радянського Союзу, маючи значну балансову вартість, насправді, за ринкових умов і перспектив мають дуже низьку привабливість для інвесторів. Що стосується дохідного методу та можливостей його використання в українських умовах, то вони дуже сумнівні. Прогнозування дисконтованих грошових потоків в умовах постійної нестабільності, як економічної, так і політичної, носить дуже суб'єктивний характер, а значить, дуже приблизно може відобразити вартість об'єкта. Крім того, більшість інвесторів дуже скептично відносяться до вітчизняних прогнозів дисконтованих прибутків.

Ринковий підхід, на думку автора, також дуже важко використовувати в Україні. Для ринкового підходу необхідна наявність достовірної та повної інформації про аналогічні об'єкти, їх показники діяльності умови функціонування та ін. У західних країнах це забезпечується прозорістю фінансової звітності, розвинутим фондовим ринком, що й забезпечує інформацією багатьох інвесторів. У вітчизняних умовах функціонування фондового ринку та подвійною звітністю підприємств, а також, зазвичай, непрозорих угод купівлі-продажу об'єктів, говорити про достовірність інформації досить абсурдно. А отже, оцінка вартості об'єкта ринковим підходом на основі такої інформації або взагалі її відсутності носить, знову ж таки, дуже суб'єктивний і формальний характер. Отже, затратний підхід залишається найобґрунтованішим в українській практиці оцінки.

Таким чином, були узагальнені основні переваги та недоліки різних підходів до оцінки вартості компанії, а також виявлені особливості їх використання у вітчизняній практиці оцінки. Треба зазначити, що практична неможливість використання дохідного та ринкового підходів в Україні значно зменшують достовірність та об'єктивність оцінки, адже у західних країнах зазвичай використовуються декілька підходів, а результати усереднюються. Тому подальший розвиток теорії



оцінки в Україні повинен зосередитись на питанні практичної адаптації західних підходів до вітчизняних умов.

Наук. керівн. Чумак Г. М.

Література: 1. Брезіцька О. В. Сучасні методичні підходи до оцінки вартості підприємства / О. В. Брезіцька // Економіка, фінанси і право. – 2010. – № 1. – С. 3–8. 2. Момот Т. Оценка стоимости бизнеса / Т. Момот. – Х. : Фактор, 2007. – 224 с. 3. Мамонтова Н. А. Управление стоимостью компании: Теоретико-методологические аспекты / Н. А. Мамонтова // Економіка та управління підприємствами. – 2009. – № 10. – С. 135–139. 4. Коллер Т. Определение рыночной стоимости компании и использование стоимости в управлении / Т. Коллер // Финансист. – 1997. – № 8. – С. 91–97. 5. Мерсер З. Интегрированная теория оценки бизнеса / З. Мерсер, Т. Хармс ; под научн. ред. В. М. Рутгайзера. – М. : Маросейка, 2008. – 288 с. 6. Лейфер А. А. Оценка компании. Анализ различных методов использования доходного подхода [Электронный ресурс] / А. А. Лейфер. – Режим доступа : www.cfin.ru.

Фесенко І. В.

УДК 005.332.4:334.716

Студент 5 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Анотація. Розглянуто сутність категорій "конкуренція", "конкурентні переваги", "конкурентоспроможність підприємства" та визначено їх взаємозв'язок; проведено порівняльний аналіз підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства та її основних характеристик.

Аннотация. Рассмотрена сущность категорий "конкуренция", "конкурентные преимущества", "конкурентоспособность предприятия" и определена их взаимосвязь; проведен сравнительный анализ подходов к определению конкурентоспособности предприятия и его основных характеристик.

Annotation. Article contains theoretical researches by of the categories "competition", "competitive advantages", "competitiveness of the enterprise". They considered essence categories and their interrelation is defined; the comparative analysis of approaches to definition of competitiveness of the enterprise and its basic characteristics is carried out.

Ключові слова: конкуренція, конкуренти, конкурентні переваги, конкурентоспроможність, конкурентні відносини, конкурентне середовище, конкурентна позиція.

Конкуренція, з одного боку, – це економічне змагання за досягнення якнайкращих результатів у сфері певної діяльності, боротьба виробників за найвигідніші умови господарювання, отримання максимального прибутку, з іншого – це невід'ємна складова і найважливіший елемент ринкового механізму, який забезпечує взаємодію ринкових суб'єктів у виробництві і збуті продукції, а також у сфері вкладення капіталу. З цього виходить, що конкурентоспроможність є обов'язковою умовою виживання й подальшого розвитку ринкового суб'єкта.

Одним із стратегічних завдань забезпечення розвитку економіки України на сучасному етапі є підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств. Важливий фактор вирішення даного завдання і становить створення ефективної системи управління на підприємствах, яка б забезпечувала їм стійкі конкурентні переваги на ринку.

Досягнення конкурентних переваг є метою і результатом стратегічного управління підприємства, концентрованим проявом лідерства серед конкурентів. Це постійний пошук ресурсів, що використовуються, форм і видів діяльності підприємства й реалізація їх нових можливостей. Результатами реалізації цих процесів, що визначають інноваційний розвиток та стійку конкурентну перевагу підприємства на ринку, є проектування та впровадження нових товарів і технологій.

В економічній літературі конкурентні переваги підприємства часто ототожнюються з його конкурентоспроможністю. Зміст поняття конкурентоспроможності трактується як з погляду продуктивності (К. Мак-Кі, С. Сесіон-Робінсон, М. Портер), так і з погляду взаємозв'язку з результатами діяльності одиниці бізнесу (Б. Скотт, Р. Пейс, Е. Стефан). Деякі автори визначають конкурентоспро-



можність як "властивості об'єкта конкуренції (товару чи послуги), яка забезпечує його привабливість на ринку", а інші – як "позиції на ринку суб'єкта конкуренції – країни чи товаровиробника, яка обумовлюється економічними, соціальними і політичними факторами". Ряд авторів використовують інтегрований підхід, згідно з яким конкурентоспроможність визначається як "властивість товару, послуги чи суб'єкта конкурентних відносин виступати на ринку поруч з присутніми там аналогічними товарами, послугами чи суб'єктами ринкових відносин".

Отже, поняття "конкурентоспроможність" багатьма авторами визначається по-різному. Так, М. Портер зазначив, що конкурентоспроможність – це відносна категорія порівняння підприємств за рівнем зростання, реагування, адаптації до змін та витривалості до конкурентної боротьби. Для Деніелса Д. Д. і Радеба Л. Х. – це реальна і потенційна можливість підприємства в існуючих умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, які за цінними і неціновими характеристиками є більш привабливими, ніж товари конкурентів. Мінько Е. В. і Кричевський М. Л. визначили конкурентоспроможність як рівень ефективності використання суб'єктом господарювання економічних ресурсів порівняно з конкурентами. На думку Воронкової А. Є., це поняття визначається як узагальнюючий, підсумковий показник стійкої роботи, що містить у собі результати дій і зусиль різних виробничих, обслуговуючих та управлінських підрозділів, підсистем і ресурсів, які використовувалися. Іванов Ю. Б. [1] дав наступне визначення конкурентоспроможності: система взаємодіючих факторів, що характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства зі створення і утримання протягом певного часу конкурентної переваги. За словами Піддубного І. О., конкурентоспроможність – це інтегрована властивість економічної системи, яка зумовлює реалізацію мети та досягнення результатів функціонування, необхідних і достатніх для активного позиціонування системи в конкурентному ринковому просторі.

Усі представлені визначення "конкурентоспроможність" доповнюють одне одного. Можна стверджувати, що під конкурентоспроможністю в загальному значенні розуміють здатність ефективного функціонування в умовах конкурентного середовища.

З урахуванням наведеного, можна виділити три підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства:

1) система, яка складається з безперервно взаємодіючих чинників і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства до отримання й утримання протягом довгого часу конкурентної переваги;

2) здатність виробничо-економічних систем змінювати траєкторію розвитку або намічений режим функціонування в процесі адаптації до змін зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку вже існуючих або створення нових конкурентних переваг;

3) здібність підприємства до отримання синергічного ефекту від раціонального використання існуючих і знову створюваних у процесі реалізації стратегії розвитку конкурентних переваг.

Аналіз визначень конкурентоспроможності економічного суб'єкта дає можливість виділити основні характеристики конкурентоспроможності:

1) відносний характер – конкурентоспроможність виявляється тільки в результаті порівняння характеристик економічного суб'єкта з характеристиками інших суб'єктів даного ринку;

2) релевантний характер, який означає, що траєкторія руху даного економічного суб'єкта (його конкурентна позиція) відносно до інших суб'єктів може бути визначена тільки у межах релевантного зовнішнього середовища;

3) часовий характер (динамічність) – характеризує місце суб'єкта в конкурентному полі в координатах часу як результат його конкурентної діяльності.

Таким чином, конкурентоспроможність економічного суб'єкта передбачає його потенційну або реалізовану здібність до функціонування у релевантному зовнішньому середовищі, яка ґрунтується на конкурентних перевагах і відображає його позицію щодо конкурентів.

Відповідно до рівнів конкуренції (мікро-, мезо-, макро- і мегарівень), що виділяються, можна виділити і декілька видів конкурентоспроможності залежно від рівня й об'єкта аналізу: конкурентоспроможність країни і конкурентоспроможність національної економіки (макроекономічний підхід), конкурентоспроможність галузі й регіону (мезоконкурентоспроможність), конкурентоспроможність підприємства і конкурентоспроможність товару (мікроконкурентоспроможність).

Кожна з цих категорій має суттєві відмінності та характерні риси, які підтверджують правомірність і доцільність такої їх диференціації. Узагальнюючим для всіх даних категорій є те, що вони відображають здатність досліджуваного об'єкта ефективно виконувати свої функції в умовах формування конкурентного середовища.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства різнобічно характеризує його існування на ринку, дозволяє оцінити поточний, а також майбутній стан і є важливою складовою успіху. У даний час розвиток економіки України супроводжується низкою невирішених проблем, серед яких однією з важливих для більшості українських підприємств є проблема досягнення і збереження певного рівня конкурентоспроможності.

Наук. керівн. Матвієнко-Біляєва Г. Л.

Література: 1. Іванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики : монографія / Ю. Б. Іванов. – Х. : РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с. 2. Войнаренко М. Економічна конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість України / М. Войнаренко, О. Фурманюк // Економіст. – 2006. – № 12. – С. 25–28. 3. Малиарець Л. Я. Економіко-математичні аспекти діагностики конкурентоспроможності підприємства : монографія / Л. Я. Малиарець, Л. О. Норік. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 216 с. 4. Управління конкурентними перевагами підприємства : наукове видання / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с.



Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ ЯК НАПРЯМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто особливості ресурсозбереження як напряму підвищення ефективності діяльності підприємства та запропоновано оцінку економічного ефекту від використання ресурсозберігаючих технологій на рівні підприємства.

Аннотация. Рассмотрено особенности ресурсосбережения как направления повышения эффективности деятельности предприятия и предложено оценку экономического эффекта от использования ресурсосберегающих технологий на уровне предприятия.

Annotation. The characteristics of resource areas as improving the efficiency of the company are regarded and the economic effect of the use of resource-saving technologies at the enterprise level estimation is suggested.

Ключові слова: ресурси, ефект, підприємство, ресурсозбереження, відходи, вторинні ресурси, конкурентоспроможність.

Раціональне та економне використання ресурсів підприємств має неабияке економічне значення. Це обумовлене високою собівартістю продукції українських підприємств поряд з зарубіжними конкурентами. Ресурсозбереження, що характеризується зниженням абсолютної та питомої витрати окремих видів ресурсів, дає змогу з такої самої кількості сировини й матеріалів виготовляти більше продукції без додаткових затрат суспільної праці, підвищувати ефективність виробництва в цілому на кожному підприємстві, знижувати собівартість та, як результат, підвищувати його конкурентоспроможність.

Останнім часом у зв'язку зі зростанням цін на паливно-енергетичні ресурси та в умовах світової фінансової кризи зростає інтерес у використанні відходів. Ця проблема прямо зачіпає вітчизняних товаровиробників, у яких витрати на паливні ресурси мають значний вплив на собівартість виготовленої продукції.

Необхідно зазначити, що більшість наукових праць вітчизняних вчених, таких, як Іванов М. І., Коніщева Н. Й., Мазін Ю. О., Мельник Л. Г., Сотник І. М. та ін. [1 – 5], присвячено різним теоретичним та практичним аспектам ресурсозбереження на підприємстві. Разом з тим низка питань ще лишається вивченими недостатньо. Так, актуальним є визначення особливостей ресурсозбереження як напряму підвищення ефективності діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування ресурсозбереження як напряму підвищення ефективності діяльності підприємства.

Поняття "ресурси" можна трактувати як "основні елементи виробничого потенціалу, які має в розпорядженні система і які використовуються для досягнення конкретних цілей економічного розвитку" [1, с. 14].

На думку Сотник І. М., під ресурсозбереженням слід розуміти організаційну, економічну, технічну, наукову, практичну, інформаційну діяльність, методи, процеси, комплекс організаційно-технічних заходів, що супроводжують усі стадії життєвого циклу об'єктів і спрямовані на забезпечення мінімальної витрати речовини та енергії на цих стадіях у розрахунку на одиницю кінцевого продукту, виходячи з існуючого рівня розвитку техніки і технології та з найменшим, впливом на людину і природні системи [2, с. 28].

Розглядаючи ресурсозбереження як комплексне використання всіх економічних ресурсів на кожному етапі виробництва (від розробки до реалізації продукції), слід враховувати, що їх економія може бути забезпечена лише за умови вдосконалення техніки, технологій, організації праці і виробництва, що можливе лише при наявності відповідного рівня моральної і матеріальної зацікавленості як працівників, так і менеджерів, підвищення їх відповідальності за результати своєї праці.

У процесі послідовної і комплексної реалізації організаційних, економічних і технічних заходів, направлених на економію й раціональне використання економічних ресурсів, досягається економічний ефект, що дозволяє підприємству встановлювати конкурентоспроможну ціну і досягати конкурентних переваг.

Найважливішими напрямками ресурсозбереження в контексті підвищення економічної ефективності є:

зниження енерго- і матеріаломісткості продукції;
 скорочення і ліквідація втрат сировини та енергії;
 поліпшення якості продукції;
 ресурсозабезпечення виробництва за рахунок розширення залучення вторинних ресурсів у господарський обіг [3, с. 49].

Існує багато класифікацій видів і напрямів ресурсозбереження. Серед них найповнішою є класифікація за змістом процесів, що відбуваються. Відповідно до неї ресурсозбереження можна розглядати у двох напрямках: як економію ресурсів і як їх раціональне використання.

Раціональне використання ресурсів (насамперед, матеріальних) означає досягнення максимальної ефективності використання ресурсів у господарстві за існуючого рівня розвитку техніки і технології з одночасним зниженням техногенного впливу на навколишнє середовище.

Отже, критерієм раціонального використання ресурсів є мінімізація витрат при виробництві кінцевої продукції, що має високі споживчі властивості. Економія ресурсів є відносним скороченням витрат ресурсів, яке виражається в зниженні їх питомих втрат на виробництво одиниці кінцевої продукції, виконання робіт і надання послуг установленої якості з урахуванням різних обмежень.

Таким чином, економія ресурсів є кількісним результатом процесу раціоналізації використання і, з урахуванням сфер діяльності підприємства, може набувати форми як прямої, так і непрямої економії. Пряма економія ресурсів виникає безпосередньо протягом виробничого циклу на підприємстві внаслідок прямого скорочення обсягу витрат ресурсів на одиницю виробленої продукції певної якості. Непряма економія формується внаслідок раціоналізації розміщення та зберігання виробничих та товарних запасів, використання вторинних ресурсів [3, с. 42–44].

У свою чергу, вторинні матеріальні ресурси – це додатковий ресурсний потенціал підприємства, а відходи – це частина цього потенціалу, яка може в певний час і за певних умов трансформуватися в економічні вигоди.

Раціональне використання відходів не тільки покращує техніко-економічні показники підприємства, але і має позитивний вплив на охорону навколишнього середовища від забруднень.

Можна сказати, що використання відходів основного виробництва є запорукою зниження собівартості виробництва і допоможе сучасним українським підприємствам вийти на новий рівень конкурентоспроможності.

Процеси ресурсозбереження на підприємстві позитивно впливають на широке коло суб'єктів, що сприймають його результати. До них можна віднести: підприємство-виконавця ресурсозберігаючих заходів, споживачів його продукції, торговельних партнерів, працівників підприємства. Для кожного суб'єкта ефект від ресурсозбереження полягає в покращенні умов діяльності, збільшенні його доходів та покращенні якості продукції. Детальний аналіз ефекту від ресурсозбереження для кожного з учасників процесу наведено на рисунку.

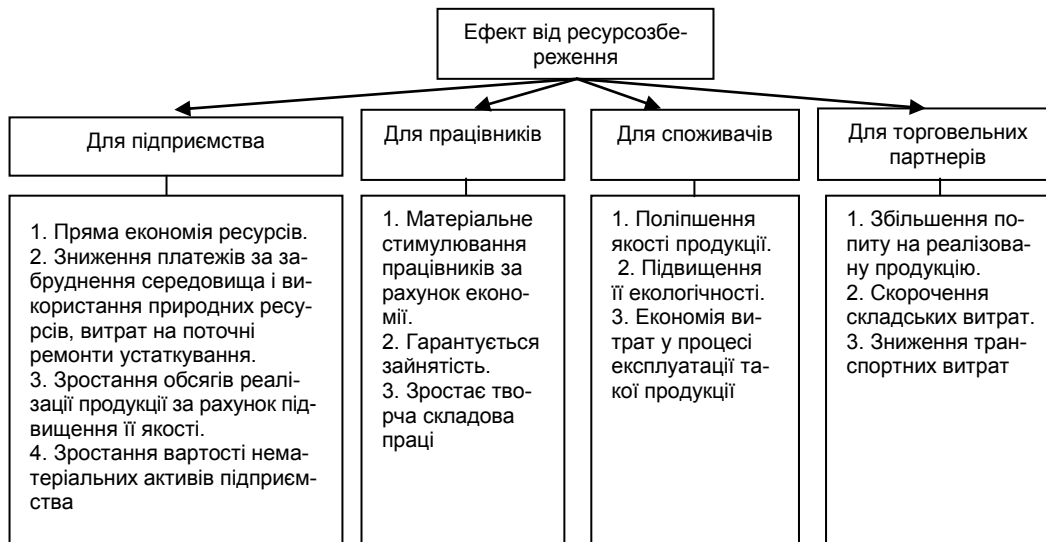


Рис. Ефект від ресурсозбереження

Перехід до ресурсозберігаючого виробництва вимагає комплексної раціоналізації використання ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних, інформаційних), структурної перебудови виробництва з урахуванням реальних потреб внутрішнього й зовнішнього ринків, удосконалення досягнень науково-технічного прогресу, новітніх методів керування, аналізу й прогнозування. Тож потрібно впроваджувати всі необхідні зміни комплексно, щоб отримати бажаний синергійний ефект від ресурсозбереження.

Таким чином, автором було визначено, що реалізація ресурсозберігаючих технологій супроводжується отриманням економічного ефекту, а це свідчить про економічну доцільність здійснення ресурсозбереження.



У подальших дослідженнях автором буде розроблена стратегія ресурсозбереження для конкретного підприємства.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Иванов Н. И. Методические подходы к решению проблемы ресурсосбережения / Н. И. Иванов, Л. Т. Хижняк, Д. В. Липницкий. – Донецк : Институт экономики промышленности НАН Украины, 1997. – 28 с. 2. Сотник І. М. Еколого-економічні механізми мотивації ресурсозбереження : монографія / І. М. Сотник. – Суми : ВВП "Мрія" ТОВ, 2008. – 230 с. 3. Мельник Л. Г. Эколого-экономические основы ресурсосбережения : монография / Л. Г. Мельник, С. А. Скоков, И. Н. Сотник / под ред. канд. экон. наук, доц. И. Н. Сотник. – Сумы : ИТД "Университетская книга", 2006. – 229 с. 4. Мазин Ю. А. Экологические издержки производства в Украине : монография / Ю. А. Мазин. – Сумы : РИО "АС-Медиа", 2003. – 72 с. 5. Конищева Н. И. Управление ресурсосбережением на предприятиях новых форм хозяйствования / Н. И. Конищева, Р. И. Балашова // Современные проблемы управления экономикой : сборник научных трудов. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1994. – С. 133–144. 6. Крушельницька О. В. Управління матеріальними ресурсами / О. В. Крушельницька. – К. : Кондор, 2003. – 162 с.

Михайленко А. С.

УДК 658.152

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Запропоновано та обґрунтовано методику оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

Аннотация. Предложена и обоснована методика оценки инвестиционной привлекательности предприятия.

Annotation. The article examines and analyzes the approach to the estimation of the investment attractiveness of enterprise.

Ключові слова: інвестиційна привабливість, методика оцінки інвестиційної привабливості підприємства.

У сучасних умовах господарювання забезпечення економічного розвитку підприємств в Україні пов'язане, передусім, із підвищенням їхньої інвестиційної привабливості як для залучення іноземних інвестицій, так і для міжгалузевого перерозподілу інвестиційних ресурсів. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства має вагомe значення у процесі прийняття рішення щодо його інвестування. На сьогоднішній день не існує єдиної загальноприйнятої системи оцінювання інвестиційної привабливості, попередні дослідження довели, що кожна методика підходить тільки для певної групи підприємств, деякі є складними в застосуванні або не дають змогу однозначно оцінити рівень інвестиційної привабливості.

Проблему методики оцінки інвестиційної привабливості розглядали у своїх працях такі автори, як Балацький О. Ф., Теліженко О. М., Соколов М. О. [1], Бланк І. А. [2; 3], Донцов С. С. [4], Іванов А. П. [5], Ястремська О. М. [6; 7] та ін.

Метою дослідження є обґрунтування універсальної та легкої у застосуванні методики комплексної оцінки інвестиційної привабливості, яка дасть змогу інвестору обрати найбільш привабливий об'єкт для інвестування, а також обґрунтування доцільності використання запропонованої методики на практиці. Досягнення поставленої мети забезпечується використанням у роботі таких методів, як аналіз і синтез, наукове абстрагування, аналогія, порівняння.

У сучасній науковій літературі існує багато підходів до трактування терміна "інвестиційна привабливість підприємства". Зокрема Міністерство юстиції [8] визначає його як рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, яке може визначатися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, у тому числі інтегральної оцінки. Найбільш чітким та вичерпним, на думку автора, є наступне визначення. Інвестиційна привабливість підприємства – це збалансована система інтегральних та комплексних показників доцільності вкладання капіталу інвестором в об'єкт інвестування, яка відображає сукупність об'єктивних та суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування [9].

© Михайленко А. С., 2012

Дослідження деяких підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємства дає змогу зробити висновок щодо великої їх кількості та різноманітності. Кожна з методик має свої переваги, є унікальною й має право на існування. Відповідно, кожен підхід має свої недоліки. Проте це спонукає до появи нових, більш універсальних формул, розробок інших методів розрахунку і, як наслідок, виведення більш універсальної методики взагалі.

У таблиці наведена розрахункова таблиця розробленої автором методики комплексної оцінки інвестиційної привабливості підприємства. В основі даної методики лежить розрахунок часткових показників, які, на думку автора, дають найбільш вичерпну оцінку стану підприємства, дозволяють змогу інвестору оцінити рівень інвестиційної привабливості окремого підприємства, особливо у разі наявності великої кількості потенційно привабливих об'єктів, тобто на етапі відбору найбільш привабливого, з точки зору інвестування, підприємства. Базою дослідження для апробації розробленої методики є підприємство ПАТ "Охтирський пивоварний завод".

Таблиця

Розрахункова таблиця комплексної оцінки інвестиційної привабливості підприємства

№ п/п	Фактор впливу на інвестиційну привабливість підприємства	Критичне значення	Розрахункове значення	Бал (0/1)
1	Коефіцієнт автономії, грн/грн	Не менше 0,5	0,3	0
2	Відношення темпів приросту всіх активів до темпів приросту необоротних активів	Більше 1	-2,43	0
3	Коефіцієнт маневреності, грн/грн	Не менше 0,5	-1,19	0
4	Коефіцієнт мобільності майна, грн/грн	Не менше 0,5	0,34	0
5	Коефіцієнт накопичення, грн/грн	Менше 1	4,82	0
6	Коефіцієнт поточної фінансової ліквідності, грн/грн	Не менше 1,8	0,45	0
7	Коефіцієнт абсолютної фінансової ліквідності, грн/грн	Не менше 0,18	0,008	0
8	Витрати на 1 грн товарної продукції, грн/грн	Менше 1	0,82	1
9	Фондовіддача, грн/грн	Більше 1	1,62	1
10	Коефіцієнт придатності основних засобів, грн/грн	Більше 0,5	0,29	0
11	Річні темпи приросту продуктивності праці, %	Більше 0	54,67	1
12	Річні темпи приросту фондоозброєності, %	Більше 0	10,4	1
13	Річні темпи приросту чистого прибутку, %	Більше 0	-10,05	0
14	Рентабельність сукупного капіталу, %	Більше 0	8,67	1
15	Чиста рентабельність реалізованої продукції, %	Більше 0	1,52	1
	Сумарна оцінка	0 – 5 – низький рівень; 6 – 10 – середній рівень; 11 – 15 – високий рівень інвестиційної привабливості		6

Серед основних переваг запропонованої методики можна виділити наступні: дана методика дозволяє інвестору комплексно оцінити теперішнє становище підприємства; методика підходить для розрахунку рівня інвестиційної привабливості підприємств усіх форм власності; відносна простота та швидкість розрахунків; результатом є конкретна бальна оцінка, яка і визначає рівень інвестиційної привабливості; запропоновані показники характеризують привабливість підприємства повною мірою і можуть бути визначені на підставі даних діючих в Україні офіційних статистичних форм річної і квартальної звітності; за допомогою отриманої в ході розрахунків сумарної оцінки можна вибрати найкращий варіант для інвестора з-поміж ряду альтернативних.

Розроблена методика була використана для розрахунку показника інвестиційної привабливості підприємства ПАТ "Охтирський пивоварний завод" за даними за два роки. За результатами розрахунків було визначено, що рівень інвестиційної привабливості досліджуваного підприємства є середнім, його значення становить 6 балів, що доводить дієвість розробленої методики. Таким чином, у рамках даного підприємства з метою залучення інвестицій доцільним є запровадження заходів з підвищення його інвестиційної привабливості. У подальших дослідженнях планується розробити та оцінити ефективність таких заходів. Практичне значення розробленої методики полягає у тому, що вона може бути використана для оцінки інвестиційної привабливості не тільки досліджуваного підприємства, а й інших підприємств різних галузей економіки, що свідчить про універсальність запропонованої методики.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Балацький О. Ф. Управління інвестиціями : навч. посібн. / О. Ф. Балацький, О. М. Теліженко, М. О. Соколов. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2004. – 232 с. 2. Бланк І. А. Інвестиційний менеджмент / І. А. Бланк. – К. : МП "ІТЕМ, Лтд", "Юнайтед Лондон Трейд Лимітед",



1995. – 448 с. 3. Бланк И. А. Стратегия и тактика управления финансами / И. А. Бланк. – К. : МП "ИТЕМ, Лтд", "АДЕФ-Украина", 1996. – 534 с. 4. Донцов С. С. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия посредством анализа надежности его ценных бумаг / С. С. Донцов // Финансовый менеджмент. – 2003. – № 3. – С. 78–84. 5. Иванов А. П. Инвестиционная привлекательность акций / А. П. Иванов. – М. : Изд. Центр "Акционер", 2002. – 192 с. 6. Ястремська О. М. Стратегічне управління інвестиційною діяльністю підприємства : навч. посібн. / О. М. Ястремська. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2006. – 192 с. 7. Ястремська О. М. Теоретико-методологічні аспекти оцінки інвестиційного клімату / О. М. Ястремська // Стратегія економічного розвитку України : наук. зб. – 2005. – № 3(10). – С. 250–255. 8. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств і організацій: Затв. наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 23.02.1997 р. № 22 // Державний інформ. бюл. "Про приватизацію". – 1998. – № 7. – С. 18–28. 9. Брюховецька Н. Ю. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства: визначення недоліків деяких існуючих методик [Електронний ресурс] / Н. Ю. Брюховецька, О. В. Хасанова. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua>.

Червіна А. С.

УДК 658.152:629.5.083.5

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СУДНОРЕМОНТНОЇ ГАЛУЗІ

Анотація. Розглянуто основні джерела інвестиційних ресурсів, механізм залучення інвестицій, проаналізовано існуючі схеми інвестування. Виділено комбіновану схему інвестування підприємств судноремонтної галузі України, обґрунтовано її переваги та недоліки.

Аннотация. Рассмотрены основные источники инвестиционных ресурсов, механизм привлечения инвестиций, проанализированы существующие схемы инвестирования. Выделена комбинированная схема инвестирования предприятий судоремонтной отрасли Украины, обоснованы ее преимущества и недостатки.

Annotation. This article examines the main sources of investment funds, a mechanism to attract investment, analyzes the existing scheme of investment. A combined scheme of investment companies ship repair industry in Ukraine is allocated, its advantages and disadvantages are grounded.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна привабливість, інвестор, джерела інвестування, схема інвестування, механізм залучення інвестицій, кредит, фінансування, бізнес-план проекту.

У сучасних умовах господарювання найважливішим елементом у розвитку будь-якого бізнесу є залучення зовнішнього фінансування у вигляді кредиту або інвестицій. Основною метою інвестиційної політики підприємств є формування клімату, сприятливого інвестиційній діяльності.

Для підприємств судноремонтної галузі при несприятливих умовах зовнішнього середовища характерні такі риси: високий рівень зносу основних фондів, недозавантаження виробничих потужностей, падіння, високі ціни на сировину і матеріали, відсутність державної підтримки розвитку галузі. Таким чином, на сьогоднішній день більша частина підприємств галузі перебуває в кризовому фінансовому становищі, що обумовлює необхідність додаткового інвестування діяльності.

Дані питання розглядаються в роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних авторів, таких, як Бланк І. А. [1], Валінурова Л. С. [2], Гриньова В. Н. [3], Денисенко М. П. [4], Федоренко В. Г. [5], Шарп У. [6], Шевчук В. Я. [7]. Проте ряд питань цієї складної проблеми потребує у подальшому теоретичного та практичного обґрунтування. У наукових дослідженнях з управління інвестиційною діяльністю підприємства питання формування механізму залучення інвестиційних коштів потребує подальшого дослідження.

Метою даного дослідження є теоретичне обґрунтування джерел інвестиційних ресурсів та визначення механізму залучення інвестицій на судноремонтних підприємствах України.

Найбільш прийнятним є розподіл фінансових ресурсів інвестиційної діяльності на дві групи джерел інвестування: зовнішні і внутрішні [8]. До внутрішніх відносяться прибуток, амортизаційні відрахування, інвестиції власників підприємства. Зовнішні джерела складаються з бюджетних інвестицій, коштів кредитних установ та організацій, страхових компаній, недержавних інвестиційних фондів, іноземних інвестицій.

© Червіна А. С., 2012

Оскільки більшість підприємств досліджуваної галузі знаходяться в збитках, слід приділити особливу увагу залученню зовнішніх інвестицій. Їх доцільно розподілити на дві групи: зовнішні національні та зовнішні іноземні [3].

Залучення інвестицій – це багатоступінчастий процес, який зазвичай включає в себе такі стадії, як:

1. Аналіз інвестиційної ситуації та обґрунтування необхідності та прибутковості інвестицій.

Особливу увагу, на думку Гресько Т. С. [9], слід приділити таким аспектам, як оцінка інвестиційного клімату та інвестиційної привабливості, що забезпечує інвесторові додатковий дохід на вкладені кошти і знижує ступінь ризику. Щодо судноремонтної галузі, слід виділити наступні ключові чинники інвестиційної привабливості як вигідне географічне розташування – низький рівень конкуренції в галузі, нерозвинена виробнича та соціальна інфраструктури, сприятливі природні умови, високий рівень кваліфікації трудових ресурсів, близькість до постачальників

2. Аналіз інвестиційних альтернатив і вибір стратегії фінансування.

3. Підготовка інвестиційної документації для різних стадій переговорів з потенційними інвесторами.

4. Пошук потенційних інвесторів, презентація інвестиційного проекту, проведення переговорів і вибір інвестора.

5. Підготовка та реалізація угоди з надання інвестицій.

6. Контроль виконання інвестиційних умов і вихід інвестора з інвестиційного проекту.

Незалежно від виду залученого капіталу й типу інвестора, процес залучення інвестицій починається з детального обґрунтування потреби в них та доказів їх повернення та прибутковості. Це може бути зроблено в різних формах згідно з вимогами інвестора:

бізнес-план інвестиційного проекту;

техніко-економічне обґрунтування;

стратегічний бізнес-план розвитку підприємства;

інвестиційна пропозиція або меморандум.

На практиці для одного і того ж інвестиційного проекту використовуються різні види інвестиційної документації на різних стадіях переговорів з інвестором. Успіх у процесі пошуку і залучення інвестицій залежить від наступних факторів: глибини розрахунку інвестиційного проекту; широти й активності пошуку потенційних інвесторів; переконливості та наочності інвестиційної документації; ефективності та ініціативності в переговорах.

Існують наступні механізми інвестування діяльності підприємств:

1. Кредитування проекту.

2. Спільна участь у проекті (спільне підприємство).

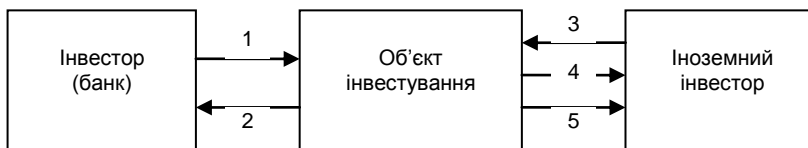
3. Портфельні інвестиції на фондовому ринку.

4. Контракт на управління.

Усі перелічені механізми можна застосувати як для іноземного, так і для національного інвестування. Однак для іноземного інвестування існує ряд правил, що ускладнює процес залучення інвестицій. До них відносяться: обов'язкова реєстрація інвестицій, необхідність відкриття іноземними інвесторами інвестиційних рахунків в уповноважених банках, перерахування грошових коштів з інвестиційних рахунків можливо виключно у гривні [10].

Банківська система України не готова повною мірою до повномасштабного кредитування реального сектору економіки, а інвестиційна сфера не забезпечує відповідного економічного розвитку на підставі дії законів ринку [3].

На думку автора, найбільш придатною схемою для інвестування вітчизняних підприємств є комбінація схем кредитування зовнішніх національних джерел і спільної участі в проекті з іноземними інвесторами. Дана схема наведена на рисунку.



Умовні позначення:

1. Кредит під заставу об'єкта інвестування.

2. Величина кредиту + відсоток за користування кредитом.

3. Величина пайової участі інвестора.

4. Дивіденди з інвестицій.

5. Накопичена вартість капіталу.

Рис. Схема інвестування підприємств судноремонтної галузі України

До переваг запропонованої схеми відносяться зниження ризиків для об'єкта інвестування, спрощення процедури залучення інвестицій, отримання досвіду ведення бізнесу іноземними підприємствами. Недоліками є високі ставки кредитування, необхідність створення системи гарантій захисту іноземних інвесторів, контроль держави за іноземними інвестиціями та низька інвестиційна привабливість країни.



Таким чином, у дослідженні були охарактеризовані основні види джерел фінансування діяльності підприємств та визначено механізм залучення інвестицій на підприємствах судноремонтної галузі України. У подальших дослідженнях автор планує зосередити свою увагу на моделі підвищення інвестиційної привабливості судноремонтного підприємства.

Наук. керівн. Іпполітова І. Я.

Література: 1. Бланк І. А. Інвестиційний менеджмент / І. А. Бланк. – К. : МП "ІТЕМ" ЛТД, Юнайтед Лондон Трейд Лимітед", 1995. – 447 с. 2. Валинурова Л. С. Управление инвестиционной деятельностью : учебник / Л. С. Валинурова, О. Б. Казакова. – М. : КНОРУС, 2005. – 384 с. 3. Інвестиційний менеджмент : навч. посібн. / В. М. Гриньова, В. О. Коюда, О. П. Коюда та ін. – 2-ге вид., допрац. і доп. – Х. : ІНЖЕК, 2005. – 663 с. 4. Денисенко М. П. Основи інвестиційної діяльності : підручник для вищ. навч. закл. / М. П. Денисенко. – К. : Алерта, 2003. – 338 с. 5. Федоренко В. Г. Інвестиційний менеджмент : навч. посібн. / В. Г. Федоренко. – К. : МАУП, 1999. – 182 с. : іл. 6. Шарп У. Інвестиції / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бэйли ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 1024 с. 7. Шевчук В. Я. Основи інвестиційної діяльності / В. Я. Шевчук, П. С. Рогожин. – К. : Генеза, 1997. – 384 с. 8. Захарін С. В. Кредитування інвестиційної діяльності / С. В. Захарін // Фінанси України. – 2004. – № 4. – С. 97–105. 9. Греськів Т. С. Особливості інвестування промисловості / Греськів Т. С. // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2008. – № 13. – С.17–23. 10. Лесникова Е. Что изменилось в порядке иностранного инвестирования / Е. Лесникова // Главбух. – 2010. – № 10. – С. 9–11.

Ладижинський І. В.

УДК 658.26

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ НА КОКСОХІМІЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Досліджено існуючі тенденції впливу чинників використання енергетичних ресурсів на формування політики енергозбереження на підприємствах коксохімічної промисловості. Теоретично обґрунтовані основні напрями вдосконалення політики енергозбереження на підприємствах коксохімічної промисловості.

Анотация. Исследованы существующие тенденции влияния факторов использования энергетических ресурсов на формирование политики энергосбережения на предприятиях коксохимической промышленности. Теоретически обоснованы основные направления совершенствования политики энергосбережения на предприятиях коксохимической промышленности.

Annotation. Existing tendencies of factors's of using the power resources influence on forming of energy-savings policy on the enterprises of coke industry are investigated. The necessity of basic perfection of energy-saving policy directions on the coke industry enterprises were grounded in theory.

Ключові слова: паливно-енергетичні ресурси, енергетичний баланс, енергетичний аудит, енергетичний менеджмент, енергозбереження, енергоефективність, потенціал енергозбереження, політика енергозбереження.

Одним з пріоритетних напрямів промислової політики у гірничо-металургійному комплексі є зменшення енергоємності виробництва.

Реалізацію цього напрямку розвитку металургії й коксохімії необхідно розглядати як актуальний шлях вирішення проблеми збереження конкурентоспроможності української металопродукції в умовах зростання цін на енергоносії у світі. Енергоємність є одним з ключових елементів собівартості продукції, що забезпечує зниження ціни й підвищення рентабельності, конкурентоспроможності, зменшення енергетичної залежності підприємства.

У зв'язку з цим виникає потреба в аналізі ефективності використання енергетичних ресурсів, проведенні заходів з енергозбереження, оцінці їх ефективності, а на основі цього – обґрунтування політики енергозбереження.

Коксохімічна підгалузь України є складовою частиною гірничо-металургійного комплексу промисловості (надалі – ГМК). За період 2000 – 2009 рр. виробництво коксу в Україні зменшилося на 10,2 %, але його динаміка мала суперечливий й нестійкий характер – попри падіння виробництва коксу в натуральному обсязі, зростання об'єму товарної продукції в діючих цінах склав 1 027 %,

що свідчить про попит та дуже стрімке зростання цін на коксохімічну продукцію на вітчизняному ринку [1; 2].

На даний момент специфічними рисами українського коксохімічного виробництва є постійне зростання попиту на кокс унаслідок його дефіциту на внутрішньому ринку, додаткового попиту на кокс через модернізацію сучасної доменної металургії установками вдування пиловугільного палива, зростання попиту на кінцеву продукцію чорної металургії внаслідок впливу світової кон'юнктури ринку.

Дослідженню питань підвищення ефективності використання енергоресурсів і енергозбереження в умовах ринкової економіки присвячено праці вітчизняних і зарубіжних науковців: В. Рудики [1; 2], Є. Котлярова [3], Ю. Бакаліна [4], Б. Войтенка [5], Б. Димо [6], В. Похабова, Д. Клевзовича [7], Д. Сталінського, В. Ботштейна [8] та ін. Також за останні роки був проведений великий обсяг науково-методичних робіт – затвердження методик нормування питомих витрат енергоресурсів у коксохімічній галузі – практично за кожним видом паливо-енергетичних ресурсів (надалі – ПЕР).

Однак широке коло питань залишається недостатньо вирішеним. Зокрема, потребують подальшого розвитку дослідження проблем впливу енергетичних чинників на результати функціонування підприємства, аспектів формування політики енергозбереження підприємства на основі системи планування та аналізу показників ефективності енергозберігальних проектів.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування технічних, економічних, організаційних рішень, які стануть основою для утворення системи управління політикою енергозбереження на коксохімічному підприємстві.

Основним документом, що регламентує питання енергозбереження, є Закон України "Про енергозбереження" [9]. У даному Законі під енергозбереженням розуміється "діяльність (організаційна, наукова, практична, інформаційна), яка спрямована на раціональне використання та економне витрачання первинної та перетвореної енергії і природних енергетичних ресурсів у національному господарстві і яка реалізується з використанням технічних, економічних та правових методів". Під раціональним використанням паливно-енергетичних ресурсів розуміється "досягнення максимальної ефективності використання паливно-енергетичних ресурсів при існуючому рівні розвитку техніки та технології і одночасному зниженні техногенного впливу на навколишнє природне середовище" [9].

На даний час існує чітке визначення політики енергозбереження – це комплексна діяльність, орієнтована на реалізацію технологічного потенціалу енергозбереження через застосування технічних та технологічних новацій, які сприяють зменшенню споживання енергії [4].

Реалізація потенціалу технологічного енергозбереження забезпечується через створення програми конкретних першочергових та перспективних заходів і завдань з підвищення енергоефективності.

Зазначаючи відмінність понять "енергоефективність" та "енергозбереження", можна зробити висновок, що термін "енергоефективність" відображає якісну характеристику конкретного підприємства, а "енергозбереження" – результативність дій із зниження кількісних параметрів енергоспоживання конкретних елементів паливо-енергетичних ресурсів.

Існує чіткий перелік завдань, які потрібно вирішити у ході реалізації програми створення політики енергозбереження на коксохімічному підприємстві:

- зниження енергоємності коксохімічної продукції до рівня провідних підприємств галузі;

- оптимізація енергопостачання й розподілення ПЕР;

- максимальна утилізація вторинних енергетичних ресурсів технологічних процесів коксового виробництва;

- підвищення надійності енергопостачання коксохімічного виробництва;

- упровадження технологічних заходів захисту навколишнього середовища.

Галузева програма енергозбереження [10] у промисловості наголошує на таких заходах енергозбереження в коксохімії, як будівництво, реконструкція та технічне переоснащення вуглепідготовчих цехів, коксових батарей, оновлення пічного фонду, будівництво установок сухого гасіння коксу для впровадження енергозберігальних технологій, створення технології виробництва коксу без уловлювання хімічних продуктів коксування з одночасним генеруванням електроенергії, розроблення технології утилізації технологічних відходів коксохімічного виробництва зі замкнутими матеріальними потоками та збереженням енергетичних ресурсів, зменшення витрат вугілля внаслідок використання технології брикетування вугілля та коксового дрібняку, термічної підготовки, трамбування, підігріву та інших технологій підготовки шихти для коксування.

Політика енергозбереження ґрунтується на регулярному проведенні енергетичного аудиту, що має на меті глибоку й всебічну перевірку доцільності й раціональності використання тих чи інших енергоресурсів, відповідність основним нормам й нормативам витрат ПЕР, впровадженні системи енергетичного менеджменту, що дозволяє одержати докладну картину споживання енергії на підприємстві і порівняти ефективність існуючого споживання зі споживанням енергії на інших підприємствах галузі.

Енергетичний аудит й енергетичний менеджмент спрямовані на підвищення ефективності виробництва і споживання енергії, тісно пов'язані із загальними організаційними заходами щодо енергозбереження – розробкою законодавства і стандартів стосовно енергозбереження, впровадження обліку й контролю споживання енергоресурсів на підприємстві, визначення й підтримка оптимальних параметрів технологічних процесів.

Основні напрями впливу на складові елементи політики енергозбереження наведені на рисунку.

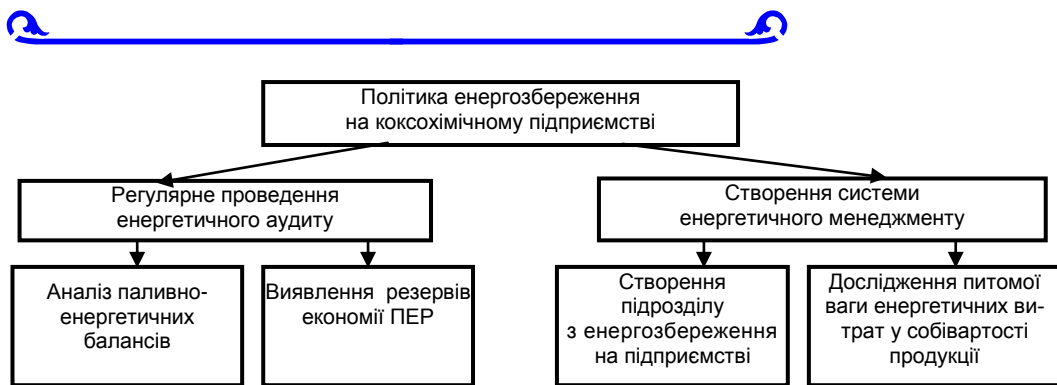


Рис. Основні складові політики енергозбереження на підприємстві

Проведення енергетичного аудиту – початкова фаза впровадження на підприємстві системи енергетичного менеджменту.

Енергетичний аудит – технічне інспектування підприємств (виробництв) з погляду їх енергоспоживання з метою визначення можливої економії енергії і допомоги підприємству (виробництву) в економії енергії на практиці завдяки механізмам енергетичної ефективності, а також з метою впровадження на підприємстві енергетичного менеджменту [6].

Основою для визначення потреби підприємства в енергетичних ресурсах й джерелах їх покриття, а також для встановлення науково обґрунтованих норм витрат енергоресурсів на виробництво продукції є енергетичні баланси.

Енергетичний баланс – система показників, що характеризують процес перетворення енергії або постачання нею споживачів, що відображають рівність підведеної енергії, з одного боку, й суми корисної енергії, що передається, її втрат – з іншої [3]. Важливим моментом енергетичних балансів підприємств в останні роки є резерви економії ПЕР. Зниження витрат ПЕР, використання вторинних енергетичних ресурсів (ВЕР) у виробництві може бути досягнуто за наступними напрямками [3; 10]:

удосконалення енергетичного господарства, проведення заходів з його технічного переозброєння;

термічна підготовка й сушка вугільної шихти перед коксуванням з використанням фізичного тепла коксу, коксового газу, газів, що відходять від коксових печей;

зменшення втрат коксового газу як носія теплової енергії, його утилізація.

Проведення аналітичних досліджень питомої ваги енергетичної складової витрат у собівартості та вартості основної продукції у прогнозованих ринкових цінах мають бути наочним обґрунтуванням наявності економічного ефекту від впровадження заходів з енергозбереження. Так, існуючий рівень енергоспоживання підприємства суттєво зменшується, а його структура за вартісними показниками оптимізується належним чином, звільнившись від домінуючої ролі електроенергії, натомість провідну роль на підприємствах, що впроваджують політику енергозбереження, повинні мати тепло розжареного коксу й коксовий газ.

Енергетичний менеджмент дозволяє одержати докладну картину споживання енергії на підприємстві і порівняти ефективність існуючого споживання зі споживанням енергії на інших підприємствах галузі.

Енергетичний менеджмент – система керування енергоспоживанням на підприємстві, яка спирається на проведення типових вимірювань і перевірок та забезпечує таку роботу підприємства, коли споживається тільки цілком потрібна (теоретично) для виробництва кількість енергії [7]. Це основний інструмент скорочення споживання енергії і, відповідно, підвищення ефективності її використання.

Незважаючи на досить докладне висвітлення питань енергетичного менеджменту, на досить великій кількості підприємств усе ще не створені підрозділи, відповідальні за енергозбереження.

На багатьох підприємствах завдання з економії ПЕР усе ще не доводяться до цехів, робітників, що працюють з енергоємними агрегатами. Також не повною мірою реалізуються заходи з використання вторинних енергетичних ресурсів.

Енергетичний менеджмент ґрунтується, насамперед, на доведенні до усіх відповідальних підрозділів на заводі про необхідність виконання норм витрат ПЕР. Необхідним є створення системи заохочення за сприяння виконання цих норм й налагодження чіткої роботи підрозділів у процесі впровадження проектів з енергозбереження.

Проблема надмірного використання енергетичних ресурсів, яка наявна на коксохімічних підприємствах України, висвітлена у попередніх практичних й аналітичних дослідженнях Вуглехімічного інституту (ВХІН). Одним із напрямів систематичного вирішення проблеми енергетичної ефективності виробництва є створення органу управління енергозбереженням в рамках організаційної структури підприємства. Таким органом має бути окремий підрозділ, що буде головним у системі управління проектами енергозбереження, займатиметься питаннями ефективного використання ПЕР, матиме чіткий розподіл функцій й відповідальності.

На сьогоднішній день існує проблема перевищення фактичних показників енергетичних витрат над теоретичними (за розрахунками ВХІН – у середньому на 56 %) на коксохімічних підприємствах України. Для її вирішення необхідне проведення систематичного енергетичного аудиту, складання й чітке дотримання енергетичних балансів, використання резервів економії ПЕР, упро-

вадження системи енергетичного менеджменту, що ґрунтується на створенні чіткого механізму управління й контролю використання енергетичних ресурсів підприємства окремим підрозділом з енергозбереження на підприємстві.

Ці складові політики енергозбереження створять більш сприятливі умови втілення проектів підвищення енергетичної ефективності виробництва, реконструкції й технічного переоснащення енергоємного устаткування. Вони, у свою чергу, забезпечать істотне зниження витрат енергетичних ресурсів на підприємствах до теоретичного рівня, дозволять зменшити питому вагу енергетичної складової у собівартості продукції і, як наслідок, скорегувати цінову політику підприємства.

Наук. керівн. Тишенко Д. О.

Література: 1. Рудька В. И. Внешняя среда и ее влияние на производство продукции предприятий коксохимической промышленности : монография / В. И. Рудька. – Х. : ИНЖЭК, 2007. – 127 с. 2. Рудька В. И. Энергосбережение в базовых отраслях промышленности: теория, технология : монография / В. И. Рудька. – Х. : ИНЖЭК, 2007. – 303 с. 3. Довідник коксохіміка : у 6-ти т. Т. 6. Економіка, організація й управління коксохімічним підприємством / під ред. А. М. Приступи, к.е.н. Є. І. Котлярова, В. А. Корнілової. – Х. : Вид. "ІНЖЕК", 2010. 4. Бакалін Ю. І. Енергозбереження та енергетичний менеджмент : навч. посібн. для вищ. навч. закл. / Ю. І. Бакалін. – 3-тє вид., допов. та переробл. – Х. : Бурун і К°, 2006. – 319 с. 5. Аналіз енерго- й ресурсозбереження на підприємстві й розробка рекомендацій з впровадження енергозберігаючих технологій / Б. І. Войтенко, В. Н. Рубчевський, В. С. Шарагін та ін. // Углекимический журнал. – 2009. – № 1 – 2. 6. Димо Б. В. Основи енергетичного аудиту : навч. посібн. / Б. В. Димо, В. І. Пилипчак. – Миколаїв : НУК, 2007. – 125 с. 7. Похабов В. И. Энергетический менеджмент на промышленных предприятиях / В. И. Похабов, В. И. Клевзович, В. В. Ворфоломеев // сборник научных трудов. – Мн. : Технопринт, 2002. – 176 с. 8. Сталинский Д. В. Пути снижения энергозатрат на предприятиях горно-металургического комплекса Украины / Д. В. Сталинский, В. А. Ботштейн, И. Г. Каневский // Экология и промышленность. – 2006. – № 2. 9. Про енергозбереження : Закон України від 01.07.1994 г. № 7/94-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 10. Галузева програма енергоефективності та енергозбереження на період до 2017 р. Затверджено наказом міністра промислової політики України № 152 від 25.02.2009 року. 11. Независимый информационно-аналитический Интернет-проект в сферах политики, экономики, финансов и права, происходящие как в Украине, так и за ее пределами [Електронний ресурс]. – Режим доступа : minprom.ua

УДК 658.8:005.21

Дурдиєва Д. Т.

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ ЗАЛЕЖНІСТЬ ВІД УМОВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Анотація. Розглянуто сутність поняття "стратегія", проаналізовано підходи до визначення маркетингової стратегії, охарактеризовано основні типи маркетингових стратегій, сформовано перелік маркетингової стратегії залежно від зовнішнього середовища.

Аннотация. Рассмотрена сущность понятия "стратегия", проанализированы подходы к определению маркетинговой стратегии, охарактеризованы основные типы маркетинговых стратегий, сформирован перечень маркетинговых стратегий в зависимости от внешней среды.

Annotation. In the article the essence of concept "strategy" is considered, approaches to "marketing strategy" determination are analyzed, basic types of marketing strategy are characterized, the list of marketing strategy depending on an external environment is generated.

Ключові слова: стратегія, маркетингова стратегія, захисна стратегія, розвиваюча стратегія, атакуюча стратегія.

Нестабільність ринкового середовища, глобалізація світової економіки, обмеженість ресурсів, надлишок виробничих потужностей сприяє інтенсифікації конкуренції між усіма суб'єктами ринку. За таких умов ефективність розвитку підприємства істотно залежить від урахування тенденцій



зовнішнього і внутрішнього середовищ, орієнтації на споживача, адекватності управлінських рішень, що обумовлює необхідність формування гнучкої перспективної маркетингової стратегії.

Теоретичні та практичні аспекти формування маркетингових стратегій висвітлені в наукових роботах зарубіжних і вітчизняних вчених: М. Портер, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Г. Ассель, Фатхутдінов Р. А., Тімонін А. М., Г. Хулей, Куденко Н. В., І. Решетнікова та ін. Аналіз літературних джерел дозволяє зробити висновок про те, що багато проблем у сфері організації стратегії маркетингової діяльності ще недостатньо вивчені, мало висвітлені в економічній літературі, в той час як рішення цих проблем стає обов'язковою умовою не тільки кожного підприємства, а й функціонування самого товарного ринку. Проблемними також залишаються неоднозначність трактування маркетингової стратегії, неповне визначення причинно-наслідкових зв'язків між внутрішнім і зовнішнім середовищами підприємства та маркетингової стратегії, яку вона реалізує.

Метою дослідження є узагальнення та обґрунтування поняття маркетингової стратегії, обґрунтування вибору типу маркетингової стратегії в певних умовах зовнішнього середовища.

У сучасних нестабільних і непередбачуваних умовах господарювання запорукою успішного функціонування підприємств виступає розробка й реалізація маркетингової стратегії. Термін "стратегія" в перекладі з давньогрецької означає "містецтво полководця", тобто загальний план будь-якої діяльності, що охоплює тривалий період часу, спосіб досягнення складної мети [1]. Відомий вчений у галузі менеджменту Мескон М. Х. дає своє визначення цього терміна: "стратегія є детальним всебічним комплексним планом, призначеним для того, щоб забезпечити здійснення місії організації та її досягнення" [2, с. 260]. І. Ансофф і М. Портер вважають, що стратегія показує, в якій сфері господарської діяльності діє компанія, в якому напрямі вона має намір розвиватися, і прагне зайняти конкурентну позицію в галузі [3; 4]. Фатхутдінов Р. А. визначає стратегію як програму, план, генеральний курс суб'єкта управління до досягнення нею стратегічних цілей у будь-якій сфері діяльності [5]. Формування стратегії є центральним етапом у процесі стратегічного управління. Серед існуючих різновидів стратегій маркетингова стратегія займає особливе місце. Маркетингова стратегія є частиною загальної стратегії підприємства, частка якої, за міжнародними даними, складає близько 80 %.

У даний час існує безліч визначень поняття "маркетингова стратегія" (табл. 1).

Таблиця 1

**Визначення поняття "маркетингова стратегія"
вітчизняними та зарубіжними авторами**

№ п/п	Автор	Трактовка терміна
1	Ф. Котлер, Г. Армстронг	"Стратегія маркетингу головну увагу приділяє цільовим покупцям. Компанія вибирає ринок, поділяє його на сегменти, вибирає найбільш перспективні і концентрує свою увагу на обслуговуванні і задоволенні цих сегментів" [6, с. 132]
2	Ж.-Ж. Ламбен	"Маркетингові стратегії – це засоби досягнення маркетингових цілей з маркетингу-міксу" [7]
3	Г. Ассель	"Стратегія маркетингу – основний метод компанії впливати на покупців і спонукати їх до покупки" [8, с. 52]
4	Г. Хулей, Д. Сондерс, Н. Пірсі	"Маркетингова стратегія полягає в тому, щоб забезпечити відповідність можливостей компанії умов конкурентного ринку, на яких вона працює, не тільки на даний момент, але і на майбутнє" [5, с. 39]
5	Тімонін А. М., Бровко Є. М.	"Маркетингова стратегія – це ряд скоординованих дій, спрямованих на завоювання стійких конкурентних переваг" [9, с. 50]
6	Решетнікова І. Л.	"Маркетингова стратегія – найбільш важлива функціональна стратегія підприємства, яка є основою розробки стратегії загальнофірмової і бізнес-плану, вона охоплює всі господарські області та функціональні підсистеми підприємства" [10, с. 52]
7	Крюков А. Ф.	"Стратегія маркетингу – це спосіб дій для досягнення маркетингових цілей" [11, с. 34]
8	П. Дойл	"Маркетингова стратегія – рішення в області маркетингу та інновацій, які визначають напрям, в якому рухається компанія, виконуючи поставлені завдання" [12, с. 50]
9	Уткин Е. А.	"Стратегія маркетингу – це складова частина всього стратегічного управління підприємством. Основне завдання полягає в підтримці і розвитку процесу виробництва, інтелектуального потенціалу співробітників фірми, у підвищенні асортименту та якості вироблених товарів, в освоєнні нових ринків, збільшення збуту і, нарешті, підвищенні ефективності діяльності" [13, с. 325]
10	Куденко Н. В.	"Маркетингова стратегія – це вектор дій фірми зі створення її цільових ринкових позицій" [14, с. 13]

Аналіз існуючих підходів до визначення поняття "маркетингова стратегія" з урахуванням сучасних умов господарювання вітчизняних підприємств дозволяє нам визначити її як вектор дій підприємства і по відношенню до споживачів, і по відношенню до конкурентів.

Маркетингова стратегія є довгостроковою; є засобом реалізації маркетингових цілей підприємства; ґрунтується на результатах маркетингового стратегічного аналізу; є основою для розробки

загальної стратегії підприємства, а також основою його ринкової діяльності. В економічній літературі виділяють такі типи маркетингових стратегій [15, с. 57]:

захисні стратегії (поліпшення іміджу підприємства, поліпшення характеристик товару, повне виконання зобов'язань з доставки, зміна стилю / оформлення товару / послуги, збільшення тривалості терміну служби товару, усунення недоліків товару тощо);

розвиваючі стратегії (розширення асортименту товару, збільшення обсягу запропонованих послуг, пошук нових сфер застосування товару, розробка новинок);

атакуючі стратегії (зміна політики ціноутворення, використання нових каналів продажів, пошук нових можливостей розподілу, вихід на нові географічні, галузеві ринки).

Захисна стратегія полягає в прагненні підприємства утримувати свої позиції на ринку, протистояти основним конкурентам і не допускати спад.

Розвиваючі стратегії передбачають розширення асортименту товарів і послуг. Це не найбільші виробники, однак вони ростуть і прагнуть збільшити свою частку на ринку.

Атакуючі стратегії спрямовані на залучення нових покупців товарів підприємства. Дані стратегії привабливі для підприємств, які активно борються за додаткових покупців.

Вибір кожної із стратегій істотно залежить від умов зовнішнього середовища (табл. 2).

Таблиця 2

Залежність вибору маркетингової стратегії від умов зовнішнього середовища

№ п/п	Маркетингова стратегія	Характеристика зовнішнього середовища
1	Захисна стратегія	Нестабільність економічного середовища, нерозвиненість і нестабільність законодавства у галузі економіки, економічна криза в окремих галузях, низькі темпи зростання економіки, високі темпи інфляції, високі процентні ставки, високий рівень ризику ведення виробничої діяльності в умовах несприятливого макросередовища, зміни у податковому законодавстві та ін.
2	Розвиваюча стратегія	Наявність економічних перспектив підприємства і країни в цілому, стабілізація законодавства в галузі економіки, нові технології, збільшення доходів населення, підвищення рівня життя населення та ін.
3	Атакуюча стратегія	Економічна стабільність, високі темпи зростання економіки, низькі темпи інфляції, низькі відсоткові ставки, високий рівень життя населення, технологічні зміни та ін.

На сьогоднішній день більшість українських підприємств вибрали захисну стратегію, що пов'язано з несприятливими умовами зовнішнього середовища. Незначна кількість підприємств дотримуються розвиваючої і атакуючої стратегії. Вибір розвиваючої стратегії відображає позитивні очікування щодо економічних перспектив підприємства і країни в цілому. Підприємства, що дотримуються атакуючої стратегії, пропонують нові товари і послуги і не задоволені попитом на добу.

У результаті проведеного дослідження узагальнена сутність маркетингової стратегії підприємства, визначені основні типи маркетингових стратегій, особливості їх використання, сформульований перелік маркетингових стратегій з урахуванням зовнішнього середовища підприємства. Рекомендовані маркетингові стратегії дозволяють підприємству бути більш гнучким в умовах мінливого середовища, що сприятиме підвищенню ефективності маркетингової діяльності підприємства та доцільності управлінських рішень, що приймаються на підприємстві.

Наук. керівн. Олейникова Н. М.

Література: 1. <http://ru.wikipedia.org>. 2. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 2005. – 720 с. 3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер, 1999. – 415 с. 4. Портер М. Стратегия конкуренции та анализ галузей / М. Портер. – К. : Основи, 1997. – 464 с. 5. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ЗАТ "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. – 640 с. 6. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Д. Сондерс. – 3-е европейское изд. – М. ; СПб. ; К. : Изд. дом "Вильямс", 1998. – 1056 с. 7. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 1996. – 583 с. 8. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия / Г. Ассель. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 804 с. 9. Тімонін О. М. Стратегії маркетингу : навч. посібн. / О. М. Тімонін, С. С. Олійник. – Х. : Око, 1999. – 184 с. 10. Решетнікова І. Л. Стратегія маркетингу: особливості формування на вітчизняних підприємствах : монографія / І. Л. Решетнікова. – Луганськ : Видавництво ВГУ, 1998. – 270 с. 11. Крюков А. Ф. Управление маркетингом : учебн. пособ. / А. Ф. Крюков. – М. : КноРус, 2005. – 368 с. 12. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегия / П. Дойль. – [3-е изд.] ; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с. 13. Уткин Е. А. Справочники по маркетингу / Е. А. Уткин. – М. : ЭКМОС, 1998. – 462 с. 14. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми : монографія / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 245 с. 15. Хулей Г. Маркетингова стратегія і конкурентне позиціонування / Грем Хулей, Джон Сондерс, Найджел Пірсі ; пер. з англ. – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2005. – 800 с.



Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

КРИТЕРИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Аннотация. Исследованы критерии конкурентоспособности продукции и выделены основные из них для косметической продукции в современных условиях хозяйствования.

Анотація. Досліджено критерії конкурентоспроможності продукції та виділено основні з них для косметичної продукції в сучасних умовах господарювання.

Annotation. In this article the criteria of cosmetic products and the main ones competitiveness are investigated in the current economic conditions are identified.

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции; критерии конкурентоспособности продукции, косметическая продукция, качество, ассортимент, новизна.

В связи с переходом экономики страны к рыночным отношениям вопросы конкурентоспособности продукции являются важнейшим условием успешного функционирования любого предприятия.

Под конкурентоспособностью изделий обычно понимается способность выдержать сравнение с аналогичными товарами и услугами других производителей и продаваться по ценам не ниже среднерыночных. Изучению проблем обеспечения конкурентоспособности продукции было уделено большое внимание в трудах ученых-экономистов, таких, как: Лифиц И. М., Фатхутдинов Р. А., Клименко С. М., Омеляненко Т. В., Барабась Д. О., Вакуленко А. В., Магомедов Ш. Ш. и др. Однако выбор критериев конкурентоспособности продукции необходимо осуществлять с учетом специфики отрасли, что обуславливает потребность в дальнейшем изучении данного вопроса.

Целью данной работы является исследование критериев конкурентоспособности косметической продукции в условиях рыночной экономики.

Несмотря на повышенное внимание к проблематике конкурентоспособности со стороны зарубежных и отечественных специалистов, все же приходится констатировать, что до настоящего времени общепринятого единого понятия конкурентоспособности еще не разработано.

Конкурентоспособность продукции – это характеристика товара (услуги), отражающая его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение [1].

Оценка конкурентоспособности продукции и процесс ее обеспечения основывается на использовании различных критериев. Критерий – признак, на основании которого производятся оценка, классификация [2].

Под понятием "критерий конкурентоспособности" понимается качественная и количественная характеристика, служащая основанием для оценки ее конкурентоспособности [3; 4].

Выделяют такие критерии, которые можно использовать для любой отрасли:

технические (нормативные, эргономические, эстетические);

экономические (цена потребления);

организационные (скидки, условия платежа и поставок, комплектность поставок, сроки и условия гарантии).

Однако чтобы объективно оценить конкурентоспособность товара, производитель должен при анализе использовать те же критерии, которыми оперирует потребитель. Только в этом случае можно ожидать, что оценка, данная своему товару предприятием, совпадает с мнением потребителя.

То есть при оценке конкурентоспособности продукции выбор критериев должен учитывать специфику продукции.

Также для оценки конкурентоспособности используются косвенные критерии, которые можно подразделить на две основные группы: потребительские и экономические.

Таким образом, можно сделать вывод, что потребительские критерии конкурентоспособности определяют потребительскую ценность или полезность товаров и представлены двумя основополагающими характеристиками: качеством и ассортиментом.

Среди потребительских критериев особое место занимает качество товаров, которое отдельные авторы считают наряду с ценой практически единственным критерием конкурентоспособности товаров. Однако такое представление о сущности конкурентоспособности, обусловленной ос-



новополагающими характеристиками товара, неполно. Для косметической продукции качество тесно связано с другим критерием конкурентоспособности – ассортиментом. Более того, целый ряд показателей качества одновременно применяется для формирования ассортимента товаров. К числу таких показателей относятся органолептические (внешний вид). Отличительные признаки между товарами разных ассортиментных групп и наименований также определяются с помощью показателей качества и влияют на их конкурентоспособность.

Следует учесть, что в условиях конкурентной среды повышение конкурентных преимуществ косметической продукции требует постоянного расширения, обновления и углубления ассортимента товаров. При реализации этих направлений ассортиментной политики неизбежно возникают конкурентные отношения между товарами.

Для косметической продукции важным критерием конкурентоспособности является также новизна модели. Современные рыночные отношения требуют постоянного обновления товарного предложения, поэтому весьма актуальна проблема производства и выпуска на рынок новых или модифицированных товаров, особенно в условиях жесткой конкуренции на рынке косметических товаров [5].

Еще одним условием обеспечения конкурентоспособности товаров является формирование имиджа товара. Имидж – это известность и репутация предприятия как надежного партнера, способного обеспечить качество товаров, а также в срок выполнять свои обязательства. Имидж предприятия переносится и на его продукцию и проявляется через торговую марку или товарный знак. Известность торговой марки и ее положительный имидж играет огромную роль при выборе косметической продукции.

Важнейшим экономическим критерием конкурентоспособности товаров является цена. Для разных категорий потребителей и групп товаров конкурентоспособность обеспечивается различными видами цен: закупочными, реализационными и потребления.

От правильности выбора критерия оценки конкурентоспособности товара зависит и точность самой оценки. При этом критерии должны быть выбраны не на базе предположений, личного опыта, а на основе детального изучения потребительского спроса, то есть проведения маркетинговых исследований. Поэтому чтобы оставаться конкурентоспособным, предприятие должно выполнять основные требования к критериям и показателям конкурентоспособности продукции.

Таким образом, в исследовании рассмотрен ряд критериев, используемые для оценки конкурентоспособности продукции и выделены основные, которые целесообразно применить для оценки именно косметической продукции, такие, как качество и ассортимент продукции, новизна модели товара, имидж, цена продукции.

Научн. рук. Селезнева Г. А.

Литература: 1. Магомедов Ш. Ш. Конкурентоспособность товаров : учебн. пособ. / Ш. Ш. Магомедов. – М. : Изд.-торг. корпорация "Дашков и К°", 2003. – 294 с. 2. Общий толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://tolslovar.ru>. 3. Лифиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт, 2001. – 224 с. 4. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посібн. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась та ін. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с. 5. Аромат. парфюмерно-косметическая фабрика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.aromat.com.ua.

УДК 658.81

Логовцова М. С.

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

ГОЛОВНІ НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено основні напрями ефективної організації збутової діяльності підприємства, які, у свою чергу, дозволять підвищити економічну діяльність на підприємстві.

Аннотация. Исследованы основные направления эффективной организации сбытовой деятельности предприятия, которые, в свою очередь, позволят повысить экономическую деятельность на предприятии.

© Логовцова М. С., 2012



Annotation. The main directions of the effective organization of the sales of the company, which in turn would increase economic activity in the enterprise are investigated.

Ключові слова: збутова діяльність підприємства, мережа збуту, канали розподілу, кінцеві покупці, кошторис витрат.

На сьогоднішньому етапі економічного розвитку України актуальною постає проблема ефективної організації збутової діяльності підприємства. Продукція або послуга, що виробляється фірмою, повинна бути оптимально реалізована: тобто з урахуванням побажань клієнтів і з отриманням максимального прибутку. Тому головне завдання будь-якого підприємця – ідеальним чином поєднати побажання клієнтів та власні виробничі можливості. В умовах ринкових відносин при організації збуту виняткове значення надається індивідуальному підходу до підприємств-споживачів, важливості особистих контактів зі споживачами, спеціалізації персоналу збутової діяльності на продажі окремих видів продукції (особливо технічно складних).

Теоретичним та практичним аспектам досліджуваної проблеми приділяється значна увага в працях вітчизняних і зарубіжних вчених. Вагомий внесок у вирішення питань щодо використання маркетингових підходів у формуванні ринкової системи збуту внесли Михальчук І. Р., Момот В. Є., Немцов В. Д., Панасенко С. В. та багато інших [1 – 7].

Метою дослідження є обґрунтування напрямів ефективної організації збутової діяльності підприємств парфумерно-косметичної галузі.

Збутова мережа – це визначена структура, сформована партнерами, які беруть участь у процесі конкурентного обміну, з метою надання продуктів і послуг у розпорядження індивідуальних споживачів чи індустріальних користувачів. Цими партнерами є виробники, посередники і кінцеві покупці. Будь-який збутовий канал виконує визначений набір функцій, необхідних для здійснення обміну [2].

Для фірми вибір збутової мережі (каналів розподілу) – це стратегічне рішення, що повинно бути сумісне не тільки з очікуваннями в цільовому сегменті, але і з власними цілями підприємства, саме від неї залежить конкурентоспроможність підприємства. Статус і роль збутового апарату фірми значно підвищуються, оскільки більше уваги приділяється потребам ринку; за рахунок інтеграції функцій маркетингу здійснюється глибша і ефективна ув'язка збуту з дослідженнями ринку, плануванням асортименту продукції, інструментарієм комунікативного міксу (наприклад, реклами); змінюється характер роботи зі збуту продукції, на перший план висуваються потреби і задоволеність покупців, а не виробника товару; виробник стає активним учасником збуту продукції завдяки широкій взаємодії з працівниками торгових організацій, включається до перепідготовки персоналу відділу збуту [4].

Збутова організаційна структура як органічний елемент системи організації управління підприємством у цілому і маркетингом зокрема повинна бути орієнтована на зростання числа комерційних угод та потенціалу наявних можливостей. Така структура має бути динамічна, оновлюючись на короткостроковій, епізодичній і поетапній засадах, мати невелику кількість ієрархічних рівнів і носити мережний характер [5].

Обґрунтуванням ефективності збутової політики є багатоваріантний розрахунок витрат обігу та вибір на його основі оптимального варіанта за основними напрямками збутової діяльності на цільовому ринку або його сегменті.

Всебічне вивчення споживчих переваг дозволяє розширювати ринки збуту продукції підприємства. Парфумерно-косметичні фабрики здійснюють свої продажі через мережі аптек, супермаркети, магазини, ринки, прями продажі, продажі по каталогу.

Іноземні споживачі, особливо після світової кризи, віддають перевагу недорогій і високоякісній парфумерно-косметичній продукції [8].

За загальним призначенням косметику розподіляють на гігієнічну, лікувально-профілактичну, декоративну, театральну (професійну) і лікувальну (медичну), що дає можливість поставляти продукцію не тільки в супермаркети та магазини, але ще й в аптеки.

Управління збутом на парфумерно-косметичній фабриці – це, в першу чергу, укладання договорів реалізації і поставки продукції. Для того щоб реалізувати продукцію, необхідно привернути увагу потенційних споживачів, викликати їх інтерес до продукту, бажання купити даний продукт, а також стимулювати споживачів до покупки. Так само збутова політика підприємства спрямована на підвищення ефективності фірми, тому що у сфері збуту остаточно виявляються всі зусилля маркетингу з підвищення прибутковості, пристосовуючи збутову мережу під споживача, підприємство має більше шансів вистояти в конкурентній боротьбі, саме в даній сфері підприємець знаходиться ближче до покупця [7].

Створення ефективної збутової діяльності на підприємстві обумовлено наступними перевагами: можливістю підтримки цін на продукцію на більш високому рівні й оперативному пристосуванню їх до наявного попиту; економією на витратах з просування товарів на ринок, на транспортні витрати і рекламу; забезпеченням швидкого та ефективного розповсюдження інформації про нові види продукції; забезпеченням якісного післяпродажного технічного обслуговування; використанням досвіду управління і маркетингової діяльності, накопичених за певний час, яка веде підготовку й перепідготовку керівників та адміністраторів, а також рядових службовців [3].

Таким чином, можна виділити основні напрями ефективної організації збутової діяльності на підприємстві, реалізація яких дозволить підвищити економічну діяльність підприємства парфумерно-косметичної галузі:

- 1) аналіз ринкової кон'юнктури;
- 2) визначення видів продукції для збуту;



3) складання кошторису витрат на збут;

4) селекція каналів збуту – є стратегічним рішенням фірми, розв'язується питання про вибір прямого чи непрямого шляху збуту продукції. Потім формуються різні альтернативні варіанти того чи іншого шляху збуту, здійснюються техніко-економічне порівняння варіантів і вибір одного з них;

5) організація торгових комунікацій – це комплексний вплив фірми на внутрішнє і зовнішнє середовища з метою створення сприятливих умов для стабільної прибуткової діяльності на ринку.

До них відносять:

пошук торгових точок;

рекламу;

стимулювання збуту;

6) планування і аналіз ходу й динаміки продажів;

7) планування та оцінка діяльності персоналу служби збуту;

8) координація діяльності системи збуту і зв'язків з внутрішніми підрозділами фірми і зовнішніми суб'єктами навколишнього середовища, що проводиться з метою підтримки ефективного поведінки системи збуту та забезпечення поставки необхідної споживачеві продукції в потрібний час, в потрібний район, у належній кількості і встановленій якості [1].

Таким чином, можна зробити висновок про те, що всі організаційні рішення зі збутової політики фірми мають бути прийняті тільки після глибокого аналізу існуючої ситуації і повинні націлені на виконання конкретних завдань підприємства, а також здобуття максимального прибутку або завоювання найбільшої частки ринку.

Наук. керівн. Селезньова Г. О.

Література : 1. Михальчук І. Р. Збутова діяльність підприємства : дис. канд. екон. наук : 08.06.01 / І. Р. Михальчук ; Тернопільська академія народного господарства. – Т., 2005. – 201 с. – Бібліогр. : арк. 163–178 с. 2. Момот В. Є. Формування збутової політики підприємства та середовища господарювання (Методологічний аспект) : дис. д-ра екон. наук : 08.06.01 / В. Є. Момот ; Дніпропетровський ун-т економіки та права. – Дніпропетровськ, 2004. – 366 с. 3. Насінник В. З. Маркетингова діяльність парфумерно-косметичної галузі / В. З. Насінник. – Львів, 2008. – 23 с. 4. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент : навч. посібн. / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К., 2008. – 223 с. 5. Панасенко С. В. Маркетинг и коммуникации в сбытовой деятельности предприятия / С. В. Панасенко. – М. : КНОРУС, 2009. – 496 с. 6. Фоміна М. В. Стратегія підвищення ефективності господарської діяльності торговельного підприємства : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.07.05 / М. В. Фоміна ; Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі. – Донецьк, 2009. – 17 с. 7. Шершньова З. Є. Маркетингове управління підприємством / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ. – 2010. – 345 с. 8. Аромат. парфумерно-косметична фабрика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.aromat.com.ua>.

УДК 658.153

Миронова В. В.

Студент 2 року магістратури
факультету економіки і права ХНЕУ

РОЛЬ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розкрито суть оборотних активів та їх вплив на фінансовий стан підприємства, зокрема вплив зміни окремих структурних елементів оборотних активів на фінансову стійкість підприємства.

Аннотация. Раскрыта сущность оборотных активов и их влияние на финансовое состояние предприятия, в частности влияние изменения отдельных структурных элементов оборотных активов на финансовую устойчивость предприятия.

Annotation. Essence of current assets and their influence on the financial state of enterprise, in particular, influence of change of separate structural elements of current assets on financial firmness of enterprise is exposed.

Ключові слова: оборотні активи, обґрунтований розмір оборотних активів, оборотність оборотних активів, дебіторська заборгованість, оборотність виробничих запасів.

© Миронова В. В., 2012



Сучасний етап функціонування економіки України характеризується кризовими явищами, високою інфляцією, тому вітчизняні підприємства змушені змінити свою політику щодо оборотних активів, визначити потребу в них, шукати нові джерела їх поповнення, вивчати проблеми ефективності їх використання. Вміле управління оборотними активами підприємства дозволяє виявити наявні резерви прискорення оборотності та збільшити їх використання в господарському обороті. У свою чергу, підвищення ефективності оборотних активів – означає вивільнення значних грошових ресурсів, що є актуальним для діяльності підприємства та економіки в цілому.

Проблеми методології, теоретичного та практичного обґрунтування питань, пов'язаних з обліком, аналізом та управлінням оборотними активами знайшли відображення у працях багатьох російських та українських вчених: Бланка І. А., Лебедько С. А., Радіонова Р. А., Сироткіна С. А. тощо [1 – 4].

Метою дослідження є обґрунтування ролі оборотних активів у цілому та окремих його складових на фінансовий стан підприємства, а також виявлення та узагальнення впливу наслідків зміни складу та структури оборотних активів.

З теоретичної й практичної точок зору, проблеми управління оборотними активами вітчизняних підприємств є надзвичайно актуальними і потребують попереднього розгляду економічної сутності поняття "оборотні активи", яке, з одного боку, має визначити сутність такого управління в сучасних умовах господарювання, а з іншого – його значення для забезпечення ефективного функціонування підприємств.

У сучасній економічній літературі та фінансово-господарській практиці існує багато різних підходів до визначення економічної сутності оборотних активів та зустрічаються різні поняття, пов'язані з ним. Так, поняття "оборотний капітал" та "оборотні активи" ототожнюються і використовуються як синоніми. На думку автора, таке ототожнення є неправильним. Оскільки капітал у ринковій економіці необхідно розглядати з точки зору інвестування, то частина загального капіталу, інвестована в різноманітні види оборотних активів, і називається оборотним капіталом. Капітал, інвестований в оборотні активи, приймає їх натурально-речову форму і тільки по закінченню операційного циклу використання оборотних активів повертається в тій же формі. Однак оборотний капітал на відміну від активів не споживається і витрачається, а інвестується з подальшим його збільшенням, щоб повернутися після закінчення кожного свого обороту в тій же формі для наступного інвестування. Отже, оборотні активи й оборотний капітал є двома категоріями, які характеризують одні й ті ж об'єкти: грошові кошти, короткострокові фінансові інвестиції, запаси, дебіторська заборгованість, але є поняттями нетотожними.

Оборотні активи – термін, який використовується в бухгалтерському обліку як найменування другого розділу активу бухгалтерського балансу, тобто до оборотних активів відносяться ті активи, які у бухгалтерському балансі відображаються у його другому розділі. У балансі до оборотних активів відносять:

- 1) матеріально-речові цінності, які використовуються у тому чи іншому виді діяльності як предмети праці;
- 2) продукти праці: готова до реалізації продукція, товари, напівфабрикати власного виробництва, а також продукція незавершеного виробництва;
- 3) засоби праці, які приносять дохід або які експлуатуються в інших цілях менш 12 місяців, а також основні засоби вартістю менше 1 000 грн;
- 4) грошові кошти;
- 5) дебіторська заборгованість;
- 6) короткострокові фінансові вкладення [5].

З визначення оборотних активів виходить неправомірність ототожнення понять "оборотні кошти" і "оборотні активи". Результати аналізу свідчать, що склад оборотних коштів і оборотних активів не збігається. Оборотні активи містять, на відміну від оборотних коштів, короткострокові інвестиції. Крім цього, є інша суттєва відмінність. Оборотні активи, особливо запаси сировини, матеріалів, палива тощо, споживаються і витрачаються у процесі виробництва, тобто переносять свою вартість на готову продукцію. Оборотні кошти як найбільш ліквідні ресурси "не витрачаються", тому що вони авансовані у виробництво. Якщо б оборотні кошти споживались і витрачались, то після кожного циклу кругообігу діючому підприємству доводилось поповнювати оборотні кошти як мінімум на всю величину використаних у процесі виробництва і реалізації продукції оборотних фондів і фондів обігу. Але в дійсності цього не відбувається, навпаки, після кожного циклу кругообігу прибутково працююче підприємство отримує приріст до авансованої у обіг грошової суми [6].

У літературі також зустрічається поняття "оборотні засоби" [2], під яким розуміють те ж, що під оборотними коштами, визнають інші автори. Однак таке визначення є некоректним перекладом з російської мови терміна "оборотные средства". Поняття "средства" в російській мові має два значення: сукупність грошей, кредитів, капіталів; зняття для здійснення якої-небудь діяльності. У даному випадку мова йде про перше значення даного слова і тому доцільним є переклад "оборотные средства" на "оборотні кошти", оскільки "засоби" висвітлюють значення слова "средства" в другому випадку.

Необхідно також відрізнити від поняття "оборотні кошти" поняття "ресурси", оскільки оборотні кошти є лише однією зі складових ресурсів, які об'єднують кошти, запаси, можливості, джерела засобів [1].

Таким чином, у зв'язку з різною економічною сутністю понять "оборотні активи", "оборотні кошти", "оборотний капітал" слід відмовитися від ототожнення цих економічних категорій і визначитися з термінологією, в першу чергу, в економічних словниках.



Невід'ємною частиною підприємницької діяльності є наявність функціонуючого капіталу для здійснення безперервного процесу відтворення, найбільш ефективного його використання, що забезпечує зростання прибутку та створення необхідних ресурсів для подальшого розширення виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції та завоювання нових ринків збуту. У зв'язку з цим виникає потреба в збільшенні вартості капіталу шляхом додаткових вкладень в основні та оборотні засоби, що приводить до необхідності економічно обґрунтованого визначення їх потреби та найбільш раціонального використання. У результаті чого створюються сприятливі передумови для мінімізації витрат, покращення ритмічності та злагоженості роботи підприємства та, як наслідок, збільшення економічних результатів його діяльності.

Основною метою аналізу оборотних активів є оцінка ефективності їх використання та оптимізація структури, тобто встановлення оптимальних пропорцій між їх складовими.

Даючи оцінку динаміки оборотним активам, необхідно брати до уваги позитивні наслідки їх зростання для фінансового стану підприємства. Однак абсолютне та відносне зростання оборотних активів у складі майна підприємства, спричинене дією факторів інфляції, уповільненням оборотності оборотних активів, оцінюється негативно.

Оцінюючи абсолютну та структурну динаміку оборотних активів, необхідно брати до уваги наступне.

Зростання виробничих запасів може свідчити про ряд позитивних і негативних моментів у роботі підприємства. Позитивними є розширення масштабів господарської діяльності; підвищення рівня ділової активності підприємства; прагнення зберегти грошові кошти від знецінення через інфляцію і в умовах недорозвинутості фондового ринку. До негативних моментів можна віднести недоліки роботи відділу матеріального постачання, нераціональне управління виробничими запасами, внаслідок чого значна частина капіталу спрямовується в оборотні активи з незначним рівнем ліквідності.

Зростання незавершеного виробництва може свідчити не тільки про розширення масштабів діяльності і зростання ділової активності, а й бути наслідком зростання тривалості виробничого циклу через зниження продуктивності праці, ефективності використання виробничих потужностей, низької організації виробництва, недостатнього рівня техніки і технології.

Зростання дебіторської заборгованості, зумовлене підвищенням попиту на продукцію підприємства, збільшенням обсягу товарного кредиту, оцінюється позитивно, бо свідчить про підвищення ефективності використання капіталу. Якщо зростання дебіторської заборгованості зумовлене неефективною кредитною політикою, нерозбірливим вибором партнерів, відсутністю оцінки їх кредитоспроможності, фінансового стану, то це свідчить про вилучення частини активів з обороту і неминуче приведе до погіршення фінансової стійкості, платоспроможності, генерує ризик банкрутства.

Зменшення дебіторської заборгованості може свідчити про ефективну кредитну політику, обґрунтований вибір партнерів, покращення їх фінансового стану або ж про скорочення продажу в кредит, втрату споживачів продукції. Таке зниження супроводжується зростанням залишків нереалізованої продукції й оцінюється негативно.

Зростання залишків готової продукції на складі свідчить про втрату ринків збуту, низьку купівельну спроможність споживачів, високу собівартість та неритмічність випуску і відвантаження продукції. Це, у свою чергу, веде до сповільнення оборотності капіталу, відсутності готівки та зростання частки позикового капіталу у джерелах фінансування підприємства.

При оцінці грошових коштів необхідно знати, що раніше у всіх випадках позитивно оцінювалось їх збільшення, адже це вказує на ліквідність, збільшення обсягу реалізації продукції, підвищення ділової активності підприємства. Однак враховуючи те, що ці активи зазнають втрат через інфляцію, сьогодні підприємства повинні прагнути більш раціонально використовувати вільні грошові кошти. Уміння управляти грошовими коштами полягає в тому, щоб на рахунках тримати лише мінімальну суму грошових коштів, яка може знадобитися для поточної операційної діяльності і покрити тимчасову незбалансованість грошових потоків у часі [7].

Потреба в оборотних активах визначається шляхом їх нормування, що передбачає встановлення оптимальної величини оборотних активів, необхідних для організації і здійснення нормальної господарської діяльності підприємства. Це, у свою чергу, значно підвищує ефективність управління оборотними активами. В основу визначення потреби в оборотних активах для основної діяльності покладені планові показники виробництва продукції. Таким чином, прискорення оборотності оборотних активів у формуванні операційного прибутку є дуже важливим аспектом і пояснює необхідність управління цим процесом.

Прибуток підприємства спрямовується на покриття приросту нормативу оборотних активів. Традиційно джерелом покриття вважається прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, і використовується на його розсуд. При цьому слід зазначити, що, враховуючи спад виробництва, тяжке економічне становище підприємств, існує суттєвий ризик неспроможності розрахуватися за придбані матеріальні та інші ресурси.

Тому фінансово стійким є такий суб'єкт господарювання, який за рахунок власних коштів формує обґрунтовану величину оборотних активів, не допускає невиправданої дебіторської та кредиторської заборгованостей, своєчасно розраховується за своїми зобов'язаннями. Основою фінансової стійкості є виважена, раціональна організація й ефективне використання оборотних активів [7].

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що фінансовий стан підприємства значною мірою залежить від раціональності використання оборотних активів, оптимізації їх структури та руху у виробничо-фінансовій діяльності. На думку автора, сучасні умови господарювання підвищують роль оборотних активів у фінансово-господарській діяльності підприємства, тому лише застосування ефективної системи управління оборотними активами дозволить підприємству



твам покращити своє фінансове становище та отримати заплановані прибутки. Крім того, розгляд впливу зміни окремих складових оборотних активів дозволяє стверджувати, що управління оборотними активами необхідно розглядати з позиції взаємозалежності їх структурних складових. Тільки при такому комплексному підході стає можливим досягнення ефективного управління оборотними активами. Подальше дослідження питань ефективного управління оборотними активами підприємств має велике значення для покращення їх основних показників фінансово-господарської діяльності, збільшення доходів держави, прискорення соціально-економічного розвитку країни, підвищення благополуччя суспільства.

Наук. керівн. Селезньова Г. О.

Література: 1. Бланк И. А. Управление активами / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2000. – 270 с. 2. Лебедько С. А. Оборотный капитал холдинга: принципы и эффективность управления / С. А. Лебедько // Финансовый директор. – 2007. – № 1. – С. 41. 3. Радионов Р. А. Управление сбытовыми запасами и оборотными средствами предприятия / Р. А. Радионов, А. Р. Радионов. – М. : Дело и сервис, 2003. – 268 с. 4. Сироткин С. А. Оборотные средства и оборотные активы в современной экономике / С. А. Сироткин // Региональная экономика и управление : электр. науч. журн. – 2007. – № 1(9). – С. 65. 5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 996-XIV. 6. Баранов Э. П. Динамика промышленного производства и деловой активности предприятия / Э. П. Баранов // Экономист. – 2001. – № 8. – С. 24. 7. Економіка підприємства : навч. посібн. / І. М. Бойчик, П. С. Харів, М. І. Хопчан та ін. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : "Каравела"; Львів : "Новий світ – 2000", 2007. – 360 с.

Руденко А. О.

УДК 657.1:006.32-021.261

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

СПІЛЬНІ РИСИ ТА ВІДМІННОСТІ ВИТРАТ ЗА МІЖНАРОДНИМИ ТА НАЦІОНАЛЬНИМИ СТАНДАРТАМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Анотація. Проведено порівняльну характеристику поняття "витрати", здійснено аналіз умов визнання та оцінки в обліку підприємств витрат за міжнародними та національними стандартами бухгалтерського обліку.

Аннотация. Проведена сравнительная характеристика понятия "расходы", осуществлен анализ условий признания и оценки в учете предприятий расходов за международными и национальными стандартами бухгалтерского учета.

Annotation. The comparative characteristic of concept "the expenses", the analysis of conditions of acknowledgement and an estimation in accounting of the enterprises of expenses according to the international and national standards of the business accounting is conducted.

Ключові слова: витрати, міжнародні стандарти фінансової звітності, положення (стандарти) бухгалтерського обліку.

Останнім часом для українських підприємств усе більшої актуальності набуває трансформація фінансової звітності відповідно до вимог міжнародних стандартів фінансової звітності. Найбільш впливовою статтею, що визначає прибуток підприємства, є витрати його діяльності. Тому однією з найважливіших проблем є трансформація витрат підприємства. Їх відображення в обліку та звітності за національними та міжнародними стандартами є неоднозначним та суперечливим. Міжнародні стандарти фінансової звітності (далі – МСФЗ) – інструмент підвищення прозорості і зрозумілості інформації, яка розкриває діяльність суб'єктів господарювання, створює достовірну базу для визнання витрат, оцінки активів і зобов'язань, що надає можливість об'єктивно розкривати існуючі фінансові ризики у звітуючих суб'єктів, а також порівнювати результати їх діяльності в цілях забезпечення адекватної оцінки їх потенціалу та ухвалення відповідних управлінських рішень. Крім того, МСФЗ якісно впливають на можливості керівництва у сфері управління організацією і надають

© Руденко А. О., 2012

значні переваги перед конкурентами: для публічних акціонерних товариств, підприємств-емітентів облігацій, банків та фінансових організацій залучення додаткових джерела капіталу та партнерів по бізнесу, які допоможуть забезпечити економічне зростання і подальший розвиток підприємства.

Методичним та прикладним питанням проблеми гармонізації бухгалтерського обліку та фінансової звітності України за міжнародними стандартами приділяють такі вітчизняні вчені, як Ф. Бутинець, С. Голов, В. Костюченко, Ю. Кузьмінський, М. Лучко, В. Пархоменко, О. Редько, В. Сопко, Н. Ткаченко та ін. Але ряд питань щодо методології та організації бухгалтерського обліку витрат залишається не вирішени повністю.

Метою дослідження є здійснення порівняльного аналізу визнання, оцінки та відображення в обліку підприємств витрат за міжнародними та національними стандартами бухгалтерського обліку.

Завдання дослідження:

- 1) виділення нормативних положень розкриття поняття витрат за міжнародними та національними стандартами;
- 2) порівняння визначення поняття витрати за міжнародними та національними стандартами;
- 3) порівняння оцінки витрат;
- 4) співставлення класифікації витрат.

У Законі України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" задекларовано, що П(С)БО безпосередньо ґрунтуються на МСБО, а точніше "не суперечать міжнародним стандартам" [1]. Головна відмінність між МСБО і П(С)БО полягає в скороченій формі П(С)БО. Тобто при складанні національних стандартів деякі аспекти були не повністю розкриті.

Варто також зазначити, що МСБО не визначають порядок ведення бухгалтерського обліку. Вони описують загальні правила оцінки та подання інформації у фінансових звітах. Міжнародні стандарти мають рекомендаційний характер і є міжнародним орієнтиром гармонізації та стандартизації бухгалтерського обліку і фінансової звітності в усьому світі.

У МСФЗ відсутні спеціально викладені в окремому стандарті правила відносно оцінки витрат підприємства. Поняття витрат розкривається в окремих положеннях МСБО 1 "Подання фінансових звітів", МСБО 16 "Основні засоби", МСБО 18 "Дохід", МСБО 23 "Витрати на позики", МСБО 38 "Нематеріальні активи" та ін. В Україні методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства та розкриття такої інформації у фінансовій звітності регулює П(С)БО 16 "Витрати" [2], П(С)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" (в частині визначення терміну), П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати" (в частині визнання витрат) та деякі інші.

Визначення витрат надається в П(С)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", згідно з цим стандартом витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу між власниками) [3].

Як видно, визначення за П(С)БО та МСБО мають майже однаковий зміст, але поняття витрат, представлене в національних стандартах, є більш деталізованим.

Визнання витрат за національними стандартами в цілому відповідає визнанню витрат за міжнародними стандартами. Витрати звичайно означають споживання ресурсів (грошей, запасів, основних засобів тощо) в процесі діяльності підприємства та включають: собівартість реалізованої продукції, заробітну плату, комунальні платежі, амортизацію тощо. Крім того, за МСБО до витрат належать збитки від інших операцій (продажу основних засобів) та подій (стихійного лиха), а також нереалізований збиток (наприклад, збиток від курсових різниць).

Витрати відображаються у Звіті про прибутки та збитки, коли існує зменшення майбутніх економічних вигід, пов'язаних зі зменшенням активу або зі збільшенням зобов'язань, що може бути достовірно визначено.

Це означає, що витрати визнаються одночасно з визнанням зобов'язання (наприклад, нарахування заробітної плати) або зі зменшенням активів (реалізація товару) [4].

Витрати підприємства відносяться на той період, у якому вони були фактично отримані (понесені). Доходи та витрати, які пов'язані з тією самою операцією або іншою подією, визнаються одночасно; цей процес, як правило, називають відповідністю доходів та витрат. Наприклад, матеріальні витрати, зарплата, накладні витрати, що включені до складу собівартості продукції, визнають як витрати на момент отримання доходу від реалізації цієї продукції. Іноді прямий зв'язок між витратами та доходами встановити важко [5].

Якщо надходження економічних вигід очікуються протягом кількох облікових періодів і важко встановити їхній зв'язок з доходом конкретного періоду, витрати визнаються (у вигляді амортизації) систематичного та раціонального розподілу між відповідними звітними періодами.

Витрати слід відразу визнавати у Звіті про прибутки та збитки, якщо витрати не надають майбутніх економічних вигід; економічні вигоди не відповідають або перестають відповідати визнанню як актив балансу; виникають зобов'язання без визнання активу [5].

Отже, за МСФЗ витрати визнаються на основі безпосереднього зіставлення між понесеними витратами і прибутками за конкретними статтями доходів, що припускає одночасне визнання прибутків та витрат, що виникають безпосередньо і спільно від одних і тих же операцій або інших подій. Згідно з П(С)БО 16 витрати визнаються у звітності в момент вибуття активу або збільшення зобов'язання, які призводять до зменшення власного капіталу підприємства, на основі систематичного та раціонального їх розподілу протягом тих звітних періодів, коли надходять відповідні економічні вигоди.

Відрізняється класифікація та групування витрат. Міжнародні стандарти виходять із існування загальноприйнятої практики розмежування у звітності статей витрат, які виникають у процесі



звичайної діяльності організації, та статтями витрат, які не пов'язані із звичайною діяльністю. У П(С)БО 16 витрати класифікуються залежно від виду діяльності, від якого вони виникли, за економічними елементами і статтями витрат. А також виділяють прямі й непрямі витрати, змінні й постійні, одноелементні та комплексні, поточні витрати, витрати минулих і майбутніх періодів, продуктивні, непродуктивні й надзвичайні витрати.

Міжнародні стандарти не тільки узагальнюють накопичений досвід різних країн, але й активно впливають на розвиток національних систем бухгалтерського обліку й звітності. Аналіз змісту національних П(С)БО свідчить про необхідність їх постійного розвитку та удосконалення відповідно до змін, що відбуваються в економіці країни. У зв'язку з тим, що МСБО постійно змінюються, усе більше спостерігається розбіжностей між ними й П(С)БО. Оскільки згідно із Законом України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" П(С)БО не можуть суперечити міжнародним стандартам, у майбутньому слід очікувати внесення відповідних змін у стандарти щодо обліку та оцінки витрат.

Наук. керівн. Пасенко Н. С.

Література: 1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. 2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати". 3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності". 4. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 2000: Повний текст усіх Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та тлумачень ПКТ станом на 1 січня 2000 р. / за ред. С. Ф. Голова ; пер. з англ. – К. : Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2000. – 1272 с. 5. Голова С. Ф. Бухгалтерський облік та фінансова звітність за міжнародними стандартами : практичний посібник / С. Ф. Голова, В. М. Костюченко. – К. : Лібра, 2004. – 880 с.

Голод В. Л.

УДК 657.1:006.322

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОЦІНКИ ТА ВИЗНАННЯ ВИТРАТ ВІДПОВІДНО ДО НАЦІОНАЛЬНИХ І МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Анотація. Визначено джерела організації обліку витрат в Україні та за кордоном; співставлено поняття "витрати" за національними та міжнародними стандартами; проведено порівняльну характеристику оцінки та визнання витрат згідно з П(С)БО та МСБО.

Аннотация. Определены источники организации учета затрат в Украине и за рубежом; сопоставлены понятия "затраты" по национальным международным стандартам; проведена сравнительная характеристика оценки и признания затрат согласно П(С)БУ и МСБУ.

Annotation. The sources of the organization of cost accounting in Ukraine and abroad were defined; the concepts of "cost" by national and international standards were compared; the comparative analysis of the assessment and recognition of costs in accordance with PAS and IAS was conducted.

Ключові слова: витрати, П(С)БО, міжнародні стандарти бухгалтерського обліку.

Метою створення будь-якого підприємства є здійснення певного виду діяльності для отримання прибутку. Фінансові результати діяльності підприємств, у свою чергу, характеризують прибутки та збитки. Для їх визначення зіставляють отримані доходи та понесені витрати, достовірною оцінка яких можлива лише за даними бухгалтерського обліку. Саме від повноти та достовірності інформації залежить адекватність прийнятих управлінським персоналом рішень.

Усе частіше керівництво підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, висуває жорсткі вимоги щодо якості організації та ведення обліку фінансових результатів та витрат. Тому надзвичайно важливо визначити відмінності обліку витрат за національними та міжнародними стандартами, що скоротить ймовірність неправильного відображення господарських операцій у обліку.

Проблеми та перспективи удосконалення бухгалтерського обліку в Україні на основі міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (МСБО) в цілому і обліку витрат зокрема досліджували

© Голод В. Л., 2012

такі науковці, як Ф. Бутинець, С. Голов, О. Горбачова, В. Костюченко, Ю. Кузьмінський, В. Пархоменко, В. Сопко, В. Швець та ін. Проте ще лишається ряд питань щодо методології та організації бухгалтерського обліку витрат, які не вирішені повністю.

Метою дослідження є проведення порівняльної характеристики оцінки та визнання витрат за національними та міжнародними стандартами.

Для досягнення поставленої мети у дослідженні сформульовані такі завдання:

визначення нормативних джерел обліку витрат в Україні та за кордоном;

співставлення понять "витрати" за національними та міжнародними стандартами;

проведення порівняльної характеристики обліку витрат за національними та міжнародним стандартами.

Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства та розкриття її у фінансовій звітності в Україні визначає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 П(С)БО "Витрати". Норми цього стандарту стосуються фінансової звітності підприємств, організацій та інших юридичних осіб усіх форм власності (крім банків і бюджетних установ) [1; 2]. Водночас визнання витрат подається у П(С)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" та П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати" [3; 4].

Окремого міжнародного стандарту, який би розкривав методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства та розкриття її у фінансовій звітності, немає. Визнання витрат подається в Концептуальній основі складання і подання фінансових звітів (далі – КОСПФЗ), яка не є міжнародним стандартом бухгалтерського обліку [5], Міжнародному стандарті бухгалтерського обліку (далі – МСБО) 1 "Подання фінансових звітів", МСБО 2 "Запаси", МСБО 16 "Основні засоби", МСБО 18 "Дохід", МСБО 23 "Витрати на позики", МСБО 38 "Нематеріальні активи" та ін.

У національних стандартах витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені [4].

Відповідно до КОСПФЗ витрати визнаються та відображаються в обліку, коли виникає зменшення майбутніх економічних вигід, пов'язаних зі зменшенням активів або збільшенням зобов'язань, які можна достовірно виміряти. Це фактично означає, що визнання витрат відбувається водночас із визнанням збільшення зобов'язань або зменшення активів. Ці вимоги викладені в П(С)БО 16, тільки замість "достовірно виміряти" вжито термін "достовірно оцінені".

Під час проведеного дослідження також було виявлено, що у визначенні постійних і змінних загальновиробничих витрат, формуванні їх баз розподілу в П(С)БО 16 "Витрати" та в МСБО 2 "Запаси" немає жодних відмінностей. Лише в П(С)БО 16 "Витрати" наводиться детальний перелік складу загальновиробничих витрат, що значно полегшує працю бухгалтера зі складання їх класифікації на підприємстві. Водночас різниця полягає в тому, що згідно з П(С)БО 16 "Витрати" загальновиробничі витрати включаються до складу виробничої собівартості продукції робіт, послуг, а відповідно до МСБО 2 "Запаси" – до оцінки запасів, а саме до витрат на їх переробку [2; 6].

Узагальнюючи викладений вище матеріал, порівняємо умови визнання витрат, наведених у П(С)БО 16 "Витрати" та Концептуальній основі складання та подання фінансових звітів (таблиця).

Таблиця

Порівняльна характеристика умов визнання витрат згідно з П(С)БО 16 "Витрати" та Концептуальною основою складання та подання фінансових звітів

П(с)БО 16	Концептуальна основа подання та складання фінансових звітів
Умови визнання	
Відбувається зменшення активів або зменшення зобов'язань (п. 5)	Виникає зменшення економічних вигід, пов'язаних зі зменшенням активів або збільшенням зобов'язань (п. 94)
Витрати можуть бути достовірно визначені (п. 6)	Зменшення економічних вигід можна достовірно визначити (п. 94)
Витрати визначають витрати певного періоду одночасно визнанням доходу, для дотримання якого вони були здійснені (п. 7)	Витрати виконуються у звіті про прибутки та збитки на основі безпосереднього зв'язку між понесеними витратами та заробленим доходом від конкретних статей (п. 95)
Якщо актив забезпечує одержання економічних вигід протягом декількох періодів, то витрати визнаються шляхом систематичного розподілу його вартості між відповідними звітними періодами (п. 8)	Якщо очікується виникнення економічних вигід протягом кількох облікових періодів і їх зв'язок з доходом може бути визначений тільки в широких межах, витрати визнаються на основі процедур систематичного та раціонального розподілу (К.О. п. 96)
Якщо актив забезпечує одержання економічних вигід протягом кількох періодів, то витрати визнаються шляхом систематичного розподілу його вартості між відповідними звітними періодами (п. 8)	Визначаються негайно, коли видатки не надають майбутніх економічних вигід або тоді та тією мірою, якою майбутні економічні вигоди, не відповідають або пересягають відповідати визнанню як актив у балансі (п. 97)
	Витрати визнаються також у Звіті про прибутки та збитки в тих випадках, коли виникають зобов'язання без визначення активу, як у випадку виникнення зобов'язань щодо гарантії продукції (п. 98)



Таким чином, відповідно до даних, наведених у таблиці, вимоги до розкриття інформації про витрати підприємств, викладені в П(С)БО 16 "Витрати", загалом відповідають КОСПФЗ й міжнародним стандартам бухгалтерського обліку та фінансовій звітності, а в деяких випадках дублюють їх.

Підсумовуючи вищевикладене, відзначимо, що одним із найбільш суттєвих питань сьогодення є наближення національних стандартів бухгалтерського обліку до вимог міжнародних стандартів фінансової звітності та МСБО. Однак існує маса проблем при поєднанні міжнародних та вітчизняних стандартів з урахуванням важливих факторів, що мають суттєвий вплив на національну економіку (недосконала нормативно-законодавча база щодо регулювання П(С)БО щодо змін у економіці, низький рівень кваліфікації бухгалтерів та їх невідповідність до змін у системі бухгалтерського обліку у зв'язку з їх трансформацією та реформуванням та ін.). Усе ж доцільним є продовження роботи з дослідження витрат, а саме особливостей їх визнання та оцінки, оскільки вони є невід'ємною частиною діяльності підприємства і без правильного обліку яких неможливе правильне визначення головного результату діяльності – прибутку.

Наук. керівн. Пасенко Н. С.

Література: 1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 року № 996-ХІУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати", затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 31.12.99 № 318 (зі змінами та доповненнями від 31.05.2011 р. № 664) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 3. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" : Наказ Міністерства фінансів України від 31.03.99 № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 4. Положення (Стандарт) бухгалтерського обліку 3 "Звіт про фінансові результати" : Наказ Міністерства фінансів України від 21.10.99 № 246 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 5. Концептуальна основа складання і подання фінансових звітів // Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) 2004. – Ч. 1, 2 ; пер. з англ. / за ред. С. Ф. Голова. – К. : Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2005. – 1232 с. 6. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 "Запаси" // Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) 2004. Ч. 1, 2 ; пер. з англ. / за ред. С. Ф. Голова. – К. : Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2005. – 1232 с.

Чайка О. А.

УДК 657.212

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

РОЗРОБКА ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА ДП "АВТОТРЕЙДІНГ-ХАРКІВ"

Анотація. Розглянуто шляхи удосконалення системи управління оборотними активами за допомогою змін в обліковій політиці підприємства, що, у свою чергу, призведе до підвищення ліквідності та платоспроможності.

Аннотация. Рассмотрены пути улучшения системы управления оборотными активами с помощью изменений в учетной политике, что, в свою очередь, приведет к повышению ликвидности и платежеспособности.

Annotation. Ways to improve management of current assets, with changes in accounting policies, which in turn leads to improved liquidity and solvency have been considered in the article.

Ключові слова: оборотні активи, методи вибуття запасів, метод середньозваженої собівартості, метод ціни продажу, резерв сумнівних боргів, методи визначення резерву сумнівних боргів, коефіцієнт сумнівності.

Розвиток ринкових відносин в Україні вимагає нових підходів до управління економікою як на макрорівні, так і на рівні окремих підприємств. Особливого значення набувають проблеми створення таких механізмів управління фінансами підприємств, які б відповідали ринковим умовам господарювання та забезпечували достатній рівень платоспроможності, ліквідності, прибутковості. У сучасних умовах для більшості вітчизняних підприємств типовим наслідком кризових явищ їх еко-

© Чайка О. А., 2012



номічного розвитку стала гостра нестача необхідного обсягу оборотних активів, що істотно позначається на ефективності господарювання. Тому одним із найактуальніших завдань у напрямі забезпечення фінансової стійкості вітчизняних підприємств є суттєве вдосконалення управління оборотними активами. Передумовою ефективного управління оборотними активами є досконала сформована облікова політика, яка дозволить досягти оптимальних обсягів наявності оборотних активів для успішного функціонування підприємства. Необхідність розробки науково обґрунтованих рекомендацій щодо формування та реалізації облікової політики підприємства стосовно оборотних активів зумовили актуальність теми дослідження.

Питання формування та реалізації облікової політики підприємств знайшли відображення в працях таких вчених, як: Барановська Т. В., Береза С. Л., Білуха М. Т., Бутинець Ф. Ф., Гаврилюк В. М., Гливіченко В. В., Житний П. Є., Завгородній В. П., Зубко А. Б., Івченко Л. В., Лебедзевич Я. В., Лень В. С., Лінік В. Г., Кірейцев Г. Г., Кужельний М. В., Маляревський Ю. Д., Патарідзе М. В., Пущар М. С., Рожелюк В. М., Свірко С. В., Сопко В. В., Сторожук Т. М. Незважаючи на значні наукові напрацювання, доводиться констатувати невідповідність теоретичних та практичних розробок реаліям української дійсності. У сучасних умовах процесу формування облікової політики приділяється недостатня увага, як з боку працівників бухгалтерської служби, так і з боку власників та адміністрації підприємства. Тому проблема формування та реалізації облікової політик підприємства потребує подальшого вивчення.

Метою дослідження є надання практичних рекомендацій щодо удосконалення облікової політики ДП "Автотрейдинг-Харків" відносно оборотних активів для ефективного управління діяльністю.

Ринкові принципи господарювання змінили умови функціонування підприємств. Запорукою їх стабільного розвитку є фінансова стійкість, за якої, раціонально керуючи фінансовими ресурсами, апарат управління підприємства здатний забезпечити безперервний і стабільний процес виробництва продукції. Значна частина цих фінансових ресурсів спрямовується на формування оборотних активів. Від того, наскільки обґрунтований їх розмір і склад з урахуванням особливостей функціонування підприємства, залежить ефективність діяльності самого підприємства.

Для того щоб підприємство могло ефективно управляти оборотними активами, йому потрібно розробити досконалу облікову політику відносно запасів та дебіторської заборгованості. Від чого, у свою чергу, залежить ліквідність та платоспроможність підприємства, бо оборотні активи згідно з П(С)БО 2 "Баланс" – це грошові кошти та їх еквіваленти, які не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації або споживання протягом операційного циклу, або протягом дванадцяти місяців з дати балансу [1]. Тобто вони є найбільш мобільними активами підприємства, управління якими дозволить зберегти стійкий фінансовий стан. ДП "Автотрейдинг-Харків", що аналізується, є офіційним дилером у Харківській області з продажу і сервісного обслуговування автомобілів марок Skoda, Seat, Ford і Hyundai, для якого вирішення проблеми ефективного розвитку та зростання потенціалу в умовах фінансової кризи вимагає формування якісно нової системи управління запасами, в якій головну роль відіграє система їх ідентифікації як об'єктів обліку та методів оцінки. У Наказі "Про облікову політику" ДП "Автотрейдинг-Харків" зазначено, що при реалізації однорідних товарно-матеріальних цінностей використовувати метод за оцінкою середньозваженої собівартості запасів на дату реалізації. Цей метод передбачає, що оцінка проводиться за кожною одиницею запасів діленням сумарної вартості залишку таких запасів на початок звітного місяця і вартості одержаних у звітному місяці запасів на сумарну кількість запасів на початок звітного місяця та одержаних у звітному місяці запасів. Отже, при різних цінах на один і той же вид запасів обчислюється їх середня ціна, за якою згодом оцінюється списання запасів. Метод застосовується окремо для кожної сукупності взятих на облік запасів, однакових за призначенням і споживчими характеристиками [2].

ДП "Автотрейдинг-Харків" займається роздрібною діяльністю, тому доцільніше буде застосовувати метод ціни продажу при вибутті запасів, у якому собівартість реалізованих товарів визначається як різниця між продажною (роздрібною) вартістю реалізованих товарів і сумою торговельної націнки на ці товари. Цей метод можуть застосовувати підприємства, що мають значну та змінну номенклатуру товарів з приблизно однаковим рівнем торговельної націнки. У цьому випадку облік повинен вестись на субрахунок 282 "Товари в торгівлі", що є більш розповсюдженим для підприємств, що займаються роздрібною торгівлею.

У процесі господарської діяльності ДП "Автотрейдинг-Харків" виникають розрахунки між підприємствами та організаціями, фізичними особами за товари, роботи, послуги, результатом чого може бути виникнення дебіторської заборгованості.

Стан розрахунків з дебіторами суб'єкта господарювання значною мірою впливає на його фінансовий стан, тому підприємство повинно стежити за строками погашення дебіторської заборгованості з метою її достовірної оцінки. Так, акумулювання коштів у дебіторську заборгованість призводить до неспроможності підприємства здійснити своєчасно розрахунки за придбані виробничі запаси, за нарахованою заробітною платою, за податками, зборами та іншими обов'язковими платежами. Саме тому облік дебіторської заборгованості, контроль за своєчасним її погашенням та запобіганням безнадійним боргам займають особливе місце у колі завдань та функцій управління [3].

Одним із важливих етапів формування і достовірного визначення величини активів підприємства, справедливого відображення стану розрахунків з дебіторами є резерв сумнівних боргів, який згідно з П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість" має створюватися для визначення суми чистої реалізаційної вартості поточної дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги [4].

На ДП "Автотрейдинг-Харків" не створюється резерв сумнівних боргів, бо вважається, що в цьому нема потреби. Але зважаючи на збільшення питомої ваги дебіторської заборгованості за това-



ри, роботи, послуги у 2010 році, що є негативною тенденцією для підприємства, для покращення ситуації, запропонуємо застосовувати резерв сумнівних боргів для оцінки дебіторської заборгованості. Формування резерву сумнівних боргів обумовлено принципом обачності, відповідно до якого метод оцінки, який використовують у бухгалтерському обліку, повинен запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів та доходів підприємства. Таким чином, резерв сумнівних боргів виступає в ролі інструмента коригування оцінки дебіторської заборгованості [3].

Сьогодні існують різні методи нарахування резерву сумнівних боргів, вибір яких визначено у П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість" та суттєво впливає на кінцеві показники діяльності підприємства. Відповідно до П(С)БО 10 сума резерву сумнівних боргів визначається за одним із двох методів: абсолютної суми сумнівної заборгованості та застосування коефіцієнта сумнівності [5].

Метод застосування абсолютної суми сумнівної заборгованості передбачає, що величина резерву визначається на підставі аналізу платоспроможності окремих дебіторів. На ДП "Автотрейдинг – Харків" його не доцільно використовувати, бо підприємство має значну кількість дебіторів, серед яких переважають фізичні особи. Для застосування даного методу виникає потреба у відповідних даних для оцінки фінансового стану дебіторів.

За умови, що ДП "Автотрейдинг-Харків" має значну кількість операцій, доцільним є застосування іншого методу формування резерву сумнівних боргів – методу застосування коефіцієнта сумнівності. Останній базується на статистичних розрахунках (обчисленні відповідного коефіцієнта сумнівності). З метою застосування цього методу підприємству слід проаналізувати інформацію за декілька попередніх звітних періодів щодо виникнення безнадійної заборгованості за продукцією, товари, роботи або послуги. П(С)БО 10 передбачає два способи розрахунку коефіцієнта сумнівності [5]: 1) визначення питомої ваги безнадійних боргів у чистому доході від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг на умовах наступної оплати; 2) на основі класифікації дебіторської заборгованості підприємство самостійно визначає групи за строками непогашення поточної дебіторської заборгованості та періоди спостереження.

Обидва методи мають свої недоліки. Так, застосування методу оцінки величини резерву сумнівних боргів на основі класифікації дебіторської заборгованості містить ряд умов та обмежень, що негативно позначається на його точності та достовірності. Для розрахунку цим способом потрібно, щоб підприємство мало визнану безнадійну заборгованість. Крім того, не зовсім обґрунтованим є застосування показника безнадійної заборгованості для розрахунку сумнівної заборгованості. Колишні списана заборгованість не може відкоригувати в балансі поточну дебіторську заборгованість з метою надання користувачам об'єктивної інформації.

Застосування методу питомої ваги безнадійних боргів у чистому доході від реалізації продукції може призвести до ситуації, коли резерв сумнівних боргів арифметично буде більше ніж показник дебіторської заборгованості у балансі. І хоча п.8 П(С)БО 10 наголошує, що залишок резерву сумнівних боргів на дату балансу не може бути більшим, ніж сума дебіторської заборгованості на ту саму дату, зрозуміло, що ця особливість методу є мінусом при аналізі позитивних та негативних моментів застосування існуючих способів розрахунку сумнівних боргів. Цей метод спирається на інформацію про джерело можливих безнадійних боргів, яким є такий чистий дохід, тобто як база розрахунків виступає показник, що не містить інформацію про минулі періоди [4].

Більш доцільним буде застосовувати у діяльності ДП "Автотрейдинг-Харків" розрахунок резерву сумнівних боргів за методом класифікації дебіторської заборгованості.

Сьогодні можна застосовувати декілька методів оцінки запасів, кожен з яких має свої переваги та недоліки. Дуже важливо обрати той метод, який дозволяє найточніше провести оцінку з урахуванням інтересів власників підприємства та специфіки діяльності. У бухгалтерському обліку дуже важлива не кількість методів оцінки запасів, а їх безперечно позитивний вплив при прийнятті рішень щодо ціноутворення на вироблену продукцію та оцінку фінансових результатів діяльності суб'єкту господарювання. Достовірне формування резерву сумнівних боргів дозволить більш ефективно здійснювати управління та контроль за дебіторською заборгованістю, уникнувши при цьому ризиків неплатоспроможності. У дослідженні було надано рекомендації щодо змін в обліковій політиці ДП "Автотрейдинг-Харків" для вдосконалення системи управління оборотними активами, що, у свою чергу, підвищить платоспроможність та ліквідність підприємства. Перспективами досліджень у цьому напрямі є подальше вивчення методів управління оборотними активами.

Наук. керівн. Пасенко Н. С.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 "Баланс", затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 31.03.99 № 87, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0396-99>. 2. Гречан А. П. Стан управління оборотними активами в економіці України / А. П. Гречан, О. С. Бондаренко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. – С. 209–214. 3. Боярова О. А. Резерв сумнівних боргів як обачний інструмент впливу на діяльність підприємства / О. А. Боярова, Н. П. Кузик // Облік і фінанси АПК. – 2010. – № 4. – С. 41–44. 4. Федорченко О. С. Удосконалення створення і обліку резерву сумнівних боргів / О. С. Федорченко // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2008. – № 21. – С. 131–134. 5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість", затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 8.10.99 № 237, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO10.aspx>. 6. Гончаренко Т. В. Особливості обліку сумнівної та безнадійної дебіторської заборгованості в сучасних умовах / Т. В. Гончаренко // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2008. – № 21(2). – С. 137–140.

УДОСКОНАЛЕННЯ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКУ

Анотація. Розглянуто вдосконалення аналізу ефективності кредитних операцій банку. Обґрунтовано можливість застосування в аналізі діяльності вітчизняних банків окремих модифікованих показників зарубіжних методик аналізу (мінімальної маржі, валової маржі, що скорегована на кредитний ризик).

Аннотация. Рассмотрено усовершенствование анализа эффективности кредитных операций банка. Обоснована возможность использования в анализе деятельности отечественных банков отдельных модифицированных показателей зарубежных методик анализа (минимальной маржи, валовой маржи, которая скорректирована на кредитный риск).

Annotation. The thesis is devoted to refinement of the analysis of effectiveness of credit banking operations. The possibility of use in the analysis of domestic banks activity of the separate modified indexes of foreign techniques of the analysis (minimum margin, gross margin, which corrected on credit risk) is justified.

Ключові слова: аналіз банківської діяльності, інформаційне забезпечення, кредитні операції, ефективність, дохідність, прибутковість, статистичні методи, прогнозування.

За умов високої конкуренції та нестабільності фінансових ринків проблеми аналізу та об'єктивної оцінки діяльності кредитних установ стають усе актуальнішими. Одна з проблем функціонування банківської сфери України полягає в недостатньому рівні застосування методики комплексного аналізу ефективності діяльності, зокрема методики аналізу дохідності та прибутковості основних операцій банку – кредитних. Це обумовлює потребу розроблення і використання нових методик аналізу, побудованих на синтезі методик аналізу діяльності зарубіжних банків, у тому числі встановлення рейтингу банку, використання статистичних методів аналізу і прогнозування. Поєднання цих інструментів, створення нових, досконаліших деталізованих форм подання інформації про фінансові результати в банках дозволить отримати ефективний та дієвий механізм прибуткового вкладення кредитних ресурсів і оцінки впливу цих коштів на економіку господарюючих суб'єктів [1].

Дане питання розглянуто у працях багатьох дослідників: Баканова М. І., Барнгольц С. Б., Мец В. О., Мниха Є. В., Івахненка В. М., Б. Едвардса, Кондракова Н. П., Кумок С. І., Роуза П. С., Савичева П. І., Савчука В. К., Самборського В. І., Д. Стоуна, Р. Томаса, Татура С. К., Фішера М. К., К. Хітчинга, Чумаченка М. Г., Шеремета А. Д., Ширинської О. Б.

Мета даного дослідження полягає в обґрунтуванні та поглибленні методичних підходів до економічного аналізу; розробленні практичних рекомендацій щодо удосконалення методики аналізу ефективності кредитних операцій банків за допомогою узагальнення і систематизації засад зарубіжної та вітчизняної теорії і практики аналізу кредитної діяльності.

Об'єктом дослідження є фінансові результати кредитної діяльності комерційних банків України.

Предметом дослідження є методичний інструментарій економічного аналізу за допомогою розкриття ефективності кредитних операцій комерційного банку.

Теоретичні основи аналізу кредитної діяльності комерційних банків полягають у тому, що на основі системного підходу до аналізу банківської діяльності доцільно побудувати теоретичну модель аналітичного процесу з урахуванням специфіки кредитної діяльності банку. Для цього необхідно проаналізувати такі показники, як: облік доходів від кредитних операцій, ефективність кредитної діяльності та впливу факторів, що її обумовлюють. Для ефективного управління банком пріоритетне значення має комплексний аналіз результативності діяльності, на відміну від рейтингового аналізу як експертного способу визначення місця банку серед інших банків за обмеженим числом показників.

Тому нині одним із важливих завдань є вживання заходів, спроможних забезпечити підвищення ефективності кредитної діяльності банків. Також пропонується методика комплексного аналізу ефективності банківської діяльності, яка включає такі етапи: аналіз дохідності кредитних операцій; аналіз впливу ризиків на дохідність кредитної діяльності; аналіз фінансових коефіцієнтів ефективності; прогнозний аналіз доходів від кредитів і показників прибутковості.

Слід зауважити, що методика не виключає використання інших прийомів аналізу, таких, як факторний аналіз, індексний аналіз.



Аналіз доходів потребує проведення вертикального і горизонтального аналізу структури доходів банку, при цьому визначається динаміка доходу в цілому, а також за складовими їх доходів від кредитів у розрізі видів діяльності та суб'єктів господарювання.

Дослідження підтверджує, що згідно з принципом нарахування доходів і витрат аналіз структури процентних доходів від кредитів потрібно проводити також за нарахованими та отриманими відсотками за відповідний період, на чому було зроблено акцент у цьому дослідженні. Також важливо вивчати показник доходів, отриманих на 1 грн вкладених ресурсів. Це дозволить визначити найприбутковіші напрями вкладення кредитних ресурсів.

Наступний метод, використаний у методиці, – метод коефіцієнтів. Використання системи фінансових коефіцієнтів є важливим підходом до оцінки рівня дохідності та прибутковості. Метод коефіцієнтів дозволяє виявити кількісний взаємозв'язок між різними статтями, розділами або групами статей балансу. Сутність аналізу за методом коефіцієнтів полягає в тому, що приймається до уваги не один фактор, а вплив на ефективність роботи банку кількох факторів одночасно.

Згідно з методикою в процесі аналізу ефективності визнають розрахунок коефіцієнтів чистого процентного спреда та чистої відсоткової маржі. У роботі деталізовано коефіцієнти ефективності кредитної діяльності, що зумовлено потребою дослідження операцій з окремими клієнтами банку та уключення в розрахунок рентабельності витрат, пов'язаних із здійсненням кредитних операцій, врахування визначеної суми постійних витрат банків. Згідно з цими положеннями побудовано коефіцієнти, що характеризують ефективність кредитної діяльності.

Пріоритетами запропонованої методики стали коефіцієнти:

Чистий відсотковий спред загальний:

$$\frac{II}{IIA} \times 100\% - \frac{IE}{IEL} \times 100\%, \quad (1)$$

де II – відсоткові доходи отримані;

IE – відсоткові витрати сплачені;

IIA – середні активи, що приносять відсотковий дохід;

IEL – середні пасиви, за якими виплачуються відсотки.

Чистий спред за операціями з клієнтами та міжбанківськими операціями:

$$\frac{IIC}{IC_{CB}} \times 100\% - \frac{IED}{ID_{CB}} \times 100\%, \quad (2)$$

де IIC – відсоткові доходи, отримані за кредитами, які надані фізичним і юридичним особам, та за міжбанківськими кредитами і депозитами;

IED – відсоткові витрати, сплачені за клієнтськими і міжбанківськими операціями;

IC_{CB} – середні позики, надані клієнтам та банкам, депозити в інших банках, за якими платяться відсотки;

ID_{CB} – середні депозити клієнтів, банків, кредити інших банків, за якими сплачуються відсотки.

Чистий посередницький спред:

$$\frac{II + PSC}{IIA} \times 100\% - \frac{IE - PSC + PEC}{IEL} \times 100\%, \quad (3)$$

де II – відсоткові доходи отримані;

PSC – відповідна плата за послуги з надання кредитів і залучення депозитів (сума комісійних доходів);

PSC – відповідна плата за послуги з надання кредитів і залучення депозитів (сума комісійних доходів);

PEC – відповідні витрати з міжбанківського обслуговування (сума комісійних витрат);

IEL – середні пасиви, за якими виплачуються відсотки.

Чиста відсоткова маржа (загальна):

$$\frac{II - IE}{SZA} \times 100\%, \quad (4)$$

де II – відсоткові доходи отримані;

IE – відсоткові витрати сплачені;

SZA – середні загальні активи.

Валова маржа, скорегована на кредитний ризик:

$$\frac{II - IE + AI - RC}{SZA} \times 100\%, \quad (5)$$

де II – відсоткові доходи отримані;

IE – відсоткові витрати сплачені;

AI – інші доходи банку;

RC – резерв під сумнівні нараховані доходи за кредитами;

SZA – середні загальні активи [2].



Чиста відсоткова маржа розкриває не тільки рівень дохідності активів від відсоткової різниці, а й характеризує ефективність контролю банку за дохідними активами і дешевими ресурсами. Зниження рівня відсоткової маржі буде показувати рівень ризикованості банківських операцій та зниження ефективності управління. Чистий спред показує не тільки рівень дохідності від відсоткових операцій, а й характеризує, яка різниця склалася між ціною придбаних ресурсів і ціною від розміщення їх в активи.

Запропонована методика аналізу кредитних операцій передбачає комплексний підхід до вивчення цього напрямку діяльності банку, дає змогу оцінити їх ефективність, намітити основні шляхи удосконалення управління активами банку та підвищити результативність банківського менеджменту.

Наук. керівн. Глебова Н. В.

Література: 1. Семениченко Ю. К. Аналіз чистої відсоткової маржі як один з основних показників прибутковості комерційного банку / Семениченко Ю. К. – К. : КНЕУ, 2002. – С. 454–457. 2. Раєвський К. Методичні рекомендації щодо аналізу діяльності комерційного банку / К. Раєвський, Т. Раєвська // Вісник НБУ. – 2008 – № 3, 4. 3. Положення НБУ "Про кредитування" від 27.12.2007 р. № 481, із змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.kiev.ua>.

УДК 657.421

Стрельченко А. В.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Анотація. Розглянуто деякі проблеми організації обліку основних засобів і відображено основні напрями удосконалення.

Аннотация. Рассмотрены некоторые проблемы организации учета основных средств и отражены основные направления усовершенствования.

Annotation. This article considers some problems of organization of fixed assets and reflects the main areas of improvement

Ключові слова: основні засоби, первинна документація, справедлива вартість, інвентарна картка, міжнародні стандарти фінансової звітності.

Активи є саме тими економічними ресурсами, без яких просто неможливе функціонування чи навіть існування підприємства. Оскільки в організації обліку основних засобів існує ряд недоліків, дослідження з даної теми є актуальними і необхідними для теоретичного й практичного застосування.

Дане питання розглянуто багатьма авторами як вітчизняними – Білуха М. Т., Бутинець Ф. Ф., Голов С. Ф. [1], Кірейцев Г. Г., Кузьмінський А. М., Огічук Н. Ф., Максименко А. В. [2], Мурина Т. С. [3], так і зарубіжними – Палій В. Ф., Соколов Я. В., Шеремет А. Д. та ін., і кожен має свою думку стосовно даної організації обліку основних засобів, але в працях науковців не було детально розглянуто удосконалення даного напрямку організації обліку.

Метою дослідження є пошук можливих напрямів удосконалення організації обліку основних засобів.

Завданням дослідження є розробка пропозицій з вирішення найбільш вагомих проблем в організації обліку основних засобів.

Об'єктом дослідження виступає організація обліку основних засобів.

Предметом дослідження є удосконалення організації обліку основних засобів.

Дослідження теоретичних положень та діючої практики бухгалтерського обліку основних засобів дозволило визначити ряд невирішених проблем, які гальмують процес управління виробництвом та знижують ефективність використання основних засобів. Серед них єдність економічної та бухгалтерської термінології, принципи оцінки основних засобів та нематеріальних активів, підвищення аналітичності та інформативності первинних документів з обліку основних засобів.

Проблеми обліку необоротних активів в умовах реформування економіки набувають особливої актуальності у зв'язку з потребою отримати інвесторами та іншими зацікавленими користувачами



чами точної і достовірної інформації про стан та ефективність використання основних засобів. Система їх обліку, яка склалася, не задовольняє вимоги ринку, умови функціонування значно розширюють коло операцій, що проводяться з основними засобами: купівля-продаж, нарахування амортизації, страхування, приватизація, реалізація інвестиційних проектів. Основні проблеми, які потребують вирішення, були систематизовані авторами і наведені на рисунку.

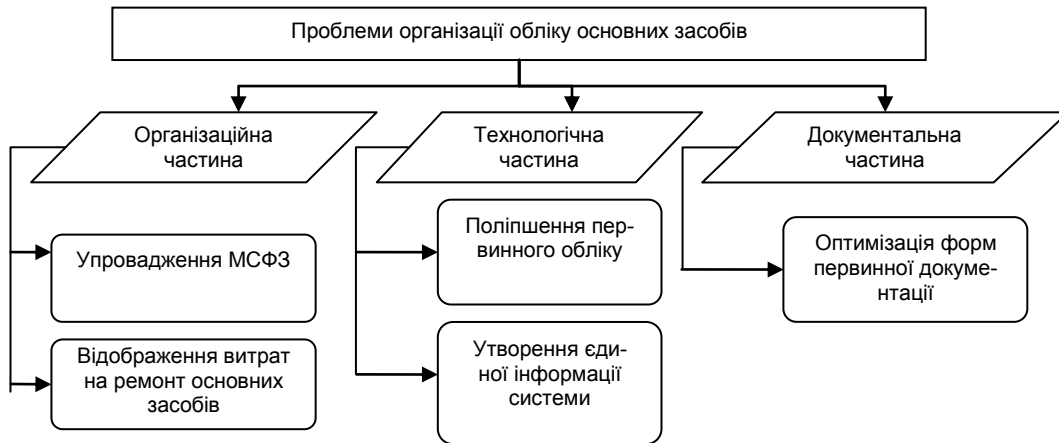


Рис. Проблеми організації обліку основних засобів

Подальший розвиток бухгалтерського обліку пов'язаний зі створенням єдиної інформаційної системи, яка буде складатися з підсистем обліку на кожному окремому підприємстві на основі новітніх комп'ютерно-інформаційних технологій. Цьому повинно передувати дослідження відносно визначення потреб власників, держави, а вже на основі отриманих результатів – розробка основних шляхів удосконалення облікового процесу на підприємстві.

Необхідність упровадження міжнародних стандартів фінансової звітності в практику бухгалтерського обліку підприємств обумовлена переорієнтацією економіки України на ринковий механізм господарювання, і є дуже важливим етапом в удосконаленні системи обліку, як основних засобів, так й інших елементів.

Стратегія застосування міжнародних стандартів передбачає реформування системи бухгалтерського обліку та впровадження методології поширення інформації з економічних питань згідно з міжнародними стандартами для забезпечення відкритості, прозорості та зіставлення показників фінансової звітності суб'єктів господарювання.

Тому досить важливим етапом удосконалення обліку основних засобів є гармонізація П(С)БО 7 з М(С)БО 16 "Основні засоби", зокрема у частині:

а) у П(С)БО 7 потрібно визначити необхідність проводити переоцінку основних засобів лише в тому разі, якщо їх справедливу вартість можна достовірно визначити;

б) варто запровадити способи можливого визначення справедливої вартості об'єкта основних засобів, яка повинна бути документально засвідчена;

в) при операціях обміну варто оцінювати об'єкт основних засобів за справедливою вартістю, а не виходити з їх поділу на подібні чи неподібні об'єкти, що є досить абстрактним положенням;

г) у П(С)БО 7 доцільно дати посилання на П(С)БО 28 "Зменшення корисності активів" щодо встановлення порядку зменшення корисності активів [1].

З метою покращення бухгалтерського обліку основних засобів зазначається доцільним ввести до Плану рахунків окремий рахунок для відображення витрат на ремонт основних засобів із субрахунками поточного та капітального ремонтів. Цей рахунок повинен бути активним і калькуляційним, де по дебету слід відображати всі витрати на ремонт основних засобів. З кредиту цього рахунку слід списувати витрати закінчених ремонтів на витрати звітного періоду. Залишком на рахунку будуть суми по незавершеним поточним та капітальним ремонтам [4].

Наступна проблема, яка розглянута багатьма науковцями, є недосконалість первинної документації з обліку основних засобів. Так, діючі форми первинної документації з обліку основних засобів та інвентаризаційні описи дублюють один одного. Майже зовсім не відрізняються за змістом інвентарні картки форм ОЗ-6, ОЗ-7, ОЗ-8. Водночас у наявних формах обліку не передбачено відображення устаткування, придбаного підприємством для резерву, до запровадження в експлуатацію, що на практиці створює певні труднощі при розрахунку амортизаційних відрахувань.

Не знайшла відображення у формах обліку й інформація про зміни первинної вартості інвентарного об'єкта після переоцінки та індексації. Порівняння інвентарних карток форм ОЗ-6, ОЗ-7, ОЗ-8 з формою ОЗ-1 "Акт приймання-передачі основних засобів" засвідчує, що в них відсутня лише інформація про висновок приймальної комісії й підписи її членів [3, с. 388]. Проте сам факт складання акта і відкриття інвентарних карток свідчить про позитивний висновок комісії, адже при невідповідності технічним умовам об'єкт прийманню не підлягає й інвентарна картка не виписується. Таким чином, доповнивши інвентарну картку підписами членів комісії, можна скоротити форму ОЗ-1. А якщо ввести в неї ще й підписи здавача та одержувача, то при внутрішньому переміщенні

об'єктів можна скоротити форму ОЗ-2. Доповнення інвентарної картки підписами комісії з упровадження основних засобів після ремонту, реконструкції, модернізації, а також графою для відображення змін після таких операцій дає змогу скоротити форму ОЗ-3. Можна також не використовувати форму ОЗ-4, якщо доповнити її підписами ліквідаційної комісії й відобразити окремим рядком результати ліквідації об'єкта [5, с. 409].

Також первинна облікова інформація про наявність, рух, капітальний ремонт та інші операції щодо основних засобів відображається в численних спеціалізованих регістрах, постійні реквізити яких тотожні. Це не сприяє якісному веденню обліку, збільшує трудомісткість опрацювання та відображення інформації, створює певні труднощі у формування документообігу й забезпеченні необхідними видами бланків.

Здійснивши ряд модифікацій, можна одержати компактну конструкцію практично універсальної форми типу "Інвентарна картка – акт обліку руху основних засобів", що сприятиме не тільки зниженню трудомісткості облікових робіт і скороченню документообігу, а й посиленню контролю завдяки підвищенню рівня інформативності й наочності документів [3, с. 389].

Також підприємствам можна порекомендувати вести первинний облік руху основних засобів за допомогою програмного продукту Excel, який дозволяє повністю автоматизувати процес випускання первинної документації разом з веденням реєстру документів (що додає упорядкованості в обліковому процесі), а, крім того, всі дані з програми Excel повністю сумісні з будь-якими бухгалтерськими програмами, які працюють під оболонкою Windows. Таке нововведення значно скоротило б витрати ручної праці.

Отже, впливає, що процедура обліку основних засобів складна та суперечлива. Недоліки національного законодавства у сфері бухгалтерського обліку створюють перешкоди для стандартизації та оптимізації обліку. У подальших дослідженнях слід більш детально розглянути проблеми організації первинного обліку основних засобів і пошук оптимального програмного забезпечення.

Наук. керівн. Писарчук О. В.

Література: 1. Голов С. Ф. Бухгалтерський облік в Україні: Аналіз стану і перспективи розвитку / С. Ф. Голов. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 522 с. 2. Максименко А. В. Проблемні питання обліку основних засобів [Електронний ресурс] / А. В. Максимов // Фінанси, облік і аудит: збірник наукових праць. – Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Foa/2009_13/index.html. 3. Муріна Т. С. Шляхи ефективності використання основних засобів на промисловому підприємстві / Т. С. Муріна // Держава та регіони. – 2007. – № 6. – С. 387–390. 4. Омельченко О. Ю. Облік основних засобів і операцій по їх оподаткуванню: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 / Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. – К., 2006. – 21 с. 5. Панасенко А. П. Проблеми основних засобів у бухгалтерському обліку / А. П. Панасенко // Держава та регіони. – 2008. – № 3. – С. 407–410.

УДК 657.1(4777+100)

Махоніна К. Д.

Студент 4 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ ТА ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД

Анотация. Розкрито проблеми впровадження управлінського обліку на підприємствах України, розглянуто системи ведення бухгалтерського та управлінського обліку в зарубіжних країнах та можливості застосування їх у вітчизняній практиці.

Аннотация. Раскрыты проблемы внедрения управленческого учета на предприятиях Украины, рассмотрены системы ведения бухгалтерского и управленческого учета в зарубежных странах и возможности применения их в отечественной практике.

Annotation. The problems of managerial economics at the enterprises of Ukraine are solved, discussed the systems of accounting and management accounting in foreign countries and the possibility of using them in domestic practice are considered.

Ключові слова: управлінський облік, система обліку.

© Махоніна К. Д., 2012



На сучасному етапі в Україні існують певні проблеми постановки системи управлінського обліку. Для процесу становлення ефективного обліку необхідно вивчення, аналіз та практичне застосування світового досвіду у сфері фінансового та управлінського обліку.

Питаннями організації та методики ведення управлінського обліку займалися сучасні вітчизняні та закордонні автори, зокрема Ф. Бутинець, С. Лабунська, О. Красова, І. Аверчін, О. Волкова та ін.

Завданням дослідження є розглянути трактування "управлінського обліку", подані різними вченими, привести узагальнене поняття, виділити основні труднощі, що виникають при впровадженні системи управлінського обліку на підприємствах, розглянути закордонний досвід щодо ведення бухгалтерського та управлінського обліку.

Метою дослідження є вивчення проблемних питань у сфері управлінського обліку та визначення можливостей упровадження досвіду закордонних країн.

Об'єктом дослідження є ведення управлінського обліку на підприємствах України та закордоном.

Предметом дослідження є проблеми впровадження і досвід закордонних країн щодо впровадження і ведення управлінського обліку.

Управлінський облік сприяє збору, обробці та аналізу інформації, необхідної менеджерам організації для прийняття правильного управлінського рішення. Він дає можливість для прийняття найбільш ефективного рішення з тих чи інших питань.

У світовій практиці існує безліч визначень поняття "управлінський облік". Так, А. Шеремет [1] визначає управлінський облік як підсистему бухгалтерського обліку, яка в рамках однієї організації забезпечує її управлінський апарат інформацією, що використовується для планування, управління та контролю за діяльністю організації. В. Палій [2] розглядає управлінський облік як систему внутрішнього оперативного управління. Згідно з SMA 1A (Міжнародні стандарти управлінського обліку – США) [3] управлінський облік – це процес ідентифікації, виміру, накопичення, аналізу, підготовки, інтерпретації та надання фінансової інформації, яка використовується менеджментом у плануванні, оцінці й управлінні організацією для забезпечення оптимального використання її ресурсів та повноти їх обліку.

Таким чином, можна сформулювати узагальнене визначення управлінського обліку – це система обліку, що забезпечує управлінський персонал інформацією, необхідною для прийняття рішень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємства, за допомогою збору, систематизації, аналізу та інтерпретації облікових даних.

Інформація, отримана від ведення управлінського обліку, дозволяє вижити в умовах зростаючої конкуренції, оскільки мати інформацію – це означає зуміти раніше інших прийняти важливі рішення.

Завданнями управлінського обліку є:

- формування повної і достовірної інформації про діяльність організації та її майновий стан;
- контроль наявності та руху майна і зобов'язань, розумного використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів відповідно до затверджених нормативів та бюджетами;
- максимізація прибутку компанії і підтримка її на задовільному рівні;
- забезпечення керівництва своєчасною та повною інформацією для прийняття управлінських рішень;

- попередження негативних результатів господарської діяльності.

Підприємство має самостійно визначити вести чи ні управлінський облік.

У останні кілька років спостерігається явний інтерес до даної теми, проте до цих пір немає чіткого розуміння цього виду обліку і це одна з основних проблем у процесі постановки системи управлінського обліку.

На сьогоднішній момент у нас вже існує класичний підхід до управлінського обліку, який зводиться в основному до цифр і різних числових показників, що враховують специфіку підприємства. Тому однією з проблем ведення управлінського обліку є те, що він часто просто дублює функції бухгалтерського обліку. Але є велика різниця: бухгалтерський облік і управлінський орієнтовані на різних користувачів. Якщо перший покликаний надавати інформацію про фінансовий стан підприємства, то другий цілком націлений на задоволення потреби управлінців підприємства в інформації, що надасть змогу прийняти ефективні рішення щодо діяльності підприємства.

Вирішення питання про ведення даного виду обліку ставить управлінський персонал перед двома крайнощами. Перша полягає в тому, що управлінському обліку взагалі не приділяється належної уваги, оскільки часто його ведення зводиться до аналогії бухгалтерського обліку. Друга крайність – це надмірне ускладнення й деталізація облікових структур.

Також однією з важливих проблем є ресурсне забезпечення та фінансові витрати, що потребують упровадження обліку. Становлення системи управлінського обліку досить трудомісткий і тривалий процес. Він займає кілька років. Система управлінського обліку вимагає великих грошових коштів і кваліфікованих трудових ресурсів. Упровадження управлінського обліку у великих і середніх організаціях економічно ефективно, а, у свою чергу, на невеликих підприємствах його організація принесе більше витрат, ніж можливі вигоди від його становлення.

Система і методологія управлінського обліку у світовій практиці формувалася протягом тривалого періоду і розвивалася як сукупність національних облікових систем. Доцільно розглянути процес становлення та стан бухгалтерського та управлінського обліку в зарубіжних країнах і виявити особливості їх побудови. Для цього була обрана історія побудови системи обліку в США.

У Сполучених Штатах власне бухгалтерським обліком займаються сертифіковані присяжні бухгалтери. Їх з 1916-го року готує Американська бухгалтерська асоціація. Ця організація дає бухгалтерам можливість знайти професійний захист та отримати консультації з питань обліку і звітності.



сті. Що стосується управлінського обліку, то в США він ведеться управлінськими бухгалтерами або бухгалтерами-управлінцями.

Вважається, що основи управлінського обліку в США були закладені приблизно в 1812-му році, у зв'язку з тим, що на текстильних підприємствах почали впроваджуватися виробничі процеси, які раніше виконувалися сторонніми організаціями. З 1919-го року в США існує Національна Асоціація Бухгалтерів. У 1972-му асоціацією була затверджена сертифікаційна програма CMA (The certified management accountant – сертифікований управлінський бухгалтер) [4]. Ця програма включає спеціальний розділ, присвячений управлінському обліку і звітності, який розглядає питання планування та оцінки витрат, а також контролю ефективності діяльності підприємства.

Основна відмінність у системі обліку в Україні та США полягає у співвідношенні фінансового та управлінського обліку. Фінансовому обліку і звітності приділяється більш скромне місце. У свою чергу, управлінський облік і звітність включає в себе весь комплекс фінансової та нефінансової інформації, що має відношення до ефективності підприємства. Тобто управлінський облік і звітність є базисом бухгалтерського обліку та звітності. Але не навпаки. Тобто з даних, що містяться в системі управління підприємством, можна сформувати фінансову звітність як загального, так і спеціального призначення. Але тієї інформації, яка міститься у фінансовій звітності не вистачає для ефективного управління бізнесом, оскільки в них відсутня маса інформації, абсолютно необхідна менеджерам, але така, що не представляє інтересу для зовнішніх користувачів (або просто закрита для них).

Таким чином, саме орієнтація на основоположну роль управлінського обліку у формуванні облікової інформації та вплив на прийняття ефективних рішень, сприяє тому, що система управлінського обліку в США діє настільки злагоджено й ефективно.

Основні функції, за які відповідає управлінський облік в організації, охоплюють надання інформації, аналіз, планування, мотивацію, координацію і контроль, тому саме відхід від класичного підходу та запозичення американського досвіду ведення обліку на українських підприємствах, заснований на розширенні поняття і функцій управлінського обліку, буде сприяти більш раціональному управлінню підприємством та оптимізації, як його діяльності в цілому, так і в розрізі облікових процедур.

Упровадження управлінського обліку на підприємстві – один з найбільш ефективних способів вирішення проблем, що виникають перед організацією. На сучасному етапі перед українськими підприємствами постає ряд проблем, зокрема дуже великі фінансові витрати, пов'язані з організацією обліку та неправильне визначення його завдань і функцій. Тому дуже важливим є процес упровадження дієвої системи управлінського обліку на підприємствах, основою якої може стати досвід розвинутих країн у сфері організації цього виду обліку.

Наук. керівн. Безкоровайна Л. В.

Література: 1. Шеремет А. Д. Управленческий учет : учебн. пособ. / А. Д. Шеремет. – М. : ФКБ-ПРЕСС, 2000. – С. 4. 2. Палий В. Ф. Организация управленческого учета / В. Ф. Палий. – М. : Бератор-Пресс, 2003. – С. 24. 3. Визначення управлінського обліку в різних країнах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://humeur.ru/page/opredelenie-upravlencheskogo-uchjota-v-gaznyh-stranah>. 4. Красова О. Управленческий учет в США / О. Красова. – М. : Горячая линия бухгалтера, 2006. – С. 1–8, 41.

УДК 657.1

Балашова К. М.

Студент 5 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ НА БЕРДЯНСЬКІЙ АВТОМОБІЛЬНІЙ ШКОЛІ ВСА

Анотація Надано методичні рекомендації щодо обліку та аналізу фінансових результатів діяльності Бердянської автомобільної школи ВСА.

Аннотация. Предложены методические рекомендации по учету и анализу финансовых результатов деятельности Бердянской автомобильной школы ВСА.

Annotation. Methodical recommendations on the account and the analysis of financial results of Berdyansk automobile school VSA activity are offered.

Ключові слова: облік доходів, облік витрат, фінансова стійкість, облік знижок на надання послуг.

© Балашова К. М., 2012

125

"Управління розвитком", №1(122)2012



Для прийняття ефективних управлінських рішень необхідна достовірна інформація про результати діяльності, сформована з урахуванням специфіки господарювання підприємств та їх організаційної структури. Така інформація становить найбільший інтерес для користувачів фінансової звітності. Головним чином це стосується об'єктивної інформації щодо доходів та витрат як визначальних складових фінансового результату. У зв'язку з прийняттям Податкового кодексу від 02.12.2010 р. відбулися зміни у системі формування показників фінансового результату та відображення їх у фінансовій та податковій звітності.

Таким чином, проблема удосконалення обліку фінансового результату діяльності підприємств є актуальною та становить інтерес для дослідження.

Проблему розвитку і вдосконалення обліку й аналізу фінансових результатів розглядали у своїх працях Бабіч В. В., Башнянин Г. І., Бутинець Ф. Ф., Голов С. Ф., Костенко Г. Д., Маляревський Д. Ю., Мец В. О., Орлова В. К. та ін.

Метою дослідження є розгляд організації бухгалтерського обліку на підприємстві та аналіз результатів його діяльності, розробка практичних рекомендацій щодо обліку фінансових результатів для підприємства. Задля досягнення мети даної роботи необхідно виконати такі завдання: виявити недоліки обліку доходів та витрат на підприємстві, надати рекомендації щодо напрямів удосконалення обліку фінансових результатів діяльності; запропонувати напрямки збільшення доходу Бердянської автомобільної школи ВСА.

Проаналізуємо категорії "дохід" та "витрати" підприємства, адже вони мають суттєвий вплив на формування його прибутку. Згідно з П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати", доходи – це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунок внесків власників) за звітний період [1].

Розглянемо класифікацію доходів згідно П(С)БО 15 "Дохід". Визнані доходи класифікуються в бухгалтерському обліку за такими групами: дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), інші операційні доходи, фінансові доходи, інші доходи, надзвичайні доходи [2].

Згідно з П(С)БО 16 "Витрати", витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками) [3]. Але сутність витрат у даному визначенні виражається не через їх економічну природу, а через наслідки операцій з активами та капіталом.

Витрати за їх економічним змістом групуються за такими елементами: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація, інші операційні витрати.

Об'єктом дослідження для проведення практичного ознайомлення з обліком фінансових результатів діяльності є Бердянська автомобільна школа ВСА, приватної форми власності, яка є правонаступником колективного підприємства "Автосоюз" Бердянської міської організації Всеукраїнської спілки автомобілістів і зареєстрована як суб'єкт малого підприємництва. Автошкола є професійно-технічним закладом 1 атестаційного рівня, що забезпечує реалізацію потреб громадян у здобутті професійно-технічної освіти. Бердянська автошкола ВСА займається підготовкою водіїв транспортних засобів таких категорій: "А" – мотоцикл, "В" – легковий автомобіль, "С" – вантажний автомобіль, перепідготовку з категорії "В" на "С", "D" – автобус, "Е" – автопоїзд. Також у власності підприємства знаходяться дві автостоянки.

У ході дослідження обліку доходів та витрат підприємства встановлено, що основним недоліком в обліку на Бердянській автошколі ВСА є те, що бухгалтер не веде аналітичний облік доходів та витрат за видами діяльності. Тому автор дослідження пропонує ввести облік за видами діяльності для того, щоб дотримуватися вимог достовірності інформації. Крім того, доцільно було б ввести до робочого плану рахунків такі аналітичні рахунки для обліку витрат діяльності 9 "Витрати діяльності" класу рахунків:

903.1 – "Собівартість реалізованих послуг з навчання";

903.2 – "Собівартість реалізованих послуг з автостоянок".

Оскільки підприємство застосовує облік витрат на 8 і 9 класах рахунків для достовірності та доступності відображення фінансово-господарських операцій за витратами за елементами в обліку доцільно до 8 класу "Витрати за елементами" рахунків також ввести аналітичні субрахунки, наприклад:

801.1 – "Витрати сировини та матеріалів на виробничі потреби";

801.1.1 – "Навчання";

801.1.2 – "Автостоянки";

801.2 – "Витрати сировини та матеріалів на адміністративні потреби";

803.1 – "Витрати палива та електроенергії на виробничі потреби";

803.1.1 – "Витрати палива та електроенергії на навчання";

803.1.2 – "Витрати електроенергії на автостоянках";

803.2 – "Витрати палива та електроенергії на адміністративні потреби" та ін.

Для обліку доходів від нарахованих відсотків на залишок коштів, що перебувають на поточному рахунку підприємства автошкола використовує субрахунок 732 "Відсотки одержані", на якому згідно з Інструкцією № 291 [4] узагальнюється інформація про відсотки за облігаціями чи іншими цінними паперами. Тож підприємство неправильно відображає бухгалтерські записи за даною операцією. У листі Міністерства фінансів України від 29.03.06 № 31-34000-20-10/6452 [5] зазначається, що відсотки за поточним рахунком включаються до складу інших операційних доходів.

Тобто, згідно з інструкцією № 291, відсотки, які нараховуються на залишок коштів, що перебувають на поточному рахунку підприємства, варто показувати у складі інших операційних доходів, за дебетом, використовуючи субрахунок 373 "Розрахунки за нарахованими доходами", а за креди-

том – субрахунок 719 "Інші доходи від операційної діяльності". Нарахування таких відсотків показують проводками, наведеними у табл. 1.

Таблиця 1

Бухгалтерські записи з нарахування відсотків на залишок коштів, які перебувають на поточному рахунку

Зміст операції	Кореспонденція рахунків	
	дебет	кредит
1. Нараховано відсотки на залишок коштів, розміщених на поточному рахунку.	373	719
2. Зараховано відсотки на поточний рахунок	311	373
3. Відображено списання доходів у порядку закриття рахунка й визначення фінансових результатів	719	791

У ході аналізу фінансової стабільності підприємства було встановлено, що підприємство знаходиться на межі банкрутства. Але всі інші показники у нормі. Тому автор дослідження вважає, що дана методика не підходить для аналізу даного підприємства. Тим паче підприємство відносно мале, і воно більш "гнучке", ніж підприємство з великим обсягом виробництва.

Для забезпечення фінансової стійкості підприємства, що позитивно вплине на підвищення його платоспроможності і зменшить вірогідність банкрутства, на думку автора, доцільно на підприємстві Бердянська автошкола ВСА створити резервний капітал у мінімальному розмірі 25 % статутного капіталу – це зіставить 46 тис. грн. А розмір щорічних відрахувань встановити у розмірі 5 % від чистого прибутку. Усі перераховані зміни потрібно відобразити в обліковій політиці підприємства.

При дослідженні впливу на економічний показник Y рентабельність послуг п'яти факторів – коефіцієнта зносу X_1 , фондодіддачі X_2 , коефіцієнта автономії X_3 , коефіцієнта поточної ліквідності X_4 та фондоозброєності X_5 – за допомогою економіко-математичної моделі та на основі отриманих результатів зроблено висновок, що для підвищення рентабельності послуг доцільно Бердянській автошколі ВСА залучати кошти у вигляді кредитів для розвитку своєї діяльності, оскільки у підприємства немає інших джерел отримання додаткових коштів. Доцільно знизити коефіцієнт автономії до 50 %, що призведе до збільшення рентабельності послуг та не вплине на стабільність підприємства.

У зв'язку з тим, що стоянки, які знаходяться у власності автошколи, розраховані на 100 місць, а в середньому використовуються лише приблизно 75 місць, для залучення клієнтів Бердянській автошколі ВСА автором пропонується ввести знижку на послуги, що реалізуються постійним клієнтам:

за використання місця легковим автомобілем знижка від загальної вартості (10 грн з ПДВ за добу) – 10 %;

за використання місця мікроавтобусом знижка від загальної вартості (15 грн з ПДВ за добу) – 15 %;

за використання місця легковим автомобілем у гаражі знижка від загальної вартості (15 грн з ПДВ за добу) – 15 %;

за використання місця мікроавтобусом у гаражі знижка від загальної вартості (15 грн з ПДВ за добу) – 15 %;

оплата місця за місяць будь-якого виду транспорту надається знижка у розмірі 15 %;

на послуги на навчання на категорії В (вартість 2 050 грн) знижка студентам встановлена у розмірі 20 %.

Надання знижок покупцям на послуги повинні проводитися на підставі відповідного розпорядчого документа. Це може бути положення про знижки або про маркетингову політику підприємства, у яких обґрунтовуються розмір цін та знижок, що застосовуються підприємством (з урахуванням всіх умов), а також економічна значущість та ефективність маркетингових заходів, які проводяться.

Розглянемо приклад бухгалтерських проводок надання знижок у момент реалізації послуг (до дати зазначеної реалізації послуг) при таких умовах: ціна місця на стоянці для легкового автомобіля складає 10 грн з ПДВ за добу. Постійним клієнтам, фізичним особам, знижка надається у розмірі 10 %. Собівартість послуг складає 5 грн (табл. 2).

Таблиця 2

Облік знижок, наданих у момент реалізації послуг або ж у момент (дату) зазначеної реалізації

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
	дебет	кредит	
1. Відображено в складі доходу виручку від реалізації послуг (за мінусом наданої 10-відсоткової знижки (10 грн – 1 грн (10 грн x 10 % / 100 %))	361	703.2	9
2. Нараховано податкові зобов'язання з ПДВ 9 грн x 20 % / 120 %	703.2	641.1	1,5
3. Отримано оплату від замовника послуг (за мінусом 3-відсоткової знижки, обумовленої в договорі)	301	361	9
4. Відображено собівартість реалізованих послуг	903.2	23.2	5
5. Списано на фінансовий результат собівартість реалізованих послуг	791	903.2	5
6. Списано на фінансовий результат дохід від реалізації послуг	703.2	791	7,5



Аналізуючи табл. 2, можна зробити висновок, що підприємство отримує прибуток від реалізації послуг, що дорівнює 2,5 грн (7,5 грн – 5 грн). Операція оформлюється проводкою: дебет 791, кредит 441 "Прибуток нерозподілений" [6].

За результатами досліджень сформувано висновки стосовно діяльності підприємства та надано рекомендації, впровадження яких буде сприяти збільшенню доходу на підприємстві, а також рентабельності послуг у майбутньому.

Отримані результати можуть бути використані в практичній діяльності Бердянської автомобільної школи ВСА для забезпечення ефективного функціонування та стабільного розвитку підприємства в майбутньому.

Наук. керівн. Пасенко Н. С.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3 "Звіт про фінансові результати", затверджений Наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. № 87 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi>. 2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 "Дохід", затверджений Наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. № 87 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi>. 3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати", затверджений Наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. № 87 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi>. 4. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій № 291 від 31.11.99 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi>. 5. Лист Міністерства фінансів України від 29.03.06 № 31-34000-20-10 / 6452 "На запит щодо відображення деяких господарських операцій" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/>. 6. Маляревский Ю. Д. Финансовый учет : конспект лекций. Ч. 1 / Ю. Д. Маляревский, П. С. Тютюнник. – Х. : Изд. ХГЭУ, 2003. – 104 с.

Уколова О. О.

УДК 659.4

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

СУТНІСТЬ БРЕНДИНГУ ТА ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розглянуто сутність брендингу, його переваги і недоліки, вплив на споживачів і суспільство загалом. Визначено особливості застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку.

Аннотация. Рассмотрена сущность брендинга, его преимущества и недостатки, влияние на потребителей и общество в целом. Определены особенности применения концепции брендинга на отечественном рынке.

Annotation. The essence of branding, its advantages and disadvantages, the influence of branding on users and society on the whole are considered. The peculiarities of applying the concept of branding at the national market are identified.

Ключові слова: бренд, брендинг, торгова марка, конкурентні переваги, маркетинг на підприємстві.

До моменту проголошення незалежності основним методом конкурентної боротьби в Україні була ціна, згодом – сполучення ціни та якості, у даний час найбільш успішні компанії використовують не тільки ціну і якість, але й імідж. У зв'язку з цим брендинг стає невід'ємною частиною маркетингової стратегії підприємства. Тому актуальними на даному етапі є розгляд сутності брендингу, особливостей його застосування на вітчизняному ринку.

Метою дослідження є розгляд сутності брендингу, переваг і недоліків використання брендів вітчизняними підприємствами, а також надання рекомендацій щодо створення ефективних українських брендів.

Увага до проблем створення та управління брендингом посилюється в усьому світі. За останні роки за даною тематикою опублікована значна кількість праць українських та зарубіжних

© Уколова О. О., 2012

авторів, серед яких: О. Білан, Р. Жарлінська, К. Келлер, Ф. Котлер, Т. Любаренко, Т. Поліщук, А. Реп'єв [1 – 6] та ін.

Сьогодні в умовах жорсткої конкуренції навіть перед широко відомими підприємствами виникає досить складне завдання: утримання своїх позицій на ринку та завоювання прихильності споживачів. Саме брендові продукти приносять не лише задоволення первинних потреб, а й психоемоційне задоволення, тому споживачі від них не відмовляються навіть у складних фінансових умовах. Це підтверджують опитування, що проводились компанією "Gallor" (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Зміна поведінки споживача в ситуації кризи, що посилюється

Запитання	Відповідь "Так", %*
Намагатимуться знайти найменшу ціну на ті продукти та бренди, до яких вони звикли	81
Скоротять витрати на розваги та харчування у кав'ярнях та ресторанах	73
Будуть контролювати сімейні витрати, наприклад, ретельніше розраховувати сімейний бюджет	65
Відкладуть незаплановані покупки	61
Скоротять обсяги заощаджень	50
Перейдуть на дешевшу і менш якісну продукцію	49
Почнуть купувати в магазинах-дискаунтерах	46
Влаштуються на іншу роботу чи намагатимуться працювати понаднормово	30

*Респонденти мали змогу відповідати "Так" на декілька питань, тому сума відповідей не дорівнює 100 %.

Поняття "брендинг" почало зустрічатися у літературі достатньо давно, ще у середині ХХ століття, практично відразу після обґрунтування значущості використання маркетингу у діяльності підприємства. Для більш детального аналізу брендингу є доцільним розглянути змістовні значення понять "торгова марка" і "бренд". Так, Ф. Котлер і Келлер К. Л., посилаючись на визначення Американської асоціації маркетингу, стверджують, що торгова марка – це ім'я, термін, знак, символ, рисунок чи їх поєднання, що призначені для ідентифікації товарів чи послуг одного продавця чи групи продавців та їх диференціації від товарів чи послуг конкурентів. Ф. Котлер також зазначає, що "найважливіше поняття в маркетингу – поняття брэнда. Якщо ви не бренд – ви не існуєте. Хто ж ви тоді? Ви – звичайний товар. А коли ми купуємо такі товари, єдино важлива річ для нас – це ціна. Але якщо ви побудували бренд, ви можете установити ціну, більшу, ніж ціна простого товару. Відомо також, що зробити бренд можна з будь-якого товару". А. Реп'єв, засновник "Школи реклами А. Реп'єва", вважає, що "бренд – це та проінформованість про відмінні якості товару, послуги або будь-якого іншого об'єкта та репутація, той імідж, ті асоціації, які виникають у свідомості людей, коли вони почули або побачили атрибути цього об'єкта". Отже, бренд – це асоціації споживачів товарів про високу якість, престиж та інше, з одного боку, і комерційні вигоди виробників даного брэнда – з іншого [3; 6].

За допомогою брендингу вітчизняний виробник матиме можливість:

- підтримувати запланований обсяг продажів;
- сприяти ідентифікації товару і спрощувати процес логістики;
- піднімати на брендові товари ціну набагато вищу, ніж на небрендові, аналогічні за якістю;
- зменшити рекламні інвестиції на просування нової марки товару;
- забезпечувати емоційний зв'язок з покупцями.

Окрім позитивних наслідків для виробника, брендинг має і негативні, а саме:

погіршення ситуації з одним неякісним товаром негативно впливає на стан всього брэнда;

успішний бренд завжди повинен підтверджувати якість товару чи послуги, що випускає чи надає компанія;

"розкрутка" брэнда – процес дорогий, важкий і довготривалий;

зміцнення брэнда потребує інновацій та актуальності в усіх аспектах маркетингової програми підприємства.

Необхідність застосування брендингу в Україні обґрунтована не тільки значущістю його для виробника, але й важливістю для споживача:

бренд дає змогу пізнавати товар, відрізнити його від подібних товарів;

бренд для споживача є гарантом якості;

дає змогу відчути себе приналежним до певної соціальної групи [1].

Однак брендовий товар завжди має ціну набагато вищу, ніж на небрендовий.

У сучасних умовах загальний рівень розпізнання брэндів в українських споживачів великий, але він постійно зростає. Тому Україна – країна, де можна досить швидко створити і просунути новий бренд. Для створення і просування брэнда на Заході потрібно 20 – 50 млн доларів, в Україні – 1 млн доларів.

Розрізняють багато видів брэндів, але всі вони поділяються на сильні, середні і слабкі брэнди. Сильний бренд – такий бренд, який знають і можуть відрізнити від інших марок більше 60 % споживачів даної товарної групи. Бренд знають і впізнають від 30 до 60 % споживачів, – бренд, що розвивається (середній). Слабкий бренд – це бренд, який впізнають серед конкурентів до 30 % споживачів [2].

Приклади сильних українських брэндів, які лідирують уже багато років в Україні, наведено в табл. 2 [7].

Перелік сильніших українських брендів

Місце в рейтингу	Бренд	Продаж, млрд грн	Рік запуску	Компанія
1	Наша Ряба	3,326	2001	Публічне акціонерне товариство "Миронівський хлібопродукт"
2	Чернігівське	2,982	1988	Відкрите акціонерне товариство "САН ІнБев Україна"
3	Прима	2,83	1947	Компанія "Імперіал Тобакко Україна"
4	Roshen	2,625	2000	Державне підприємство "Кондитерська корпорація "ROSHEN"
5	Прилуки Особливі	1,643	1999	Компанія "Брітіш Американ Тобакко Україна"
6	Конті	1,3	1997	Закрите акціонерне товариство "Виробниче об'єднання "Конті"
7	Хортиця	1,2	2003	Державне підприємство "Імідж Холдинг"
8	Nemiroff	1,16	1994	Холдинг "Nemiroff"
9	Львівське	1,034	1715	Відкрите акціонерне товариство "Львівська пивоварня"
10	Садочок	0,955	2002	Товариство з обмеженою відповідальністю "Сандора"

Експерти у сфері маркетингу виділяють у процесі формування бренду декілька етапів [9]:

- 1) створення візуально-словесного виразу: фірмова назва, товарний знак, фірмовий стиль, слоган;
- 2) використання в діяльності: ділових документів, рекламних заходів, рекламних сувенірів;
- 3) формування бренду: рамки бренду, програма просування бренду, аналіз результатів програми;
- 4) сформований бренд: дослідження, діагностика, програма подальшого розвитку.

Таким чином, брендинг є одним з ключових факторів успіху товарів на ринку. Найактуальнішим завданням для України на сучасному етапі щодо брендів є: по-перше, збереження українських брендів, які успішно розвиваються; по-друге, створення та розвиток нових брендів; по-третє, формування глобального бренду "Україна" з позитивним іміджем; по-четверте, виховування спеціалістів з бренд-менеджменту, враховуючи досвід міжнародних компаній, які вже досягли успіху. Це дозволить Україні стати економічно сильною та розвинутою державою.

Наук. керівн. Шумська Г. М.

Література: 1. Білан О. Застосування брендингу: переваги і недоліки / О. Білан // Вісник НУ "Львівська політехніка". – 2009. – № 648. – С. 231–235. 2. Жарлінська Р. Актуальні аспекти брендингу [Електронний ресурс] / Жарлінська Р. – Режим доступу : <http://intkonf.org/ken-zharlinska-rg-pyatak-m-aktualni-aspekti-brendingu>. 3. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент : підручник / Ф. Котлер // пер. з англ. К. Л. Келлер, А. П. Павленко та ін. – К. : Хімджест, 2008. – 720 с. 4. Любаренко Т. Інноваційні технології формування міжнародних брендів / Т. Любаренко // Економіка. – 2009. – № 11. – С. 3–6. 5. Полищук Т. Перспективні напрямки розробки успішних брендів в Україні / Т. Полищук // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7(97). – С. 129–137. 6. Репьев А. П. Брендинг à la Russe [Электронный ресурс] / А. П. Репьев. – Режим доступу : http://www.repiev.ru/articles/brand_rus.htm. 7. Офіційний сайт Асоціації виробників та імпортерів рекламних сувенірів України (АВІРСУ) "50 самых популярных брендов Украины. Рейтинг журнала "Фокус". – Режим доступу : <http://avirsu.com.ua>.

Черепиха В. В.

УДК 330.322(477.54)

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОБҐРУНТУВАННЯ АНАЛІЗУ СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ХАРКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ

Анотація. Розглянуто сутність інвестиційної діяльності підприємств. Проаналізовано стан інвестиційної діяльності у Харківському регіоні. Визначено основні напрями підвищення ефективності інвестиційної діяльності у регіонах України.

Аннотация. Рассмотрена сущность инвестиционной деятельности предприятий. Проанализировано состояние инвестиционной деятельности в Харьковском регионе. Определены основные направления повышения эффективности инвестиционной деятельности в регионах Украины.

Annotation. The article considers the nature of investment activity. Analysis of the current investment activity in Kharkiv region has been made. The main directions of improving the efficiency of investment activity in the regions of Ukraine are defined.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна діяльність, регіон, аналіз стану інвестиційної діяльності, Харківський регіон.

Актуальним у даний час є поглиблене дослідження ринкових форм і механізмів інвестиційної діяльності на мікро- і макrorівнях. Інвестиційна діяльність підприємств є одним з найбільш складних і ризикових видів бізнесу. Її результати мають значний вплив на ефективність підприємства в цілому. До суттєвих чинників, що стримують його розвиток в Україні, слід віднести: недостатню економічну ефективність інвестиційних проектів, низьку інвестиційну привабливість підприємств, слабкий державний захист капіталу інвесторів, відсутність ринкової інфраструктури і дієвих механізмів щодо здійснення інвестицій та повернення капіталу.

Вирішенню проблем удосконалювання інвестиційної діяльності підприємств присвячені роботи як вітчизняних, так і закордонних учених-економістів: І. Бланка [1], М. Гересимчук [2], В. Гриньової, В. Коюди [3] та ін. Однак значна кількість теоретичних і практичних проблем недостатньо досліджені та методично забезпечені.

Метою дослідження є аналіз стану інвестиційної діяльності у Харківському регіоні, а також визначення основних напрямів підвищення ефективності інвестиційної діяльності в регіонах України.

Однією з найбільш гострих проблем сучасної України залишається досягнення стабільного економічного зростання. До числа основних факторів, що безпосередньо впливають на динаміку економічного розвитку країни та її регіонів, можна віднести стан інвестиційної сфери.

Як відомо, інвестиції, визначаючи процес економічного зростання в цілому, є базисом здійснення діяльності суб'єктів господарювання. У сучасній ситуації інвестиції виступають найважливішим засобом забезпечення умов виходу України зі стану економічної кризи, здійснення структурних зрушень у народному господарстві, упровадження сучасних досягнень технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро- і макrorівнях. Активізація інвестиційного процесу є одним з найбільш діючих механізмів подальших соціально-економічних перетворень у регіонах України.

Згідно із Законом України "Про інвестиційну діяльність", інвестиціями можуть бути всі види майнових й інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект [4]. Отже, під інвестиціями розуміють діяльність із вкладання грошових коштів на відносно тривалий час у виробничі проекти, цінні папери, нерухомість, статутні фонди інших підприємств, колекції, дорогоцінні метали та інші об'єкти, ринкова вартість яких постійно зростає і дає власнику дохід у вигляді відсотків, дивідендів, прибутків від перепродажу тощо [5].

На даному етапі розвитку економіки України ефективна діяльність підприємств щодо довгострокової перспективи, забезпечення високих темпів їх розвитку й підвищення конкурентоспроможності значною мірою визначаються рівнем їх інвестиційної активності та діапазоном інвестиційної діяльності. Інвестиційна діяльність підприємства становить цілеспрямовано здійснюваний процес пошуку необхідних інвестиційних ресурсів, вибору ефективних об'єктів (інструментів) інвестування, формування збалансованої за обраними параметрами інвестиційної програми (інвестиційного портфеля) і забезпечення її реалізації. Основною метою інвестиційної діяльності є забезпечення найбільш ефективних шляхів реалізації інвестиційної стратегії підприємства на окремих стадіях його життєвого циклу, а також формування перспективної організаційної структури й інвестиційної культури [6; 7].

Істотну допомогу в реалізації зазначеної мети надає аналіз інвестиційної діяльності підприємства. З його допомогою виробляється стратегія й тактика розвитку інвестиційної діяльності підприємства, обґрунтовуються плани й управлінські рішення в цій сфері, здійснюється контроль за їхнім виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності інвестицій, оцінюються результати реальних і фінансових інвестиційних проектів у цілому й за окремими їх видами. Слід зазначити, що у процесі управління інвестиційною діяльністю підприємства приділяється особлива роль регіону, в якому працює зазначене підприємство, та аналізу стану його інвестиційної діяльності.

Для того щоб інвестиційна діяльність здійснювалася ефективно, необхідно проводити державне регулювання цієї діяльності. Державне регулювання інвестиційної діяльності полягає в гарантіях прав суб'єктів і захисту інвестицій. Держава гарантує, насамперед, стабільність прав, що дуже важливо при довгострокових інвестиціях. Інвестиції можуть бути припинені лише у випадку стихійних лих, визнання інвестора банкрутом, надзвичайного положення й екологічних порушень [2; 8].

За даними Харківської обласної державної адміністрації [9], протягом 2010 р. у розвиток економіки Харківського регіону підприємствами й організаціями за рахунок усіх джерел фінансування вкладено 9 849,9 млн грн капітальних інвестицій, з них 7 301,4 млн грн – інвестицій в основний капітал, що на 13,9 % менше, ніж у 2009 р. Найвагомішу частку з них (93,7 % загального обсягу) складають інвестиції у матеріальні активи. Інвестиції в основний капітал складають 74,1 % загального обсягу капітальних інвестицій. На поліпшення об'єктів спрямовано 9 % усіх інвестицій,



на придбання та створення інших необоротних матеріальних активів – 3,5 %, на довгострокові біологічні активи тваринництва – 0,3 %. У нематеріальні активи вкладено 6,3 % загального обсягу капітальних інвестицій.

Головним джерелом фінансування інвестицій в основний капітал, як і раніше, залишаються власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких освоєно 72,8 % капіталовкладень. Частка залучених і запозичених коштів, у тому числі кредитів банків, коштів іноземних інвесторів та інвестиційних фондів, у загальних обсягах капіталовкладень становила 5,9 % [10].

Регіональний аналіз інвестиційної діяльності показав, що обсяги інвестицій в основний капітал зросли у 5 містах обласного підпорядкування та 16 районах області. Найбільш високого зростання капітальних вкладень досягнуто у Коломацькому районі, де рівень інвестицій минулого року перевищено у 11,7 раза. Найбільшу частку капіталовкладень (39,7 %) було спрямовано у розвиток промислових видів діяльності (темп склав 84,4 %). Це зумовлено скороченням (на 28,3 %) обсягів інвестицій у розвиток підприємств переробної промисловості (51 % від усіх капіталовкладень у промисловість). Темп освоєння інвестицій в основний капітал підприємств з виробництва та розподілення електроенергії, газу та води становив 86,1 %, добувної промисловості – 111,9 %.

Можна зазначити, що негативний вплив на темпи освоєння капіталовкладень у переробній промисловості Харківського регіону мало зменшення інвестицій в основний капітал у виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів – на 59,8 %, машин та устаткування – на 39,8 %. Частка цих видів діяльності у загальному обсязі капіталовкладень переробної промисловості становила 18,3 %. За обсягами освоєних інвестицій в основний капітал за 2010 р. Харківський регіон знаходиться на дев'ятому місці серед регіонів України після м. Києва, Дніпропетровського, Київського, Донецького, Львівського, Одеського, Запорізького та Полтавського регіонів [9].

Слід зазначити, що формується позитивна тенденція в інвестуванні соціальної сфери. Так, обсяг капіталовкладень в освіту, а також охорону здоров'я і надання соціальної допомоги збільшився у 2010 р. на 28,3 і 13,9 % відповідно. Капіталовкладення у житлове будівництво за 2010 р. становили 935,9 млн грн (100,6 % до минулого року).

Таким чином, інвестиції становлять найважливішу економічну категорію розширеного відтворення, яка відіграє ключову роль у реалізації структурних зрушень в економіці регіонів України. Метою регіональних інвестиційних програм повинна стати переорієнтація значних ресурсів на розвиток галузей, що задовольняють споживчі запити населення. При цьому необхідно в перелік пріоритетних напрямів включити й галузі соціальної інфраструктури.

Наук. керівн. Шумська Г. М.

Література: 1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. – К. : Эльга-Н ; Ника-Центр, 2001. – 448 с. 2. Герасимчук М. Джерела і структура капітальних вкладень / М. Герасимчук // Економіка України. – 2006. – № 12. – С. 32–34. 3. Гриньова В. М. Інвестування : підручник / В. М. Гриньова, В. О. Коюда. – Х. : Знання, 2008. – 452 с. 4. Про інвестиційну діяльність : Закон України № 3038-VI від 17.02.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. 5. Івахненко І. С. Інвестиційна діяльність в Україні: сучасний стан та можливості її активізації / І. С. Івахненко // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2010. – № 6. – С. 21–25. 6. Воробець Т. І. Необхідність фінансових інвестицій в умовах ринкової економіки / Т. І. Воробець // Финанси, банки, інвестиції : науковий вісник. – 2010. – № 1. – С. 39–43. 7. Глазунов В. Н. Финансовый анализ и оценка риска реальных инвестиций : научн. изд. / В. Н. Глазунов. – М. : Финстатинформ, 1997. – 135 с. 8. Дрич А. Основні способи досягнення інвестиційної привабливості України / А. Дрич // Вісник НБУ. – 2010. – № 4. – С. 40–41. 9. Офіційний сайт Харківської обласної адміністрації. – Режим доступу : <http://kharkivoda.gov.ua>.

Маточка І. В.

УДК 005.91:316.46

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ЛІДЕРСТВО ЯК ОBOB'ЯЗKOBA PИCА CУЧАСНОГО КЕРІВНИКА ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Виявлено спільні та відмінні риси понять "керівництво" і "лідерство". Зроблено акцент на тому, що реальне лідерство керівника сучасного вітчизняного підприємства повинне поєднувати його формальне лідерство, тобто лідерство посади, з соціальним лідерством, тобто лідерством його особистості.

© Маточка І. В., 2012

Аннотация. Выявленные общие и отличительные черты понятий "руководство" и "лидерство". Сделано акцент на том, что реальное лидерство руководителя современного отечественного предприятия должно объединять его формальное лидерство, то есть лидерство должности, с социальным лидерством, то есть лидерством личности

Annotation. The article is devoted to revealing both general and distinctive features of concepts "management" and "leadership". In the article the emphasis on real leadership of the head of modern domestic enterprise should unite its formal leadership, that is the leader-ship of a post, with social leadership, that is leadership of the person is made.

Ключові слова: лідер, лідерство, керівництво, стилі керівництва, керівник-лідер.

На сучасному етапі розвитку суспільства проблеми, які пов'язані з питаннями лідерства, дієвого та продуктивного управління та розумного, доцільного використання влади вимагають поглибленого вивчення, як феноменів лідерства, так і феноменів управління. Вдале керівництво впливає на постійність та налагодженість, вирішення великої кількості проблем, які пов'язані з нашою буденністю, а лідер і влада щільно пов'язані з системою управління. Тому особливо актуальною проблемою є розгляд лідерства як обов'язкової риси сучасних керівників вітчизняних підприємств.

Метою дослідження є розуміння сутності понять "керівництво" і "лідерство", виявлення спільних і відмінних їх сторін, а також визначення основних особистісно-ділових та професійних якостей керівника-лідера, які сприяють ефективній управлінській діяльності на вітчизняних підприємствах.

У більшості випадків різницю між лідерством та керівництвом, владою не відзначають, і підкреслюють, що людина, яка є на даний момент керівником і є одночасно лідером трудового колективу. Теоретично воно так і є. Але фактично співвідношення цих компонентів неоднозначне, тому що воно створюється під дією багатьох факторів (вид і обсяги діяльності, форма власності підприємства, його корпоративна культура тощо).

Лідерство – це здібність керівника впливати на підлеглих, що обумовлена його індивідуальними рисами (особистий підхід до управління), його поведінкою, стилем керівника (авторитарним, ліберальним, демократичним). Це також процес впливу на групу людей, щоб спонукати їх йти за собою для спільної реалізації визначених цілей [1].

Керівництво – це процес впливу на людей для спрямування їх зусиль на досягнення певних цілей, який є способом примусу їх працювати на досягнення єдиної мети [2]. Керівництво має право давати офіційні доручення, розпорядження і вимагати їх виконання, тобто це процес управління спільною діяльністю членів групи.

Необхідно зазначити, що між лідерством і керівництвом є спільні риси:

по-перше, вони є засобом координації, організації відносин членів соціальної групи та управління ними з метою досягнення цілей, проте працюють вони в системі формальних та неформальних відносин;

по-друге, вони реалізують процеси реального соціального впливу групі, однак вплив проходить по офіційних та неофіційних каналах та здійснюється різними засобами;

по-третє, обом притаманна субординація відносин. У керівництві субординація відносин виступає достатньо чітко та закріплюється у посадових інструкціях. У лідерстві субординація менш помітна і ніяк не закріплена. Тому часто лідерство здатне переходити в керівництво, а керівництво у лідерство;

по-четверте, постійне спілкування з людьми, об'єднання у групи (колектив, команда);

по-п'яте, реалізація соціального впливу на робочі групи [3].

Узявши за основу функціональні та особистісні відмінності між керівником та лідером, можна змодельувати й охарактеризувати ситуації, що відчутно впливають на гармонізацію життя та діяльності в організації. Такими потенційними ситуаціями є:

1) керівник та лідер – різні особи, які не знаходять спільної взаємодії;

2) керівник та лідер – різні особи, які співпрацюють на основі взаємоповаги та компромісів;

3) керівник та лідер – одна й та сама особа.

Уміння бути ефективним лідером передбачає здатність не лише концентрувати волю, увагу та зусилля на вирішуваних організацією завданнях, а й максимально враховувати інтереси та особистісні особливості підлеглих.

Основними складовими лідерського потенціалу є [4]: компетентність – досвід, знання, навички, уміння працювати з людьми; особистісні та ділові риси – впевненість у собі, енергійність, комунікабельність, готовність брати на себе відповідальність, самостійність; здібності – інтелект, пам'ять, творчі здібності тощо; установки, цінності пріоритети – відношення до роботи і те, що керівник ставить на перший план, працюючи з підлеглими, сприймаючи і передаючи інформацію чи приймаючи рішення.

Як відомо, ефективність управління спирається, насамперед, на індивідуальний підхід до кожного працівника, тобто на успішність вирішування проблем у стосунках, що виникають між працівниками, а також між керівником і підлеглим. Для ефективного управління кожен керівник використовує свої методи впливу як на кожного працівника, так і на весь колектив у цілому, тобто кожному керівнику властивий свій підхід – свій стиль управління.

Стиль управління – це спосіб, система методів впливу керівника на підлеглих. На сьогодні існує багато стилів управління, але основними є лише три стилі: авторитарний, демократичний і ліберальний. Сам стиль вже залежить від самого керівника. Щоб бути продуктивним керівником, необхідно бути лідером, вміти змушувати персонал робити те, що необхідно в даний час, вміти ставити мету та бачити, як найлегше та найшвидше її досягти [5; 6].



Відомий дослідник лідерства К. Левін провів дослідження, внаслідок яких йому вдалося розділити лідерів та керівників на авторитарних та демократичних. Лідер авторитарного типу діє самостійно, не враховуючи думку співробітників. Причому у його спілкуванні з підлеглими переважає наказовий елемент. Про це свідчили досліди К. Левіна, оскільки як тільки авторитарний лідер виходив з кімнати, члени групи різко знижували рівень діяльності.

На відміну від авторитарного, демократичний лідер сприймається членам групи як "один із нас". На підприємстві спільної діяльності він спирається як на допомогу, так і на підтримку підлеглих, вміло використовуючи при цьому вплив неформальних лідерів із числа підлеглих для посилення згуртованості та дисциплінованості членів колективу. Переважаючим елементом лідера такого типу є ініціатива та велика зацікавленість організацією взаємодії серед членів колективу [3].

Отже, керівник мусить змінюватися, повинен вчасно змінювати свою думку та свій стиль управління. Щоб бути на це спроможним, керівник має бути впевненим у собі і дуже якісно підбирати собі колектив.

Умови роботи підприємства (сприятливі, несприятливі, екстремальні), економічна ситуація в країні спонукають переходити до жорсткіших форм поведінки керівника чи навпаки до більш демократичних. Наприклад, в умовах економічної кризи, за потреби виконати роботи у стислі терміни чи за дефіциту ресурсів керівник змушений переходити до авторитарного стилю.

Таким чином, розуміння сучасної ролі та значення керівника як організатора колективної діяльності співробітників-однодумців є передумовою усвідомлення такого факту, що управлінець сьогодні не може вдовольнитися лише формальним лідерством, яке автоматично забезпечує йому займану посаду. Тому керівник сучасного підприємства зобов'язаний, перш за все, бути соціальним лідером, який, завдяки своїй особистості, здійснює лідерський вплив на підлеглих співробітників. Тільки керівник із інноваційним способом мислення забезпечить випереджувальний розвиток сучасного підприємства, створить умови для конкурентних переваг на вітчизняному і світовому ринках.

Наук. керівн. Шумська Г. М.

Література: 1. Мамалуй О. О. Основи економічної теорії : підручник [Електронний ресурс] / О. О. Мамалуй. – Режим доступу : <http://pidruchniki.com.ua>. 2. Панченко Є. Г. Міжнародний менеджмент : навч. посібн. [Електронний ресурс] / Є. Г. Панченко. – К. : Видавництво КНЕУ, 1996. – Режим доступу : http://www.vuzlib.net/mm_P/10.htm. 3. Словіцька Т. Сутність феноменів керівництва та лідерства [Електронний ресурс] / Т. Словіцька. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>. 4. Развитие управленческого потенциала: модуль 1 : учебн.-практ. пособ. / Травин В. В., Магура М. И., Курбатова М. Б. – М. : Дело, 2004. – 124 с. 5. Шайгородський Ю. Концептуальні засади ефективності стилів керівництва [Електронний ресурс] / Ю. Шайгородський. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>. 6. Травин В. В. Стилі управління та керівництва [Електронний ресурс] / В. В. Травин. – Режим доступу : <http://www.elitarium.ru>.

Алієв Р. А.

УДК 658.155

Березанець Р. О.

Студенти 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗПОДІЛУ І ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Визначено роль прибутку у діяльності підприємств. Обґрунтовано основні напрями розподілу і використання прибутку на сучасних вітчизняних підприємствах.

Аннотация. Определена роль прибыли в деятельности предприятий. Обоснованы основные направления распределения и использования прибыли на современных отечественных предприятиях.

Annotation. In the article the role of the profit in activity of the enterprises is determined. The basic directions of distribution and use of the profit at the modern domestic enterprises are reasoned.

Ключові слова: прибуток, позитивний фінансовий результат, напрями розподіл прибутку, використання прибутку, дивідендна політика.

© Алієв Р. А., Березанець Р. О., 2012



У процесі переходу України до ринкових умов господарювання та виходу з фінансової кризи зростає роль суб'єктів господарювання як основи та первинної ланки економіки. Функціонування підприємств значно впливає як на добробут власників, споживачів, так і на економічну ситуацію в країні шляхом поповнення державного бюджету сплатою податків, зборів, обов'язкових платежів. Усе це неможливе без здійснення ними ефективної виробничої, маркетингової та фінансової діяльності з отриманням позитивного фінансового результату (прибутку). Це обґрунтовує необхідність визначення ролі, а також основних напрямів розподілу прибутку в діяльності вітчизняних підприємств.

Питанням формування та використання прибутку підприємств приділено значну увагу в працях учених-економістів таких, як І. Бланк, І. Ігнатюк, Г. Кірейцев, Н. Пігуль та ін. [1 – 3]. Незважаючи на це, питанням визначення ролі прибутку, а також провідних напрямів його розподілу у діяльності сучасних українських підприємств приділено недостатньо уваги.

Метою дослідження є визначення ролі прибутку, а також основних напрямів його розподілу і використання на сучасних українських підприємствах.

Найважливішою фінансовою категорією, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і свідчить про обсяг і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості, є прибуток. Розмір отриманого прибутку має досить велике значення в діяльності підприємства. Величина прибутку підприємства впливає, по-перше, на формування фінансових ресурсів підприємства, по-друге, на збільшення його ринкової вартості, по-третє, на ефективність його виробничої діяльності, і, нарешті, на економічний розвиток держави в цілому. Отже, слід відзначити, значну роль прибутку в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників та персоналу, а також у розвитку всієї держави. Тому важливим завданням є ефективне управління прибутком підприємств [3].

Як відомо, отриманий підприємством прибуток є об'єктом розподілу. Розподіл прибутку становить процес формування напрямів його майбутнього використання відповідно до мети і завдань розвитку підприємства [4].

У розподілі прибутку можна виділити два етапи. Перший етап – це розподіл загального прибутку. На цьому етапі учасниками розподілу є держава й підприємство. У результаті розподілу кожний з учасників одержує свою частку прибутку. Пропорція розподілу прибутку між державою і підприємствами має важливе значення для забезпечення державних потреб і потреб підприємств. Це одне з принципових питань реалізації фінансової політики держави, від правильного вирішення якого залежить розвиток економіки в цілому. Пропорції розподілу прибутку між державою (бюджетом) і підприємством складаються під впливом низки факторів. Істотне значення при цьому має податкова політика держави щодо суб'єктів господарювання. Ця політика реалізується в сумі податків, що сплачуються за рахунок прибутку, у визначенні об'єктів оподаткування, ставках оподаткування, у порядку надання податкових пільг. Другий етап – це розподіл і використання прибутку, що залишився в розпорядженні підприємств після здійснення платежів до бюджету. На цьому етапі можуть створюватися за рахунок прибутку цільові фонди для фінансування відповідних витрат (на виплату дивідендів, на соціальний розвиток підприємства тощо) [1].

Принципове значення в розподілі чистого прибутку (прибутку, що залишається на підприємстві) має досягнення оптимального співвідношення між фондом нагромадження (споживання) та фондом споживання [4]. Іншими словами, система розподілу прибутку повинна забезпечити фінансовими ресурсами потреби розширеного відтворення підприємства на основі встановлення оптимального співвідношення між засобами, що направляються на споживання і накопичення.

Після сплати податку на прибуток з величини прибутку до оподаткування чистий прибуток поступає у повне розпорядження підприємства та використовується згідно з його статутом і рішеннями власників. Відповідно до принципових (головних) напрямів використання цей прибуток можна розділити на дві частини: 1) прибуток, що спрямовується за межі підприємства у вигляді виплат власникам корпоративних прав, персоналу підприємства за результатами роботи (як заохочувальний захід), на соціальну підтримку тощо (розподілений прибуток); 2) прибуток, що залишається на підприємстві і є фінансовим джерелом його розвитку (нерозподілений прибуток). Останній спрямовується на створення резервного та інвестиційного фондів. Резервний фонд є фінансовим компенсатором можливих відхилень від нормального обороту коштів або джерелом покриття додаткової потреби в них. Його формування є обов'язковим для господарських товариств, орендних підприємств, кооперативів [5].

Наведену загальну схему розподілу прибутку можна конкретизувати щодо підприємств з різними організаційно-правовими формами. Це стосується, насамперед, акціонерних товариств. Як відомо, власники акцій одержують частину корпоративного прибутку у вигляді дивідендів (доходу інвесторів на вкладений капітал). Щодо акціонерного підприємства дивіденди можна розглядати як плату за залучений від продажу акцій капітал.

При розподілі прибутку, визначенні основних напрямів його використання, насамперед, ураховується стан конкурентного середовища, що може диктувати необхідність істотного розширення і відновлення виробничого потенціалу підприємства. Відповідно до цього визначаються масштаби відрахувань від прибутку у фонди виробничого розвитку, ресурси яких призначаються для фінансування капітальних вкладень, збільшення обігових коштів, забезпечення науково-дослідної діяльності, впровадження нових технологій, переходу на прогресивні методи праці і т. п.

Характер розподілу визначає багато важливих аспектів діяльності підприємства. Розподіл прибутку здійснюється відповідно до розробленої політики (дивідендної політики), формування якої є одним із найскладніших завдань загальної політики управління прибутком підприємства. Для кожної організаційно-правової форми підприємства законодавчо установлений відповідний механізм



розподілу прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, заснований на особливостях внутрішнього середовища і регулювання діяльності підприємств відповідних форм власності.

Розподіл прибутку на виплату дивідендів та інвестування є фінансовою проблемою для підприємства, яка істотно та неоднозначно впливає на його фінансову стабільність і перспективи розвитку. Це пов'язано з наступним. Спрямування достатньої суми прибутку на виплату дивідендів та їх високий рівень збільшують попит на акції і підвищують ринковий курс цих акцій. Водночас обмежується власне джерело фінансування, ускладнюється вирішення завдань перспективного розвитку підприємства. Низький рівень дивідендів призводить до протилежних наслідків. З урахуванням цих обставин акціонерне товариство повинне вибрати таку дивідендну політику, яка відповідала б конкретним умовам його діяльності.

Дивідендною політикою є набір цілей і завдань, які ставить перед собою керівництво підприємства щодо виплати дивідендів, а також сукупність методів і засобів їх досягнення. Оптимізація дивідендної політики – це оптимізація співвідношення між прибутком, що виплачується у вигляді дивідендів, і тим, який реінвестується з метою максимізації доходів власників [2].

Основними варіантами дивідендної політики можуть бути: виплата постійного рівня дивідендів протягом кількох років; виплата дивідендів із щорічним певним зростанням; спрямування на дивіденди встановленої частки чистого прибутку; виплата дивідендів із залишку прибутку після фінансування інвестиційних потреб; виплата дивідендів не грошима, а додатковим випуском акцій. Кожний з цих варіантів має свої переваги й недоліки і застосовується, як правило, не постійно, а в межах певного перспективного періоду з урахуванням економічної кон'юнктури та фінансового стану підприємства. Частина прибутку, що спрямовується на виплату дивідендів, визначається відповідно до вибраного варіанта дивідендної політики.

У процесі розподілу прибутку слід визначити роль держави. Так, держава через порядок надання податкових пільг стимулює спрямування прибутку на капітальні вкладення виробничого і невиробничого характеру, на благодійні цілі, фінансування природоохоронних заходів, витрат на утримання об'єктів і установ невиробничої сфери тощо.

Таким чином, застосування ефективних підходів до управління прибутком суб'єкта господарювання з метою його максимізації дозволить по-перше, підвищити рентабельність виробництва та інвестиційну привабливість підприємства, а, по-друге, зміцнити його конкурентоспроможність.

Наук. керівн. Шумська Г. М.

Література: 1. Ігнатюк І. О. Питання формування та розподілу прибутку як передумови ефективного функціонування підприємства [Електронний ресурс] / І. О. Ігнатюк. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/NVUU/Ekon/2009_28_3/statti/2_7.ht. 2. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент : навч. посібн. / Г. Г. Кірейцев. – К. : ЦУЛ, 2002. – 496 с. 3. Пігуль Н. Управління прибутком підприємства [Електронний ресурс] / Н. Пігуль. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pprbsu/2010_28/10_28_11.pdf. 4. Економіка підприємства у схемах і таблицях : навч. посібн. / Т. М. Серікова, С. П. Кожанова, В. І. Мельник та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2009. – 295 с. 5. Гончаров А. Б. Фінансовий менеджмент : навч. посібн. / А. Б. Гончаров. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 240 с.

Лаврухіна М. О.

УДК 330.322(477)

Студент 3 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто сучасні тенденції розвитку інвестиційної діяльності в Україні. Обґрунтовано напрями підвищення її ефективності.

Аннотация. Рассмотрены современные тенденции развития инвестиционной деятельности в Украине. Обоснованы направления повышения ее эффективности.

Annotation. In the article modern progress of investment activity trends in Ukraine are examined, and also directions of increase its efficiency are grounded.

Ключові слова: підприємство, інвестиції, народне господарство, інвестиційна діяльність підприємств, інвестор, капітал.

© Лаврухіна М. О., 2012



Дослідження проблеми інвестування економіки завжди знаходилось у центрі уваги економічної думки. Це обумовлено тим, що інвестиції визначають не тільки розвиток господарської діяльності підприємства, але й процес економічного зростання в цілому. На сучасному етапі розвитку економіки інвестиції виступають найважливішим засобом забезпечення умов виходу з економічної кризи, структурних зрушень у народному господарстві.

Метою дослідження є визначення сучасних тенденцій розвитку інвестиційної діяльності в Україні, а також обґрунтування напрямів підвищення її ефективності.

Питання активізації інвестиційної діяльності на підприємствах України досліджувала значна кількість учених таких, як В. Бірман, І. Бланк, В. Гриньова, Дж. Кейнс, В. Ковальов, О. Смірнов та ін. Незважаючи на це, недостатньо уваги приділено питанню визначення сучасних тенденцій розвитку інвестиційної діяльності в Україні.

У широкому розумінні інвестиції є вкладенням капіталу з метою його збільшення. При цьому приріст капіталу повинен бути достатнім, щоб компенсувати інвестору відмову від використання коштів на споживання у теперішньому періоді, винагородити його за ризик та відшкодувати збитки від інфляції у майбутньому періоді.

Правові основи інвестиційної діяльності в Україні визначає Закон України "Про інвестиційну діяльність", який спрямований на забезпечення рівного захисту прав, інтересів і майна суб'єктів інвестиційної діяльності незалежно від форм власності, а також на ефективне інвестування народного господарства України, розвитку міжнародного економічного співробітництва та інтеграції. Згідно з цим Законом, під інвестиційною діяльністю розуміють сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій [1].

Інвестиційна діяльність здійснюється на основі:

1) інвестування, здійснюваного громадянами, недержавними підприємствами, господарськими асоціаціями, спілками і товариствами, а також громадськими і релігійними організаціями, іншими юридичними особами, заснованими на колективній власності;

2) державного інвестування, здійснюваного органами влади і управління України, місцевих рад народних депутатів за рахунок коштів бюджетів, позабюджетних фондів і позичкових коштів, а також державними підприємствами й установами за рахунок власних і позичкових коштів;

3) іноземного інвестування, здійснюваного іноземними громадянами, юридичними особами та державами;

4) спільного інвестування, здійснюваного громадянами та юридичними особами України, іноземних держав.

Розміщення інвестицій у будь-яких об'єктах, крім тих, інвестування в які заборонено або обмежено цим Законом, іншими актами законодавства України, визнається невід'ємним правом інвестора і охороняється законом [1].

Основним правовим документом, який регулює взаємовідносини між суб'єктами інвестиційної діяльності, є інвестиційна угода, вибір умов якої є їх виключною компетенцією. Однак законодавство містить умови, за яких інвестиційна діяльність припиняється (наприклад, оголошення інвестора банкрутством) [2].

Інвестиції дають змогу впроваджувати науково-технічні досягнення у виробництво і на цій основі забезпечувати зростання продуктивності праці, реальних доходів на душу населення, а також вирішувати важливі соціальні проблеми у суспільстві. Дослідженнями встановлено пряму залежність між темпами зростання валового національного продукту (ВНП) та інвестиціями, бо конкурентоспроможність і темпи розвитку підприємства визначаються інвестиціями. Без них підприємство будь-якої форми власності може стати неплатоспроможним.

Забезпечення високих темпів розвитку підприємства може бути досягнуте за рахунок добору високоприбуткових інвестиційних проектів та за рахунок прискорення реалізації інвестиційних програм, передбачених на тому чи іншому етапі його розвитку. Максимізація прибутку може бути забезпечена за допомогою мінімізації інвесторів ризиків, яка є одночасно найважливішою умовою забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства у процесі здійснення інвестиційної діяльності [3].

Сучасні тенденції інвестиційної активності в Україні можуть бути підтвержені статистичними даними. Так, за даними Державного комітету статистики України, у 2010 році в економіку України іноземними інвесторами вкладено 5 986 млн дол, зокрема, з країн Європейського Союзу надійшло 4 605,8 млн дол. (76,9 % загального обсягу), з країн СНД – 849,2 млн дол. (14,2 %), з інших країн світу – 531 млн дол. (8,9 %). У той же час капітал нерезидентів зменшився на 809,7 млн дол.

Інвестування здійснювалося, переважно, у вигляді грошових внесків, які становили 5684,8 млн дол (95 % вкладеного обсягу). Приріст сукупного обсягу іноземного капіталу в економіці країни, з урахуванням його переоцінки, втрат, курсової різниці тощо, за 2010 рік становив 4 655 млн дол.

Інвестиції надійшли з 125 країн світу. До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає понад 82 % загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр – 9 914,6 млн дол., Німеччина – 7 076,9 млн дол., Нідерланди – 4 707,8 млн дол., Російська Федерація – 3 402,8 млн дол., Австрія – 2 658,2 млн дол., Франція – 2 367,1 млн дол., Сполучене Королівство – 2 298,8 млн дол., Швеція – 1 729,9 млн дол., Британські Віргінські Острови – 1 460,8 млн дол. і США – 1 192, 4 млн дол.

У Державному комітеті статистики України повідомляють, що у 2010 році зросли обсяги капіталу з Кіпру на 909,3 млн дол., Російської Федерації – на 836,4 млн дол., Нідерландів – на 753,3 млн дол., Франції – на 736,3 млн дол., Німеччини – на 475 млн дол. і Швеції – на 454,1 млн дол. Слід зазначити, що вказані вище країни забезпечили майже 90 % приросту іноземного капіталу. Отже, загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, вкладених в економіку України, на 1 січня 2011 року



склав 44 708 млн дол., що на 11,6 % більше обсягів інвестицій на початок 2010 року, і в розрахунку на одну особу становив 978,5 дол.

За даними Державного комітету статистики України, у 2010 році з України в економіку інших країн світу спрямовано 679,5 млн дол. прямих інвестицій. Прямі інвестиції з України прямували у 46 країн світу, зокрема на Кіпр спрямовано 92,3 % інвестицій [4].

Питанням стратегічної важливості, від реалізації якого залежать соціально-економічна динаміка, ефективність залучення у міжнародний поділ праці залишається забезпечення сприятливого інвестиційного клімату в Україні.

Основними заходами, що сприяють активізації інвестиційних процесів на підприємствах, на регіональному рівні, є, по-перше, стратегічне планування соціально-економічного розвитку регіону, по-друге, реалізація регіональної інформаційної політики, спрямованої на формування сприятливого інвестиційного іміджу регіону [5].

Слід зазначити, що покращити рівень активності інвестиційних процесів на підприємствах можна тільки за умов проведення заходів на всіх рівнях господарювання, а особливо, на рівні країни. Державне регулювання інвестиційної діяльності, яке здійснюється з метою реалізації економічної, науково-технічної та соціальної політики, включає управління державними інвестиціями, а також регулювання умов інвестиційної діяльності та контроль за її здійсненням усіма інвесторами й учасниками інвестиційної діяльності.

На рівні країни повинно виконуватись збільшення обсягів державного інвестування при посиленні його цільової спрямованості, заохочення інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання шляхом створення плану дій щодо формування сприятливого інвестиційного клімату [6].

Таким чином, проведення інвестиційної діяльності в Україні повинно бути ефективним, тобто забезпечувати інвестору приріст вкладеного капіталу. Для цього доцільно, по-перше, посилити роль держави в інвестиційних процесах та збільшити державний вплив на них, по-друге, підвищити інвестиційну привабливість вітчизняних підприємств на основі застосування зарубіжного досвіду. Зазначені заходи дозволять подолати в країні кризові економічні тенденції, які склалися, та підвищити рейтинг України у міжнародному співтоваристві.

Наук. керівн. Шумська Г. М.

Література: 1. Про інвестиційну діяльність : Закон України № 3038-VI від 17.02.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1560-12>. 2. Сорока П. Економічний зміст інвестицій і інвестиційної діяльності підприємств / П. Сорока // Держава та регіони. – 2007. – № 4. – С. 235–240. 3. Гаврилюк Н. Умови здійснення іноземного інвестування / Н. Гаврилюк // Економіка України. – 2005. – № 8. – С. 23–25. 4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 5. Кукарських А. Активізація інвестиційних процесів на підприємствах України / А. Кукарських // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів і молодих вчених "Сучасний стан і проблеми інвестиційного розвитку". – Донецьк : ДонНТУ, 2009. – С. 46–49. 6. Плахій М. Вплив інвестиційної політики на економічний розвиток регіонів / М. Плахій // Фінанси України. – 2004. – № 8. – С. 32–34.

Кривенко К. В.

УДК 005.91:331.108.43

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

МЕТОДИ ОЦІНКИ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація. Розглянуто методи оцінки персоналу, які застосовуються на сучасних підприємствах. Визначено раціональні методи для оцінки управлінського персоналу.

Аннотация. Рассмотрены методы оценки персонала, которые применяются на современных предприятиях. Определены рациональные методы для оценки управленческого персонала.

Annotation. In this article methods of estimations of personnel, which are used on modern enterprises are examined. Rational methods for the estimation of managerial staff are determined.

Ключові слова: оцінка персоналу, методи оцінки персоналу, управлінський персонал, організація, ефективність, раціональність.

© Кривенко К. В., 2012



Ступінь реалізації мети, яка постала перед організацією, показує, наскільки ефективно вона діє, тобто наскільки ефективно використовуються організаційні ресурси. Ефективність використання всіх організаційних ресурсів визначає показники прибутковості. Не є винятком і оцінка кожного працівника. Однак щоб провести диференціацію, необхідно мати єдину систему оцінку ефективності виконання кожним співробітником своїх функцій [1, с. 203].

Проблемами оцінки персоналу займалися як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: Е. Ветлужських, Шкалова О. М., Гриньова В. М., Журавльов В. П., Маслов Е. В., Виноградська А. М., Роберт Л., Чикер В. А. та ін.

Метою дослідження є визначення найбільш раціонального методу оцінки персоналу, який допоможе якісно, швидко та ефективно оцінити персонал підприємства, а також й підвищити продуктивність праці співробітників і усього підприємства в цілому.

Оцінка персоналу має за мету зіставити реальний зміст, якість, обсяги та інтенсивність праці персоналу с запланованим. Заплановані характеристики праці персоналу, як правило, представлені в планах та програмах, технологічних картах, праці підприємства. Оцінка праці дає можливість оцінити:

- кількість;
- якість;
- інтенсивність праці [2, с. 306].

Важливо зазначити, що до оцінки персоналу можуть залучатися як безпосередні керівники оцінюючих, так і колеги, підлеглі, фахівці кадрових служб, зовнішні консультанти та, врешті решт, сам робітник, який підлягає оцінці (самооцінка). Таким чином, мінімальної знайомлення з методами оцінки персоналу всіх працівників, гарантія того, що застосовані методи дадуть очікуваний результат.

Усі методи можна розподілити на методи індивідуальної оцінки працівників, які засновані на дослідженні індивідуальних якостей працівника, та методи групової оцінки, які засновані на зрівнянні ефективності працівників усередині [3, с. 21].

Багато методів оцінки, які використовуються сьогодні, сформувалися ще в минулому столітті. Однак у процесі еволюції ці методи набували змін. У таблиці наведені найбільш розповсюдженні методи оцінки персоналу.

Таблиця

Методи оцінки персоналу

Методи оцінки персоналу	Характеристика
1	2
1. Метод стандартних оцінок	Суть його полягає в тому, що керівник заповнює спеціальну форму, характеризуючи кожен аспект роботи працівника. Це професійний і доступний метод, але оцінка має суб'єктивний характер; ранжування працівників на основі попарних зрівнянь у межах групи; оцінка поведінки в критичних умовах та ін.
2. Метод анкетування	Оцінююча анкета становить певний набір питань та описів. Оцінюючий аналізує наявність або відсутність вказаних рис у атестованих і вказує підходящий варіант
3. Метод класифікацій	Цей метод заснований на ранжуванні атестованих працівників за повним критерієм від найкращого до гіршого з присвоєнням порядкового номера
4. Метод опису	Передбачає послідовну ґрунтовну характеристику переваг і недоліків працівника і може комбінуватись з методом вимушеного вибору
5. Метод зрівняння	Він заснований на оцінці відповідності працівника займаній посаді. Це метод рейтингу особистих якостей працівника. Найважливіший компонент даного виду оцінки – список завдань, які повинен виконувати атестований співробітник. Після зіставлення цього списку відбувається вивчення діяльності з урахуванням часу, який використовує працівник для прийняття рішення, засобів виконання поставлених завдань. Далі відбувається оцінка перерахованих у списку якостей атестованого співробітника за 7-бальною шкалою: 7 – дуже високий ступінь, 1 – дуже низький ступінь
6. Метод оцінки за шкалою	Для цього будується шкала від мінімального до максимального значення з певним інтервалом. Наприклад, знання оцінюються максимально в 10 балів за такою шкалою: 1; 2; 4; 6; 8; 10
7. Метод оцінки на основі детального опису особистості	Даються формулювання характеристик, і для оцінки працівника потрібно вибрати найбільш відповідну до нього. Наприклад, відношення до праці оцінюється так: 5 – дуже любить працювати; 4 – намагається добре працювати; 3 – нормально працює; 2 – дещо несерйозно ставиться до праці; 1 – недбало ставиться до роботи
8. Метод оцінки нормативом роботи	Тобто оцінка працівника здійснюється на основі норми на роботу, яку він виконує, в кількості, якості і часі

1	2
9. Метод комітетів	Робота людини обговорюється в групі. Складається список дій, які оцінюються як позитивно, так і негативно, на основі зіставлення якого з вимогами працівника або посади робиться висновок з врахуванням "ціни" досягнень
10. Метод незалежних суддів	Це оцінка людини працівниками, які з нею не знайомі (5 – 7 осіб) на основі "перехресного допиту"
11. Метод 360°	Працівник оцінюється керівником, колегами і своїми підлеглими. Заповнюється загальна та індивідуальна для кожного форма
12. Метод моделювання ситуації	Створення штучних, але близьких до реальних умов роботи і управлінських ситуацій. Критерієм оцінки є здатність організувати і планувати, гнучкість, стиль роботи, стійкість до стресів
13. Метод тестування	Оцінка проводиться групою експертів і націлена на виявлення здібностей кандидата, які дають йому право претендувати на інші посади, заздалегідь підвищення посади
14. Метод інтерв'ю	Претенденту дається завдання провести співбесіди з декількома кандидатами на робочі місця і самому прийняти рішення. Цей метод зорієнтований на перевірку умінь правильно оцінювати і підбирати працівників
15. Метод колективного обговорення	Метод порівняння, коли кандидата порівнюють з реальним працівником, якого прийнято за еталон

Вибір методів оцінки персоналу для кожної конкретної організації є унікальним завданням, вирішити яке може тільки керівництво самої організації (можливо з допомогою професійних консультантів). Система оцінка повинна враховувати і відображати ряд факторів – стратегічну мету організації, стан зовнішнього середовища, організаційну культуру та структуру, традиції організації, характеристики зайнятої в ній робочої сили [4, с. 13].

У стабільних організаціях зі стійкою ієрархічною структурою, як правило, можуть ефективно використовуватися традиційні методи оцінки; для динамічних організацій, які діють в умовах мінливого зовнішнього середовища, більш підходять нетрадиційні методи. При виборі системи оцінки необхідно звернути увагу на її відповідність іншим системам управління персоналом – компенсації, планування кар'єри, професійного навчання, щоб добитися синергетичного ефекту та уникнути конфліктів та суперечностей [5, с. 176].

У сучасних умовах для оцінки управлінського персоналу, на погляд автора, найбільш ефективними є метод 360 градусів, при якому працівника оцінюють керівник, колеги та підлеглі. Така оцінка є найбільш широкою і дає змогу більш ефективно оцінити управлінського працівника й зробити відповідні висновки щодо подальшого посадового зростання.

Зібравши воедино групу високо кваліфікаційних фахівців з освітою, але не провівши оцінку особистих та ділових якостей окремо або оцінку праці групи, керівник може здобути "тяжкий колектив", як в психологічному, так і в професійному плані. Не завжди професійна оцінка співпадає з особистістю, і досвідчений співробітник може виявитися непристосованою людиною, що внесе дисгармонію в роботу колективу та організації в цілому.

Тому багато керівників сучасних підприємств, причому будь-якої форми власності, все ж приходять до висновків, що без попередньої оцінки – тестування, а в майбутньому проведення атестації та об'єктивної оцінки співробітників за всіма параметрами, не досягти стабільної роботи підприємства, а також, і здобуття позитивних результатів як діяльності підприємства, так і кожного зі співробітників.

Таким чином, можна зробити висновки, що, по-перше, в проведенні об'єктивної оцінки повинні бути зацікавлені усі – як керівники, так і співробітники; по-друге, оцінка персоналу повинна відбуватися за найбільш ефективним методом, який допустимий на даному підприємстві та який якісно оцінить персонал, що підвищить продуктивність його праці.

Наук. керівн. Доровської О. Ф.

Література: 1. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посібн. / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002 – 358 с. 2. Виноградський М. Л. Організація праці менеджера : навч. посібн. для студ. екон. вузів / В. А. Савченко, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. – К. : Кондор, 2002 – 518 с. 3. Первушина М. Два підходи к оценке персонала / М. Первушина // Управление персоналом. – 2008. – № 4. 4. Ходаницкая А. Как оценить специалиста? / Ходаницкая А. // Управление персоналом. – 2007. – № 9. 5. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навч. посібн. / О. В. Крушельницькая, Д. П. Мельничук. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К. : Кондор, 2005. – 308 с. 6. Дятлов В. А. Управление персоналом / В. А. Дятлов, А. Я. Кибанов, В. Т. Пихало. – М. : ПРИОР, 2009. 7. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 2002.

ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА ВАРИАНТА АСУ ПОЛИГРАФИИ

Аннотация. Проанализированы ключевые характеристики АСУ полиграфии и обоснованы критерии выбора конкретного варианта для производства книжной продукции.

Анотація. Проаналізовано ключові характеристики варіантів АСУ поліграфії й обґрунтовано критерії вибору конкретного варіанта для виробництва книжкової продукції.

Annotation. The main features of AMS of polygraphics were analyzed and the criteria of choice of specific variant for book production were grounded.

Ключевые слова: АСУ, полиграфия, ключевые характеристики, критерии выбора, книжная продукция.

Интенсивное развитие полиграфической отрасли привлекло внимание к ее проблемам многих ученых разных специальностей. Практика показывает, что наибольшие потери издательско-полиграфического комплекса связаны с неэффективным оперативным управлением, некачественным учетом производственных затрат. В связи с этим чрезвычайно актуальной становится автоматизация учета в полиграфическом производстве, а значит, и качественная автоматизированная система управления полиграфическим предприятием. Для разработки методического обеспечения решения этих задач целесообразно воспользоваться идеями, отраженными в исследованиях Н. Кучеренко [1], Е. Кондрусь [2], В. Ковалевой [3] и др. Их анализ показал, что сегодня требуют внимания такие аспекты деятельности полиграфических предприятий, как учет затрат, контроль качества продукции, учет ошибок производственного процесса и др. Можно согласиться с мнением А. Козловой о том, что автоматизация управления полиграфическим предприятием создаст надежные предпосылки повышения его эффективности. Но рынок сегодня предлагает много вариантов АСУ, в том числе и для полиграфических предприятий. В связи с этим возникает проблема их эффективного выбора.

Цель данной статьи – определение критериев выбора АСУ полиграфического предприятия и обоснование варианта, подходящего для производства книжной продукции.

Анализ АСУ выполнен по материалам публикации А. Козловой "Автоматизация учета в полиграфическом производстве" [4], автореферата В. Ковалевой [3] и информации, представленной на сайте портала полиграфической индустрии [5]. Всего было рассмотрено около 40 вариантов информационных технологий. В процессе анализа из них составлялся список по признаку возможности использования в производстве книжной продукции. В дальнейшем были проанализированы критерии выбора АСУ полиграфии, представленные в диссертации А. Козловой, которая в их список внесла такие: масштаб производства, способ печати, предметная специализация, цена базовой конфигурации, модульность, обмен данными с программами бухгалтерии, возможность самостоятельной настройки, сроки внедрения, возможность самостоятельного изучения системы по документации, удобность интерфейса [4, с. 85–101].

С учетом того, что данное исследование ориентировано на выбор АСУ предприятия, продуктом которого являются книги, для более подробного сравнительного анализа оставлены системы "1С:Полиграфия 8", "ASystem", "Адьютант", "Аплер Типография", ИИСУПП "ЛИМ-КОРПОРАЦИЯ". Подробнее они характеризуются таким образом.

"1С:Полиграфия 8". Предназначена для автоматизации предприятий, сферой деятельности которых является производство и продажа различной полиграфической продукции, в том числе и книг. К данным предприятиям можно отнести: полиграфкомбинаты, типографии, печатные салоны, рекламные агентства, копи-центры. Система "1С:Полиграфия 8" позволяет существенно повысить эффективность полиграфического предприятия и дает новые преимущества, в частности: оперативно работать с заказчиками, вести автоматизированный расчет калькуляций на продукцию, планировать запасы материалов на предприятии, управлять производством и его загрузкой, управлять заказами, продажами и запасами готовой продукции, повысить эффективность работы менеджеров и персонала в целом.

"ASystem". Автоматизирует расчет и оформление полиграфического заказа, подготовку производственной и коммерческой документации, построение производственного плана, планирование ресурсов, сбор производственной учетной информации, ведение складского учета бумаги, материалов, готовой продукции. Интегрируется с внешними бухгалтерскими системами (в том числе "1С"), CRM и др. Позволяет оформлять и рассчитывать полиграфические заказы любой слож-



ности. Настраивается на любые производственные процессы: дизайн, препресс, листовую и ролевую печать, отделочные и переплетно-брошюровочные процессы.

"Адьютант". Поддерживает все виды доредакционного, редакционного, послередакционного и другого полиграфического оборудования. В основу системы была заложена концепция развивающегося программного комплекса, который уже на начальном этапе внедрения может интегрироваться с существующими в предприятиях средствами автоматизации управления. Работа системы управления состоит в оптимизации материальных и финансовых потоков на основе вводимой на рабочих местах необходимой информации и позволяет достичь согласованности в работе всех подразделений производства.

"Аплер Типография". Система поддерживает сквозную автоматизацию работы всех подразделений и служб – отделов маркетинга, продаж, участка предпечатной подготовки, технологического отдела, производственных цехов, отдела снабжения, складов материалов и готовой продукции, службы доставки, руководства компании.

ИИСУПП "ЛИМ-КОРПОРАЦИЯ". Отличительной особенностью системы является наличие эффективных мощных средств настройки на технологические процессы конкретной типографии (многие функции реализованы в виде сохраненных процедур на T-SQL (MS SQL Сервер)), а также возможность получения различных отчетов с помощью генератора отчетов Crisall Reports и добавления пользовательских форм, в том числе в меню и интерфейс. Сравнение пяти наиболее важных для производства книг характеристик систем представлено в таблице.

Таблица

Сравнение вариантов АСУ полиграфического предприятия

Вариант АСУ полиграфического предприятия			
"1СПолиграфия 8"	2 – "ASystem"	3 – "Адьютант"	ИИСУПП "ЛИМ-КОРПОРАЦИЯ"
Цена системы с внедрением			
От 155 000 рубл.	От 740 000 рубл.	От 740 000 рубл.	От 4 500 EUR
Сопровождение/внедрение/обучение			
Возможно индивидуальное /групповое обучение	Включено в стоимость	Включено в стоимость	30 % стоимости системы
Перспективы развития системы			
Система постоянно совершенствуется, развивается, выпускаются новые релизы один раз в 1 – 2 месяца	Система постоянно развивается. Новые версии выпускаются каждые 2 – 3 месяца	Система постоянно развивается. Новые версии выпускаются каждые 2 – 3 месяца	Система совершенствуется на новой программной платформе с расширением функций
Сроки окупаемости системы			
1 месяц	0,5 – 1,5 года	0,5 – 1,5 года	2 года

В целом по привлекательности лидирует "ASystem". Ее преимущества обеспечены формализацией бизнес-процессов в полиграфическом производстве на базе опыта передовых типографий. При создании системы была поставлена цель упрощения и ускорения оперативного учета производства и предоставления руководству типографии возможность получать необходимую информацию для принятия управленческих решений.

APP System обладает также следующими уникальными преимуществами. Она позволяет пользователям системы изменять интерфейс, отчеты, алгоритмы расчета, гарантирует возможность полной адаптации системы под особенности оперативного и производственного учета на предприятии.

Существенные предпочтения перед другими вариантами информационных систем при прочих равных условиях: "ASystem" обеспечивают положительные отзывы о ней таких пользователей, как "Слайн-Консультант" (Республика Беларусь), BelStarlett (Казахстан), Eastern Trading House (страны Центральной Азии), ColorSys (Евросоюз).

В целом по результатам изложенной выше информации можно сделать следующие выводы. Несмотря на интенсивное внедрение в полиграфическое производство автоматизированных систем управления, они все еще требуют доработки под конкретные запросы их покупателей. Использование предложенного в статье перечня критериев для их сравнения позволило обеспечить объективность выбора варианта "ASystem". Дальнейшие исследования целесообразно проводить в направлении анализа возможностей развития этой системы для мониторинга ошибок, возникающих в технологическом процессе производства книжной продукции.

Научн. рук. Молчанов В. П.

Литература: 1. Кучеренко Н. В. Учет производственных затрат в издательско-полиграфическом комплексе : автореф. дисс. на соиск. ученой степени канд. экон. наук [Электронный ресурс] / Н. В. Кучеренко ; Саратовский государственный социально-экономический университет. – Саратов, 2003. – 32 с. – Режим доступа : <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/78568.html>. 2. Кондрусь Е. А. Организация оперативного управления производством на полиграфических предприятиях с применением информационных технологий : автореф. дисс.

на соиск. ученой степени канд. экон. наук [Электронный ресурс] / Е. А. Кондрусь ; Московский государственный университет печати. – М., 2003. – 32 с. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/>. 3. Ковалева В. В. Разработка методики выбора автоматизированной системы управления полиграфическим предприятием : автореф. дисс. на соиск. ученой степени к.т.н. [Электронный ресурс] / В. В. Ковалева ; Московский государственный университет печати. – М., 2008. – Режим доступа : <http://www.referun.com>. 4. Козлова А. А. Автоматизация учета в полиграфическом производстве [Электронный ресурс] / А. А. Козлова. – Режим доступа : <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=62343>. 5. Портал полиграфической индустрии ПЕЧАТНИК.com. – Режим доступа : <http://asup.pechatnick.com/system.phtml?id=17>.

УДК 005.963:005.332.4

Шеремет Ю. О.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Проаналізовано та систематизовано проблеми, які виникають у підприємств на шляху розвитку конкурентоспроможності персоналу; запропоновано шляхи їх вирішення.

Аннотация. Проанализированы и систематизированы проблемы, которые возникают у предприятий на пути развития конкурентоспособности персонала; предложены пути их решения.

Annotation. Problems which arise up at enterprises on the way of development of competitiveness of personnel are analysed and systematized; the ways of their decision are offered.

Ключові слова: розвиток персоналу, конкурентоспроможність, персонал, проблеми розвитку конкурентоспроможності.

Розвиток персоналу є найважливішою умовою функціонування будь-якого підприємства. Це особливо актуально в сучасних умовах, коли прискорення науково-технічного прогресу значно прискорює процес старіння професійних знань, навичок і умінь. Тому організація професійного навчання персоналу стала однією з основних функцій управління персоналом підприємства.

На підприємстві професійне навчання персоналу забезпечує первинну професійну підготовку робітників, перепідготовку чи підвищення кваліфікації робітників і фахівців із вищою освітою. Професійне навчання спрямоване на забезпечення трудової самореалізації особистості, формування у неї поглиблених професійних знань, умінь та навичок, здобуття першої чи нової професії або спеціальності на основі наявного освітнього рівня й досвіду, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності персоналу в умовах ринкової економіки.

Сутність розвитку персоналу, його роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства досліджувались у працях провідних зарубіжних та вітчизняних вчених, таких, як: Гриньова В. М. [1], Грішнова О. А., Крушельницька О. В., Качан Е. П., Кібанов А. Я. [2], Маркова Н. С., Савельєва В. С. [3], Савченко В. А. [4], Гавкалова Н. Л. [5] та ін.

Але недостатньо дослідженим залишилися питання конкурентоспроможності підприємства, що і визначило мету дослідження, як таку, що полягає в визначенні проблемних сфер у розвитку конкурентоспроможності персоналу вітчизняних підприємств.

Розвиток персоналу є необхідною умовою функціонування будь-якого підприємства. Особливо в умовах сучасних змін у вимогах до професійних знань на тлі науково-технічного прогресу.

Розвиток персоналу має бути безперервним, включаючи в себе професійне навчання і підвищення кваліфікації. Так, Н. Том під системою розвитку персоналу розуміє цілеспрямований комплекс інформаційних, освітніх та прив'язаних до конкретних робочих місць елементів, які сприяють підвищенню кваліфікації працівників даного підприємства відповідно до завдань розвитку самого підприємства і потенціалу та нахилів співробітників [6]. У свою чергу, Р. Марра і Г. Шмідт [2] розглядають розвиток персоналу як навчання і підвищення кваліфікації персоналу. Таке розуміння дещо звужує "системне" розуміння розвитку персоналу, але не заперечує думки Н. Тома.

У даний час підприємства стали приділяти особливу увагу проблемам управління персоналом та його розвитку. Це пов'язано з тим, що соціально-економічні протиріччя, які накопичуються, у суспільстві знаходять вираження в незадоволеності зайнятого населення роботою, у відсутності професійного зростання, у невідповідній оплаті праці за фактичними її результатами, а часом просто у звільненні працівників, що поповнюють армію безробітних. Кадрові менеджери сьогодні покликані володіти методикою роботи з персоналом, кваліфіковано проводити найм, відбір і адаптацію працівників, організовувати їхню перепідготовку, навчання новим технологіям.



Автором запропоновано в таблиці проблеми, які виникають у підприємств на шляху розвитку конкурентоспроможності персоналу.

Таблиця

Проблеми, які виникають у підприємств на шляху розвитку конкурентоспроможності персоналу

Проблема	Причини виникнення	Негативні наслідки	Шляхи нейтралізації проблеми
1. Низький рівень профорієнтаційної роботи в навчальних закладах	Відсутність відповідних фахівців	Неправильний вибір професії	Посилення профорієнтаційної роботи в загальноосвітніх школах, спільної роботи шкіл і вузів
2. Неефективна система мотивації праці	Низька заробітна плата, невиплата премій за перевиконання плану	Відсутність моральних та матеріальних стимулів до праці в працівників	Упровадження ефективної системи мотивації праці, більш ефективних систем преміювання
3. Низький рівень підготовки та перепідготовки кадрів на підприємстві	Небажання підприємств витратити кошти на навчання персоналу через можливу зміну роботи, побоювання втратити витрачені кошти	Застарівання знань професійних вмінь та навичок	Планування та впровадження заходів, необхідних для професійного розвитку працівників
4. Недостатнє розуміння працівником своєї ролі та місця у виробничому процесі, колективі	Відсутність чітко встановлених прав і обов'язків працівника, невизначеність поставлених завдань	Позбавлення працівника перспектив зростання	Проведення заходів, направлених на посилення єдності в колективі, корпоративної культури
5. Відсутня якість методик порівняльної оцінки розвитку конкурентоспроможності персоналу	Нерозробленість проблеми в теоретичному та практичному аспекті	Неточна оцінка розвитку конкурентоспроможності персоналу	Удосконалення методик забезпечення оцінки конкурентоспроможності персоналу за рахунок зарубіжного досвіду та його адаптації до умов господарювання вітчизняних підприємств

Система розвитку персоналу на підприємстві повинна бути гнучкою, здатною змінювати зміст, методи та організаційні форми згідно з потребами підприємства і ситуацією, яка складається на ринку праці. У зв'язку з цим управління розвитком персоналу повинно сконцентрувати свої зусилля на вирішення таких проблем, як розробка стратегії з питань формування кваліфікованого персоналу; визначення потреб у навчанні працівників в розрізі спеціальностей та професій; вибір форм і методів професійного розвитку персоналу; фінансове забезпечення всіх видів навчання в потрібній кількості.

Таким чином, сьогодні все більше управлінців визнають, що конкурентну перевагу підприємства визначає, передусім, перевага персоналу даного підприємства у порівнянні з іншими, через те, що нова техніка, обладнання, сировина будь-якої якості однаково доступні всім конкурентам на існуючому ринку. Саме особливості роботи персоналу, їх знання, рівень підготовки і кваліфікації, постійний розвиток, своєрідна організація роботи і стимулювання найманих працівників можуть стати перевагою, недосяжною для конкурентів.

На сучасному етапі розвитку ринку і суспільства якість людського капіталу – головна цінність і перевага в конкурентній боротьбі. Підприємство повинно сприяти розвитку конкурентоспроможності найманих працівників, тому що розвиток персоналу забезпечує розвиток підприємства. Здатність підприємства навчатися і розвиватися швидше за своїх конкурентів є джерелом його соціальних, стратегічних і економічних переваг.

Науковим результатом даного дослідження є розробка систематизованого переліку проблем, які виникають у підприємств у процесі оцінки конкурентоспроможності персоналу, їх наслідків, причин виникнення та шляхів подолання.

Перспективою подальших наукових досліджень у даному напрямі є розробка удосконалених структурних програм розвитку конкурентоспроможності персоналу.

Наук. керівн. Мішина С. В.

Література: 1. Гриньова В. М. Адміністративне управління трудовим потенціалом / В. М. Гриньова, М. М. Навікова. – Х. : ХНЕУ, 2004. – 428 с. 2. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации : учебник / А. Я. Кибанов. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 406 с. 3. Савельєва В. С. Управление персоналом : навч. посібн. / В. С. Савельєва, О. Л. Єльков. – К. : ВД "Професіонал", 2005. – 336 с. 4. Савченко В. А. Управление развитием персоналу / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с. 5. Гавкалова Н. Л. Менеджмент персоналу : навч. посібн. / Н. Л. Гавкалова. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 276 с. 6. Савельєва В. С. Психологія управління / В. С. Савельєва. – К. : ВД "Професіонал", 2005. – 320 с. 7. Марра Р. Управление персоналом в условиях социальной рыночной экономики / Р. Марра, Г. Шмидта. – М. : МГУ, 1997. – 480 с. 8. Крушельницька О. В. Управление персоналом : навч. посібн. / Крушельницька О. В. – К. : Кондор, 2003. – 296 с.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Аннотация. Рассмотрены проблемы построения системы управления персоналом организации, выявлены основные закономерности, элементы и этапы формирования эффективной системы управления персоналом в условиях экономического кризиса.

Анотація. Розглянуто проблеми побудови системи управління персоналом організації, виявлено загальні закономірності, елементи та етапи формування ефективної системи управління персоналом в умовах економічної кризи.

Annotation. The problems of construction of the personnel of organization control system, basic conformities to law, elements and stages of forming an effective personnel control system, in the conditions of economic crisis are considered.

Ключевые слова: управление персоналом, системный подход, контроллинг, организационный статус, иерархические вертикальные структуры, экономический кризис.

Одной из важных и актуальных тем сегодняшней экономики является управление персоналом. В связи с переходом к рыночной экономики, произошли принципиальные изменения в системе управления предприятиями, поэтому тема данного исследования является сегодня актуальной.

Вследствие таких изменений появляются новые подходы к организации и качеству управления предприятием, а также к управленческим кадрам. Данный вопрос достаточно подробно освещен в научных трудах многих авторов: Зайцева Г. Г., Гончарова В. В. [1], Машкова Р. В. [2], Файбушевича С. И. [3].

Мнения ученых сводятся к тому, что необходимо решить ряд проблем, связанных с изменением в системе управления персоналом организации [1; 2] для преодоления экономического кризиса. Поэтому серьезной проблематикой исследования современных ученых остается построение системы управления персоналом организации в условиях экономического кризиса.

Понятие "управление персоналом" практически отсутствовало в управленческой практике до недавнего времени, хотя в каждой организации существовал отдел кадров (подсистема управления персоналом), в обязанности которого входили найм и высвобождение персонала, обучение и переподготовка кадров и т. д. Но, как правило, отделы кадров являлись слабыми в профессиональном отношении, имели низкий организационный статус, были структурно разобщены с другими подразделениями, которые выполняли функции управления персоналом (юридический отдел, отдел труда и заработной платы и др.) [4].

Поэтому они не являлись ни информационным, ни методическим, ни координирующим центром кадровой работы организации [5], хотя должны были постепенно превращаться в центры по разработке и реализации стратегии организации труда, функциями которых является повышение производительной, творческой отдачи и активности персонала, разработка и реализация программ развития кадров, обеспечение справедливой оплаты труда и др.

Именно поэтому в рамках антикризисных мероприятий необходима разработка новых подходов к построению системы управления персоналом организации – построение организационных структур с ориентацией не на иерархические вертикальные структуры, а на многообразные формы горизонтальных связей, то есть в соответствии с которыми весь отсчет функций управления ведется не сверху вниз, а снизу вверх [6].

Цель данного исследования состоит в выявлении основных элементов и этапов формирования эффективной системы управления персоналом в условиях экономического кризиса.

При проектировании системы управления персоналом всех уровней иерархии комплексно подойти к решению этой проблемы позволяет системный подход.

Проектируются все целевые и функциональные подсистемы, подсистема линейного руководства, подсистемы обеспечения управления, а также взаимосвязи всех компонентов целостной системы между собой, внутри системы и с внешней средой [3].



Системный подход предполагает, что работы должны рассматриваться как частично перекрывающиеся подсистемы, они не могут быть строго распределены между отделами организации [7].

Такой подход при формировании системы управления персоналом обеспечивает оптимальную базу для чёткого распределения власти и ответственности при выполнении различных работ, более эффективную основу для мотивации и интеграции деятельности участников организации.

Проект системы управления персоналом в условиях экономического кризиса должен включать в себя несколько элементов [8] (рис. 1):

технико-экономическое обоснование (ТЭО) – для обоснования производственно-хозяйственной необходимости и технико-экономической целесообразности построения и совершенствования системы управления;

задание на оргпроектирование (ЗО) – является исходным документом для разработки проекта;

организационный общий проект (ООП) – разрабатывается на основе утвержденного ЗО на систему управления организацией;

организационный рабочий проект (ОРП) системы управления организацией – разрабатывается на основе утвержденного ООП. Целью является разработка рабочей документации, необходимой для внедрения системы управления, обеспечения нормального функционирования системы управления организацией.

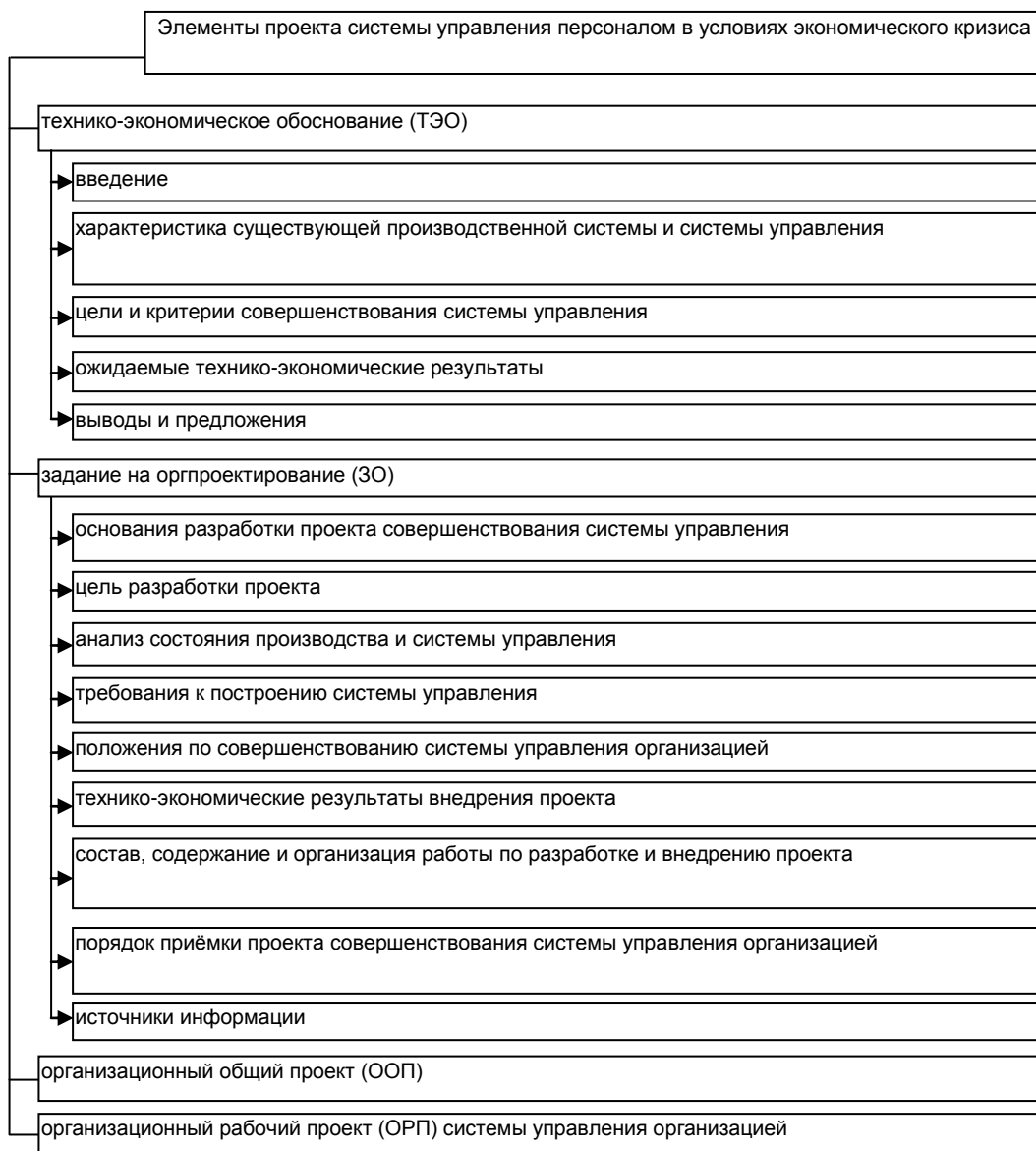


Рис. 1. Элементы проекта системы управления персоналом в условиях экономического кризиса

Роль и место службы управления персоналом в общей системе организацией определяются местом и ролью каждого специализированного подразделения по управлению персоналом и организационным статусом его непосредственного руководителя. В широком смысле как служба управления персоналом могут рассматриваться подразделения – носители функций управления персоналом [9]. Организационный статус непосредственного руководителя подразделения подтверждается набором полномочий и ответственности. Их объем и иерархический ранг во многом определяются позицией первого руководителя организации по отношению к кадровой службе. Они также формируются по мере организационного развития управления (рис. 2), накопления финансового, кадрового, интеллектуального потенциала.

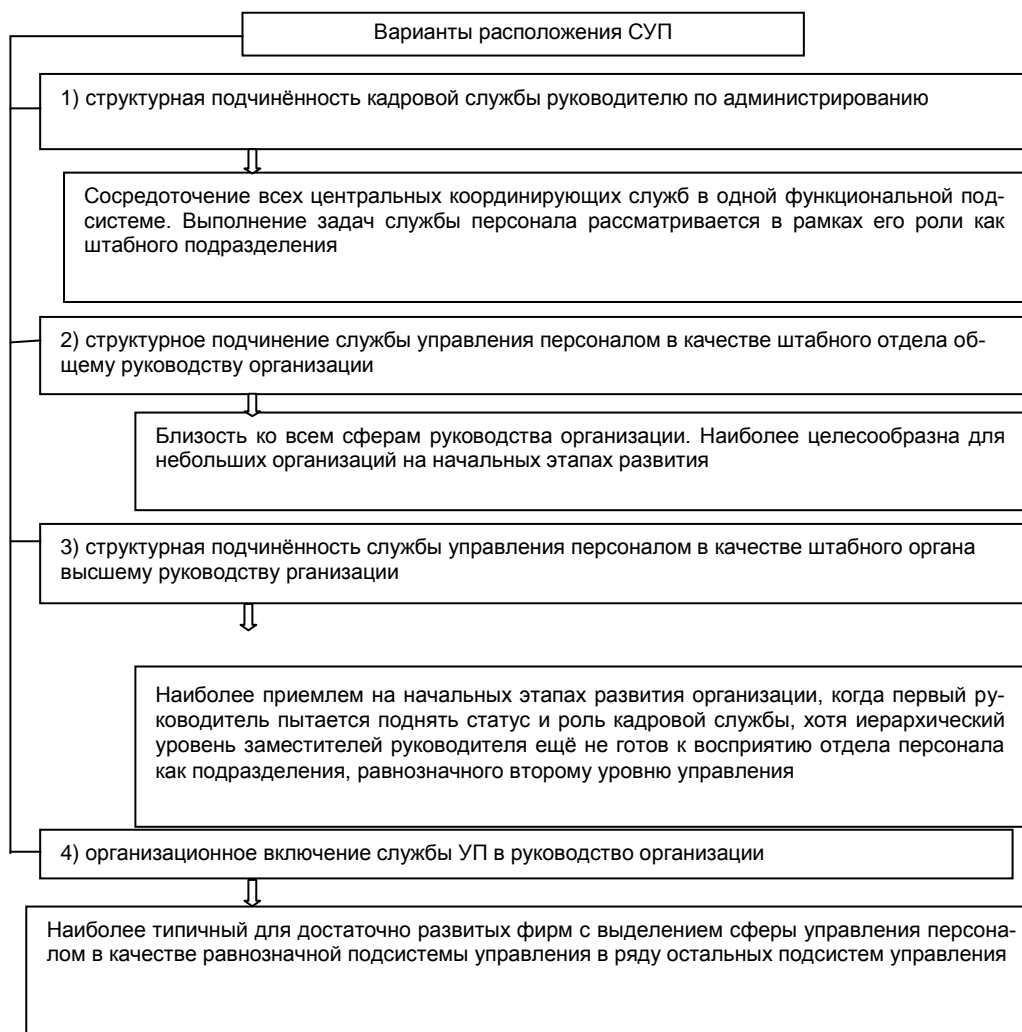


Рис. 2. Место службы управления персоналом в организационной структуре предприятия

Следует отметить, что в последние годы в практике западных компаний выделяют "контроллинг" – функциональную сферу управления [2]. Она концентрирует в себе органы, выполняющие функцию координации развития организации, а также общие функции управления.

Формирование состава подсистемы структуры управления является важнейшим этапом ее построения. Подсистемами являются подразделение или должностное лицо, выполняющее функции управления для достижения целей организации. Численность сотрудников зависит от сложности решаемых задач, которые в свою очередь, определяются от уровня профессиональной подготовки управленцев, их структурного состава. Видоизменение оргструктуры зависит от возможностей организации и кадрового потенциала. Кроме того, важное значение имеет достигнутый методический, кадровый потенциал, который влияет на степень участия внешних консультативных фирм в реализации той или иной целевой задачи [10].



Для определения функций подсистем оргструктуры управления персоналом необходимо, по мнению автора, помимо структуризации целей, сформулировать критерии достижения целей и способ представления достигнутых результатов. Таким образом формирование внутренней оргструктуры системы управления персоналом состоит из нескольких этапов [11] (рис. 3).

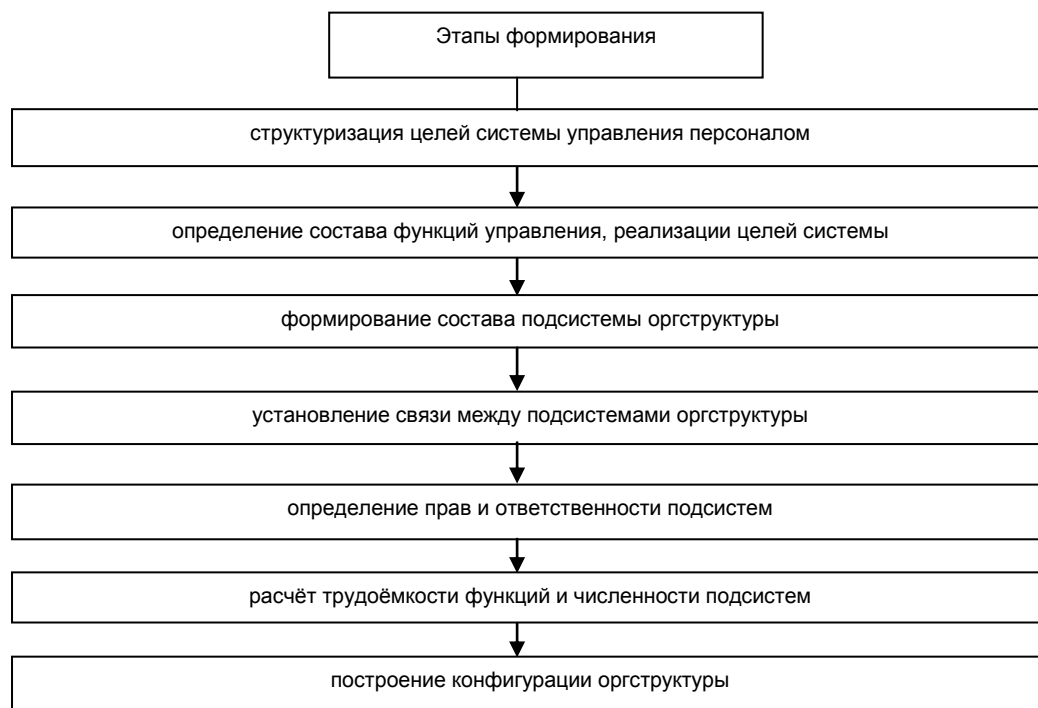


Рис. 3. Этапы формирования внутренней оргструктуры системы управления персоналом

Дальнейшими направлениями исследования в области построения системы управления персоналом организации в условиях экономического кризиса будет выявление закономерностей повышения эффективности функционирования подсистем и оценки их деятельности.

Научн. рук. Назарова Г. В.

Литература: 1. Гончаров В. В. В поисках совершенства управления: руководство для высшего управленческого персонала / В. В. Гончаров. – М. : МНИИПУ, 2007. – 252 с. 2. Машков Р. В. Стратегии реструктуризации предприятий в условиях кризисной ситуации / Р. В. Машков // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 11. – С. 12–19. 3. Зайцев Г. Г. Управление кадрами на предприятии: персональный менеджмент / Г. Г. Зайцев, С. И. Файбушевич. – СПб. : Изд. Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, 2002. – 324 с. 4. Гринева В. М. Концептуальные мероприятия управления персоналом на предприятиях / В. М. Гринева // Занятость и рынок труда : межвед. научн. сб. – К. : РВПС Украины НАН Украины, 2006. – Вып. 18. – С. 83–87. 5. Лигоненко Л. О. Антикризисное управление предприятием: теоретико-методологические принципы и практический инструментарий / Л. О. Лигоненко. – К. : КНТЭУ, 2001. – 580 с. 6. Булеев И. П. Антикризисное управление предприятием / И. П. Булеев, Н. Е. Брюховещкая. – М. : ИНФРА-М, 2004. – С. 379. 7. Минаев Э. С. Антикризисное управление : учебник для техн. вузов / Э. С. Минаев, В. П. Панагушин. – М. : ПРИОР, 1998. – 432 с. 8. Организационно-методические аспекты и стратегии антикризисного управления предприятиями / А. В. Медников, Г. В. Слабиков, Г. М. Шахдинаров. – СПб. : Учебный центр подготовки руководителей, 2004. – 532 с. 9. Гаузнер Н. Повышение гибкости – актуальная проблема современного рынка труда / Н. Гаузнер, С. Иванов // Мировая экономика и международные отношения. – 2007. – № 10. – С. 30–41. 10. Григорьев Л. Управление персоналом и регулярный менеджмент / Л. Григорьев, А. Черненко // Работа сегодня. – 2006. – № 5. – С. 17–22. 11. Сытник Л. С. Организационно-экономический механизм антикризисного управления предприятием / Л. С. Сытник // Ин-т экономики пром-сти НАН Украины. – Донецк : ИЕП НАН Украины, 2000. – 504 с. 12. Синдром выгорания : диагностика и профилактика / Н. Е. Водопьянова, Е. С. Старченкова. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2009. – 336 с.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ДЖЕРЕЛА ПОШУКУ РОБІТНИЧИХ КАДРІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Анотація. Розглянуто процес пошуку робітничих кадрів на підприємстві, виявлено переваги і недоліки внутрішніх та зовнішніх джерел. З урахуванням сформованих умов на ринку праці запропоновано використовувати мережні ігри як зовнішнє джерело пошуку персоналу.

Аннотация. Рассмотрен процесс поиска рабочих кадров на предприятии, выявлены преимущества и недостатки внутренних и внешних источников. С учетом сформированных условий на рынке труда предложено использовать сетевые игры как внешний источник поиска персонала.

Annotation. The process of search for workers in the company, advantages and disadvantages of internal and external sources are revealed, taking into account the conditions of the labour market, it is proposed too use the network of the game as an external source of the personnel.

Ключові слова: мережні ігри, зовнішнє і внутрішнє джерело пошуку персоналу, робітничі кадри, фінансово-економічна криза.

Динамічний розвиток ринкових процесів в Україні вимагає від керівництва підприємства відповідних зусиль для забезпечення конкурентних переваг, формування яких є надійним гарантом тривалого ефективного функціонування підприємства. У таких умовах найголовнішим чинником розвитку підприємства є його злагоджена робота щодо пошуку кваліфікованих робітників, адже найважливіший ресурс підприємства – це людина. Особливого значення набуває інноваційний розвиток та використання інновацій для досягнення мети підприємства в період фінансово-економічної кризи.

Пошук шляхів виходу підприємств з кризового стану, що напругу торкнулася розмірів та структури зайнятості на підприємстві, сталості функціонування системи пошуку робочої сили, має місце серед праць відомих науковців. Серед вітчизняних та зарубіжних авторів, роботи яких доповнюються і розвиваються в умовах кризи для застосування їх під конкретне підприємство, необхідно назвати Гавкалову Н. Л., Гриньову В. М., Кібанова А. Я., Крушельницьку О. В., Назарову Г. В., Щьокіна Г. В. тощо.

Метою даного дослідження є обґрунтування необхідності вивчення існуючих джерел пошуку робітничих кадрів, а також розгляд їх переваг і недоліків, розробка альтернативних варіантів пошуку робітничих кадрів.

Автори робіт [1; 2] зазначають, що відбір персоналу є однією із центральних функцій управління, оскільки саме люди забезпечують ефективне використання будь-яких видів ресурсів підприємства, від них залежить його подальший розвиток. Тому застосування необхідного інструментарію пошуку виступає первинною задачею HR-менеджерів при формуванні ефективно діючого колективу.

Існують два основних джерела пошуку кандидатів: внутрішнє і зовнішнє. Завдання менеджера з персоналу – застосування тих джерел пошуку, що дозволять провести ефективний відбір з мінімальними витратами коштів і часу.

У таблиці наведено основні джерела пошуку робітничих кадрів.

Таблиця

Джерела пошуку персоналу

Джерело пошуку	Переваги	Недоліки
1	2	3
1. Внутрішнє	створюється і поліпшується психологічний клімат на виробництві; невисокі витрати на пошук і залучення; зменшення ризику отримати непридатного працівника	малий вибір кандидатів; виникає "нездорова" конкуренція
2. Зовнішні: 2.1. Рекрутингові агентства	економія часу роботодавця; надають додаткові послуги; агентство детально обговорює вакантну позицію з роботодавцем; погоджує його вимоги з реаліями ринку праці; агентство може надати кандидату тільки ту інформацію про підприємство, розголошення якої схвалено самим роботодавцем	висока вартість наданих послуг; психологічне несумісництво роботодавця і агентства

1	2	3
2.2. Пошук серед випускників вузів	відбір кращого працівника; відносно висока пропозиція робочої сили; невисока вартість	довгий період адаптації; ризик переоцінки потенціалу молодого співробітника; високий рівень відсіву кандидатів
2.3. Оголошення у ЗМІ	невисока вартість; доступність інформації; розповсюдження в різних сферах діяльності	низький рівень кваліфікованих працівників; велика плінність претендентів
2.4. Інтернет-ресурси	роботодавці мають змогу оглянути і проаналізувати найкраще резюме; значно розширює базу пошуку кандидатів, дозволяючи вийти на регіональний і національний рівні	перевантаженість сайтів надлишковою інформацією може затягнути терміни пошуку кандидатів
2.5. Власні бази даних	невисока вартість; можливість швидко закрити посаду; наявність рекомендацій, яким можна довіряти	застаріла інформація про кандидатів; ймовірність того, що на робітника витрачають час, а він відмовиться від посади
2.6. За рекомендацією власних працівників	невисока вартість; можливість швидко закрити посаду; наявність рекомендацій, яким можна довіряти	обмеженість вибору колом знайомих працівників; перебільшення інформації про кандидата
2.7. Центри зайнятості	достовірна інформація; відбір кандидатів за вимогами роботодавця	малий вибір кандидатів; низький рівень ймовірності потрібного робітника; довгий період адаптації

Остання інформаційна революція висуває на перший план нову галузь – інформаційну індустрію, пов'язану з виробництвом технічних засобів, методів, технологій для виробництва нових знань. Найважливішими складовими інформаційної індустрії стають усі види інформаційних технологій. Сучасна інформаційна технологія опирається на досягнення у сфері комп'ютерної техніки і засобів зв'язку [3]. За умови того, що Україна рухається до розвитку ІТ, можна виділити альтернативний варіант пошуку робітничих кадрів – мережні ігри чи Інтернет-ігри, сутність яких полягає в тому, що ігровий сюжет певним чином пов'язаний або нагадує дії, що здійснюються співробітниками при здійсненні робітничих обов'язків. Гра допускає лише обмежений, заздалегідь заданий спектр можливих рішень і відповідних поведінкових альтернатив (дій). Зміст кожного кроку гравця строго фіксується відповідно до формальної моделі імітуючих процесів. Прийняття рішень у них зводиться до вибору однієї із запропонованих альтернатив, причому всі основні дії здійснюються в певні проміжки часу.

Перевагами такого пошуку є: цільове призначення ділової гри; широта тематичних рамок, що імітують області управління; отримання корисної інформації; рівень невизначеності рішень; характер комунікації між учасниками; ступінь відкритості гри; розкриття прихованих можливостей й знаходження нових талантів кандидатів; комплексність використовуваної моделі, інструментів гри й форм її проведення; доступність із будь-якого комп'ютера (домашнього, робочого, від друзів, із смартфона), підключеного до Інтернету.

Проте серед недоліків можна відокремити значні матеріальні та часові витрати HR-відділу.

Отже, впровадження інновації в системі пошуку персоналу під час фінансово-економічної кризи дасть можливість посилити конкурентоспроможність підприємства у швидко змінюваному економічному середовищі. У якості пропозиції можна рекомендувати вітчизняним підприємствам стратегію добору кадрів в умовах сучасного економічного стану, яка має ґрунтуватися на використанні сучасних досягнень науки та техніки і мати за мету найкращим чином задовольнити існуючі вимоги ринку.

Наук. керівн. Маркова Н. С.

Література: 1. Адміністративне управління трудовим потенціалом : навч. посібн. / В. М. Гриньова, М. М. Навикова, М. М. Салун та ін. ; [за ред. докт. екон. наук, проф. В. М. Гриньової]. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2004. – 428 с. 2. Магура М. И. Поиск и подбор персонала / М. И. Магура. – 3-е изд., перер. и доп. – М. : ООО "ЖУРНАЛ" Управление персоналом, 2003. – 304 с. 3. Столлинг В. Современные компьютерные сети / В. Столлинг. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2003. – 728 с. 4. Ермаков А. Рекрутинг и обучение: украинские реалии / А. Ермаков // Управление персоналом. – 2007. – № 3. – С. 62–64. 5. Иванов А. Е. Как закрыть вакансию. Организатор рекрутера / А. Е. Иванов. – М. : Вершина, 2006. – 224 с. 6. Щёкин Г. В. Основы кадрового менеджмента : учебник / Г. В. Щёкин. – 5-е изд., стереотип. – К. : МАУП, 2004. – 280 с.

КЛАССИФИКАЦИЯ ВИДОВ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Анотація. Систематизована класифікація видів адаптації. Розглянуто сутність та мету процесу адаптації персоналу. Визначено умови успішного проведення адаптації.

Анотация. Систематизовано класифікацію видів адаптації. Розглянуто сутність та мету процесу адаптації персоналу. Визначено умови успішного проведення адаптації.

Annotation. In the article classification of types of adaptation is systematized. Essence and aims of process of adaptation of personnel is considered. The terms of successful adaptation process successful are determined.

Ключевые слова: адаптация персонала, классификация видов адаптации, цели адаптации, условия успешности адаптации.

Адаптация персонала в организации является неотъемлемым элементом кадрового менеджмента. Действительно, становясь работником конкретного предприятия, новичок оказывается перед необходимостью принять организационные требования: режим труда и отдыха, положения, должностные инструкции, приказы, распоряжения администрации и так далее. Он вынужден по-новому оценить свои взгляды, привычки, соотнести их с принятыми в коллективе нормами и правилами поведения, закрепленными традициями, выработать соответствующую линию поведения [1].

К сожалению, важность мероприятий по адаптации работников в нашей стране недостаточно серьезно воспринимается кадровыми службами на протяжении долгого периода. До сих пор многие государственные предприятия и коммерческие организации не имеют даже базовых программ адаптации.

Внедрение системы управления адаптацией на предприятии представляет собой достаточно сложную задачу. От нее зависит решение таких важных проблем для предприятия, как уменьшение стартовых издержек, уменьшение текучести кадров; более быстрое достижение трудовых показателей, приемлемых для организации – работодателя; вхождение работника в рабочий коллектив, в его неформальную структуру и ощущение себя членом команды; снижение тревожности и неуверенности, испытываемых новым работником. Система адаптации призвана решать вышеперечисленные проблемы.

В связи с этим является актуальным определение сущности адаптации, существующих видов адаптации, описание ее как системы.

Проблема адаптации персонала на предприятии и ее влияние на эффективность работы персонала в различных аспектах рассматривалась в научных публикациях Архипова Н. И., Базарова Т. Ю., Веснина В. Р., Волиной В. А., Дятлова В. А., Еремина Б. Л., Игнатъева А. В., Кибанова А. Я., Коханова Е. Ф., Кузнецова Ю. В., Маслова Е. В., Мескона М. Х., Одегова Ю. Г., Плешина И. Ю., Подлесных В. И., Самыгина С. И., Сульдина Г. А., Столяренко Л. Д., Травина В. В. и других авторов.

Целью данного исследования является рассмотрение сущности процесса адаптации и ее видов.

Одной из проблем работы с персоналом в организации при привлечении кадров является управление трудовой адаптацией. В ходе взаимодействия работника и организации происходит их взаимное приспособление, основу которого составляет постепенное вхождение работников в новые профессиональные и социально-экономические условия труда.

Термин "адаптация" применяется в различных областях науки. В социологии и психологии выделяют социальную и производственную адаптацию. В определенной мере эти два вида адаптации пересекаются друг с другом, но каждая из них имеет и самостоятельные сферы приложения: социальная деятельность не замыкается на производстве, а производственная – включает технические, биологические, социальные аспекты.

В зарубежной психологии значительное распространение получило необихевиористское определение адаптации, которое используется, например, в работах Г. Айзенка и его последователей. Адаптацию они определяют двояко: с одной стороны, как состояние, в котором потребности индивида, и требования среды – с другой, полностью удовлетворены. Это состояние гармонии между индивидом и природой или социальной средой; с другой – как процесс, посредством которого это гармоничное состояние достигается [2].



Эдгар Штейн рассматривает адаптацию как: "процесс познания нитей власти, процесс достижения доктрин, принятых в организации, процесс обучения, осознания того, что является важным в этой организации или ее подразделениях" [3].

Таким образом, адаптация – это взаимное приспособление работника и организации, основывающееся на постепенной вработываемости сотрудника в новых профессиональных, социальных и организационно-экономических условиях труда.

Среди основных целей адаптации новых работников обычно выделяют следующие:

возможность более быстрого достижения рабочих показателей, приемлемых для организации – работодателя;

уменьшение стартовых издержек. Новый работник не всегда знает работу и то, как работает организация. До тех пор, пока он работает менее эффективно, чем опытные сотрудники, его работа требует от организации более высоких затрат. Эффективная адаптация уменьшает эти стартовые затраты и дает возможность новому работнику скорее достигнуть установленных стандартов выполнения работы;

вхождение работника в рабочий коллектив, в его неформальную структуру и ощущение себя членом команды;

снижение тревожности и неуверенности, испытываемых новым работником;

сокращение текучести кадров среди новых работников. Если работники не смогли своевременно освоиться в организации, то они могут отреагировать на это увольнением;

развитие у нового работника удовлетворенности работой, позитивного отношения к работе и реализма в ожиданиях. Процесс адаптации должен способствовать формированию положительного отношения новых работников к организации, к своему подразделению и к порученному делу;

снижение издержек по поиску нового персонала;

формирование кадрового резерва (наставничество – это возможность для опытного сотрудника приобрести опыт руководства) [4].

Процесс взаимного приспособления или трудовой адаптации сотрудника и организации будет тем успешнее, чем в большей степени нормы и ценности коллектива являются или становятся нормами и ценностями отдельного сотрудника, чем быстрее и лучше он принимает, усваивает свои социальные роли в коллективе.

Успешность адаптации зависит от целого ряда условий, главными из которых являются: качественный уровень работы по профессиональной ориентации потенциальных сотрудников; объективность деловой оценки персонала (как при отборе, так и в процессе трудовой адаптации работников); отработанность организационного механизма управления процессом адаптации; престиж и привлекательность профессии, работы по определенной специальности именно в данной организации; особенности организации труда, реализующие мотивационные установки сотрудника; наличие отработанной системы внедрения новшеств; гибкость системы обучения персонала, действующей внутри организации; особенности социально-психологического климата, сложившегося в коллективе; личностные свойства адаптируемого сотрудника, связанные с его психологическими чертами, возрастом, семейным положением и т. п.

На основе проведенного анализа можно представить обобщенную классификацию видов адаптации (таблица).

Таблица

Классификация видов адаптации

Классификационный признак	Вид адаптации	Описание
1	2	3
По отношению субъект – объект	активная	Индивид стремится воздействовать на среду с тем, чтобы изменить ее
	пассивная	Индивид не стремится к такому воздействию и изменению
По воздействию на работника	прогрессивная	Благоприятно воздействующая на работника
	регрессивная	Пассивная адаптация к среде с отрицательным содержанием
По уровню	первичная	Приспособление молодых сотрудников, не имеющих опыта профессиональной деятельности
	вторичная	Приспособление сотрудников, имеющих опыт профессиональной деятельности, переходящих в ранг руководителя
По отношению сотрудника к организации	конформизм	Полное принятие ценностей и норм организации, готовность подчиняться правилам игры
	мимикрия	Соблюдение второстепенных норм при неприятии основных характерно для потенциальной группы риска, члены которой готовы в любой момент расстаться с фирмой
	адаптивный индивидуализм	Характеризуется согласием с основными нормами и ценностями организации при неприятии второстепенных

1	2	3
	отрицание	Сотрудник выражает активное несогласие с ценностями фирмы, его ожидания находятся в неприимом противоречии с реальностью
По отношению к занимаемой должности	адаптация в новой должности	Направлена на преодоление сотрудником неуверенности, освоение системы профессиональных знаний и навыков
	адаптация к понижению в должности	Адаптация работников, пониженных в должности
	адаптация после увольнения	Адаптация увольняемых работников (поиск новых рабочих мест, организация подготовки и переподготовки)

Несмотря на различие между видами адаптации, все они находятся в постоянном взаимодействии, поэтому процесс управления требует наличия единой системы инструментов воздействия, обеспечивающих быстроту и успешность адаптации [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что адаптация персонала – это важный элемент системы менеджмента предприятия, который позволяет эффективно управлять человеческими ресурсами и достигать поставленных целей.

В связи с этим вопросы сущности адаптации, классификации ее видов, определение направлений, этапов требуют дальнейшего исследования.

Научн. рук. Лаптев В. И.

Литература: 1. Архипова Н. И. Менеджмент / Н. И. Архипова, О. Л. Седова. – М. : Изд. Ипполитова, 2003. – 360 с. 2. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации / А. Я. Кибанов. – М. : Изд. ИНФРА-М, 2003. – 638 с. 3. Магура М. И. Поиск и отбор персонала / М. И. Магура. – М. : ООО "Журнал "Управление персоналом", 2003. – 304 с. 4. Савченко В. Удосконалення та підвищення ефективності професійного навчання кадрів на виробництві / В. Савченко // Україна: аспекти праці. – 2007. – № 7. – С. 14–21. 5. Основы управления персоналом : навч.-метод. посібн. / В. О. Храмов, А. П. Бовтрук. – К. : МАУП, 2008. – 112 с. : ил. 6. Сульдина Г. А. Управление персоналом в системе государственного и муниципального управления / Г. А. Сульдина. – Казань : Казанский государственный университет им. В. И. Ульянова-Ленина, 2004. – 232 с.

УДК 005.963:331

Мартыненко О. Ю.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация. Выделены основные проблемы, связанные с обучением персонала на отечественных предприятиях; выявлены причины их возникновения и определены пути решения.

Анотація. Виділено основні проблеми, пов'язані з навчанням персоналу на вітчизняних підприємствах; виявлено причини їх виникнення та визначено шляхи вирішення.

Annotation. Main problems related to staff training on domestic enterprises are analyzed; their causes are revealed and ways to settle these problems are proposed.

Ключевые слова: персонал, обучение, предприятие, система обучения.

В современных экономических условиях человеческий капитал стал одним из главных конкурентных преимуществ предприятий. Сегодня многие работодатели уделяют очень мало внимания обучению своих работников, ориентируясь, прежде всего, на текущую прибыль.

Это связано с тем, что одни работодатели считают затраты на обучение сотрудников неэффективными, другие же просто не желают тратить на это средства. Однако с таким пониманием



невозможно конкурировать на рынке, так как знания очень быстро устаревают и теряют свою силу. В условиях ужесточения конкуренции фирмам необходимы высококвалифицированные работники с креативным мышлением, способные находить выход из нестандартных ситуаций, генерировать эффективные идеи и решения. Основным фактором, который непосредственно влияет на качественные характеристики персонала и стоимость человеческого капитала предприятия в целом, является система обучения персонала.

Целью данного исследования есть определение основных проблем, связанных с обучением персонала на предприятиях Украины, а также мероприятий по решению данных проблем.

Теме обучения персонала посвящено много научных работ отечественных и зарубежных учёных. В частности можно назвать труды таких авторов, как О. Уманский, Э. Бородина, Т. Шаповалова, А. Ягорка, В. Музиченко, Т. Поспелова и многих других.

Возрастание роли обучения в процессах повышения конкурентоспособности предприятия и организационного развития обусловлено следующими тремя факторами [1]:

1) обучение персонала является важнейшим средством достижения стратегических целей организации;

2) обучение является важнейшим средством повышения ценности человеческих ресурсов организации;

3) без своевременного обучения персонала проведение организационных изменений сильно затрудняется или становится невозможным.

На основании анализа литературных источников и управленческого консультирования автором выделены основные проблемы, связанные с обучением персонала, которые имеют место на предприятиях Украины (таблица).

Таблица

Проблемы профессионального обучения на предприятиях и пути их решения

Проблема	Причина возникновения	Пути решения
1. Опасения работодателей потери средств в результате ухода работников по окончании обучения на другие предприятия	Предоставление на других предприятиях более выгодных условий труда	Заключение договорных обязательств с работником об обязанности его отработать определённый минимальный срок на предприятии по окончании обучения или возместить расходы работодателю на обучение
2. Низкая мотивация работников к обучению	Невостребованность результатов обучения	Расширение круга задач, повышение содержательности труда, увязка обучения с перспективой карьерного роста, повышением заработной платы
3. Отсутствие достаточных средств	Экономическая несостоятельность	Разработка различных механизмов финансирования профобучения на уровне государства (финансовая поддержка)
4. Низкая мотивация работодателей	Недостаточная поддержка со стороны государства	Организация работы по содействию предприятиям в осуществлении профобучения
5. Низкое качество обучения	Низкая квалификация преподавателей, низкое качество учебных модулей	Подбор высококвалифицированных преподавателей, выбор методов и форм обучения соответствующих целям обучения, обеспечение контроля знаний
6. Отсутствие системного подхода к обучению персонала	Не учитываются стратегические цели предприятия, недостаточно внимания уделяется организации процесса обучения	Составление долгосрочных планов обучения и развития, разработка нормативных документов и положений, регламентирующих организацию процесса обучения

Топ-менеджеры многих предприятий считают, что разумнее нанимать хороших специалистов и не тратить времени и денег на развитие собственного персонала. Однако если нанять сформировавшегося профессионала, то сложно будет спрогнозировать, насколько эффективен он окажется на новом месте работы и насколько его профессиональный опыт будет применим к реалиям данной конкретной компании. Более выгодно обучать и формировать интеллектуальный капитал своих сотрудников, которые будут разделять ценности компании и понимать стратегию ее развития.

Серьезной проблемой для многих организаций является возможность удержания работников, прошедших обучение на предприятии. Вкладывая деньги в обучение персонала, предприятие этим самым увеличивает стоимость рабочей силы. Но при этом некоторые предприятия сталкиваются с тем, что обученные ими работники переходят работать в другие организации. Экономия на обучении персонала, компании, переманивающие работников, готовы платить более высокую зарплату, предоставлять более широкий набор льгот, лучшие условия работы или большие возможности для профессионального роста и продвижения работников. В данном случае причины необходимо искать на своём предприятии.



Возможно результаты обучения не были востребованы или же обученный персонал не поощрялся за достижение более высокого уровня квалификации.

Очень многие предприятия, отправляя работников на обучение или повышение квалификации, не предпринимают никаких усилий для того, чтобы их работа после прохождения учебы стала более содержательной, более ответственной, чтобы повысился уровень оплаты их труда, открылись новые перспективы карьерного роста, продвижения по служебной лестнице или расширилась сфера их рабочей ответственности. Это очень снижает отдачу, которую организация может получить от своего персонала в результате обучения и мотивацию работников к обучению.

Другой немаловажной проблемой, которая присутствует на многих предприятиях, является нежелание учиться самих работников. Многие работники просто должным образом не мотивированы и не хотят тратить своё время на обучение. Повышению лояльности участников к обучению способствуют [2]:

- 1) компетентность тренера;
- 2) качество тренинговой программы;
- 3) адаптация программы под нужды участников;
- 4) подробное обсуждение программы с заказчиком;
- 5) умение тренера говорить на языке пользы участников;
- 6) позитивный прошлый опыт обучения (и отсутствие негативного);
- 7) комфортные условия на тренинге;
- 8) проблематизация (умение тренера выявить "слабые места" и зоны ближайшего развития);
- 9) понимание участниками необходимости проводимого обучения;
- 10) привязка системы мотивации к результатам деятельности сотрудника и тренируемым навыкам;
- 11) раппорт (взаимопонимание) сотрудников и руководства компании;
- 12) детальная предтренинговая диагностика.

Сегодня на многих предприятиях применяется не системный, а скорее интуитивный подход к обучению персонала. Часто компании не имеют полного представления, какие навыки в первую очередь необходимы сотрудникам, какие обучающие программы стоит внедрять и какой результат они в конечном итоге принесут для динамично развивающейся компании. Средства, вложенные в обучение персонала, должны принести максимальную эффективность для предприятия. Для этого необходимо разрабатывать программы обучения, которые позволят комплексно подойти к данному вопросу.

Этапы организации профессионального обучения:

- 1) выявление потребности в обучении путём проведения оценки персонала. На потребность в обучении влияет возраст, особенности трудовой мотивации, уровень способностей, опыт работы;
- 2) чёткое определение целей и задач обучения, которые зависят от стратегических целей организации и устанавливаются в связи с содержанием работы сотрудников;
- 3) формирование бюджета обучения;
- 4) составление программы обучения, которая определяется характеристиками потенциальных учеников, а также целью обучения;
- 5) выбор преподавателей, то есть своих опытных сотрудников или приглашать со стороны. При выборе преподавателя необходимо учесть то, чему именно нужно учить, какой преподаватель более компетентен в данной области, а также финансовые возможности предприятия;
- 6) выбор методов и форм обучения с учётом детального анализа всех преимуществ и недостатков;
- 7) решение вопроса о продолжительности процесса обучения;
- 8) проведение обучения персонала;
- 9) оценка эффективности обучения, которая осуществляется в соответствии со специально разработанными критериями.

Таким образом, хорошо организованная система обучения на предприятии способствует достижению долгосрочных и краткосрочных целей, повышению конкурентоспособности и проведению организационных изменений. Определяющим условием развития организации является ее способность адаптироваться к изменяющимся условиям внутренней и внешней среды. Поэтому, несмотря на достаточно сложное финансовое положение большинства украинских организаций, расходы, связанные с обучением персонала, необходимо рассматривать как приоритетные и необходимые. Ведь только обученный, высококвалифицированный и высокомотивированный персонал будет решающим фактором развития предприятия и победы над конкурентами.

Научным результатом данного исследования является систематизация перечня проблем, возникающих в процессе обучения персонала на отечественных предприятиях и путей их решения.

Научн. рук. Мишина С. В.

Литература: 1. Магура М. И. Обучение персонала как конкурентное преимущество / М. И. Магура, М. Б. Курбатова // Управление персоналом. – 2004. – № 11. – С. 3. 2. Еремеева Н. Не хочу учиться! Или как мотивировать сотрудников на обучение [Электронный ресурс] / Н. Еремеева. – Режим доступа : <http://neremeeva.ru/>. 3. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посібник / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с. 4. Аксенова О. А. Проблемы и приоритетные направления при создании корпоративной системы обучения персонала организации [Электронный ресурс] / О. А. Аксенова. – Режим доступа : http://www.treko.ru/show_article_1009. 5. Норка Д. И. Стоит ли тратить на обучение? [Электронный ресурс] / Д. И. Норка. – Режим доступа : <http://dis.finansy.ru/a/page>.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ИССЛЕДОВАНИЕ СУЩНОСТИ, СТРУКТУРЫ И ЦЕЛЕЙ ДЕЛОВОЙ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА

Аннотация. Проанализированы сущность деловой оценки персонала и методы её проведения, определены цели оценки на разных этапах работы с персоналом и этапы процесса оценки персонала.

Анотація. Проаналізовано сутність ділової оцінки персоналу і методи її проведення, визначено мету оцінки на різних етапах роботи з персоналом та етапи процесу оцінки персоналу.

Annotation. The essence of the staff assessment and the methods of assessment, purposes assessment at different stages of work with the staff and the stages of the assessment process of staff are analyzed.

Ключевые слова: деловая оценка персонала, методы оценки персонала, критерии оценивания, процедура оценки.

Эффективность деятельности любой организации определяется большим количеством различных факторов, таких, как: оборудование, технологии, маркетинговая политика, финансовая политика, качество, конкурентная среда, человеческие ресурсы и многое другое. И среди всего этого персонал является одним из ключевых факторов, определяющих успешность работы организации. Это объясняется тем, что роль человека сводится к обеспечению рационального использования всех имеющихся ресурсов, что зависит от его уровня подготовки и профессионализма. И чтобы с максимальной эффективностью использовать персонал, необходимо правильно его оценить.

Теме оценки персонала посвящено много научных трудов зарубежных и отечественных ученых, таких, как: Г. Десслер, Е. Брайан, Д. Ульрих, Егоршин А. П., Виноградский Н. Д., Колот А. М., Крушельницкая О. В., Лукьянихин В. О., Даниук В. М., Петюх В. М., Осовская Г. В., Кибанов А. Я.

Оценка персонала – это процесс определения соответствия качественных характеристик персонала (способностей, умений, мотивов) требованиям должности или рабочего места. Оценка персонала предусматривает сравнение определенных характеристик человека – профессионально-квалификационного уровня, деловых качеств, результатов труда с соответствующими параметрами, требованиями, эталонами [1, с. 223].

Смысл оценки работы персонала становится понятен лишь в контексте кадровой политики, проводимой организацией. Очень сложно оторвать какую-то отдельную функцию или направление работы от всего комплекса задач, решаемых в процессе управления персоналом организации. Принципиальным условием эффективной работы системы оценки является ее комплексный характер, учитывающий все многообразие задач, решаемых каждой конкретной организацией в процессе управления персоналом [2].

Оценка персонала позволяет выявить те аспекты деятельности персонала, которые требуют совершенствования, собрать необходимую информацию для планирования и организации обучения, выделить резерв на руководящие должности, создать индивидуальные планы развития, стимулировать работников работать более результативно, развивать у них инициативу, принимать решения о поощрении персонала, понижении в должности и сокращении.

Перед началом любой деятельности требуется определить цели. Оценка персонала так же имеет свои цели, при чем они дифференцируются на разных этапах работы с персоналом:

- 1) подбор на вакантную должность – оценка соответствия профессиональных умений и навыков и личностных характеристик требованиям, предъявляемым к должности;
- 2) прохождение испытательного срока – по окончании испытательного срока оценивается соответствие работника занимаемой должности;
- 3) в процессе деятельности работника – оценка с целью выявления компетентности и потенциала работника и на основании этого уточнение индивидуального плана развития, премирование, изменение уровня заработной платы;
- 4) при обучении – оценка уровня знаний работника и определение потребности в его обучении, а также проведение оценки после обучения с целью определения изменения уровня знаний;
- 5) повышение в должности, перемещение на другое рабочее место, в другое структурное подразделение – степень подготовленности сотрудника к выполнению новых функций;

6) при увольнении – определение соответствия квалификации работника занимаемой должности.

Система оценки персонала должна иметь комплексный характер. Это требует увязки всех элементов процесса оценки персонала.

На рисунке представлены основные этапы оценки персонала.

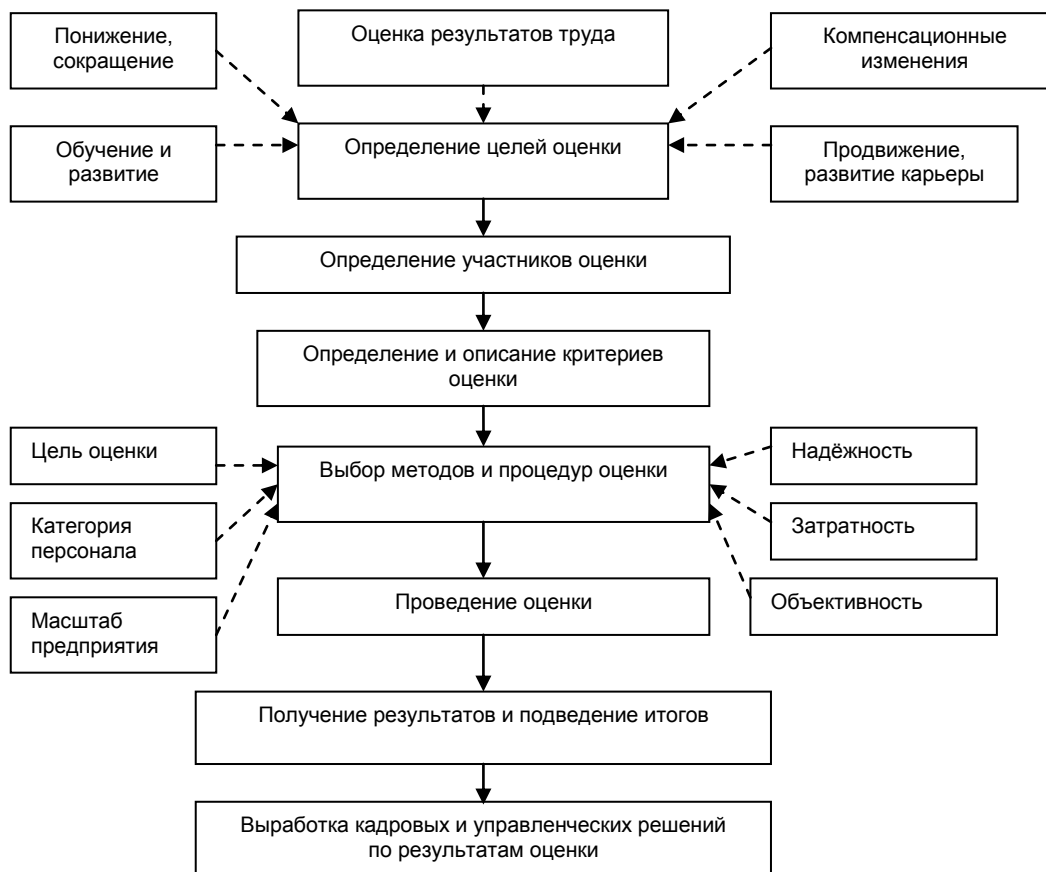


Рис. Этапы процедуры оценки персонала

Существует большое количество методов оценки персонала, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки.

Выбор метода будет зависеть от поставленных целей, степени затратности, объективности, надёжности, а также от масштаба компании.

Важно учитывать и ту особенность, что чем выше статус оцениваемого претендента, а следовательно, больше риск, связанный с принятием кадровых решений, тем более надёжные, а значит, дорогостоящие методы оценки придется применять [3].

Рассмотрим основные методы оценки персонала, которые используются на предприятиях (таблица).

Для проведения эффективной оценки персонала очень важно, чтобы она была направлена на улучшение работы. Многие работники воспринимают оценку персонала враждебно, так как боятся сокращения, понижения в должности и повышения интенсивности труда. Однако такое понимание не способствует улучшению работы.

Таблица

Методы оценки персонала

Метод	Характеристика
1	2
Метод 360 градусов	Оценка работника его непосредственным руководителем, коллегами, подчинёнными, а также внешними или внутренними клиентами
Интервью по компетенциям	Структурированное интервью, которое проводится с целью анализа поведения человека в различных рабочих ситуациях

1	2
Метод центров оценки (ассесмент-центр)	Один из методов комплексной оценки персонала, основанный на использовании взаимодополняющих методик, ориентированный на оценку реальных качеств сотрудников, их психологических и профессиональных особенностей, соответствия требованиям должностных позиций, а также выявление потенциальных возможностей специалистов. На сегодняшний день ассесмент-центр является самым надёжным методом оценки компетенций сотрудников [4]. В ходе проведения оценки оцениваемые участвуют в деловых играх, делают самопрезентацию, письменные работы и др.
Биографическое интервью	Используется для анализа жизненного пути кандидата и проектирования его дальнейшего развития
Тестирование	Применение тестов, которые позволяют выявить квалификационные, психологические и физиологические характеристики человека
Метод классификации	Оценка производится путём ранжирования работников по определённому критерию от самого лучшего к худшему
Оценка по KPI (ключевым показателям эффективности)	Это максимально формализованный метод оценки результативности сотрудников в крупных компаниях. Он требует точно разработанной методики выявления KPI и автоматизации оценки. Чтобы данный вид оценки реально работал не только на контроль результатов, но и на повышение эффективности деятельности сотрудников, он должен, с одной стороны, учитывать стратегические цели компании, с другой – быть ясным и понятным для каждого сотрудника [3]
Метод анкетирования	Оценочная анкета представляет собой определенный набор вопросов и описаний. Оценивающий анализирует наличие или отсутствие указанных черт у аттестуемого и отмечает подходящий вариант [5]
Метод сравнения по парам	В этом методе сравнивается в группе аттестуемых, находящихся в одной должности, каждый с каждым, после чего подсчитывается количество раз, когда аттестуемый оказывался лучшим в своей паре. На основе полученных результатов строится общий рейтинг по группе [5]

Руководство предприятия должно донести до работников то, что оценка – это, прежде всего, стимулирующий фактор, возможность повышения профессионального и карьерного роста, получения премиальных выплат, возможности прохождения повышения квалификации. А работники, в свою очередь, должны постоянно работать над собой, заниматься самообразованием и самосовершенствоваться. Только при таком подходе эффективность деятельности предприятия значительно повысится.

Также очень важно разработать правильные критерии оценивания, которые будут зависеть от цели оценки, времени, затрат, качества. Критерии являются основой в оценке персонала. Они должны быть действенными, существенными для каждой конкретной должности, объективными и обоснованными и не зависеть от того, кто их выполняет.

Оценка персонала должна быть своевременной и носить постоянный характер. Для получения высокого уровня отдачи от оценки персонала она должна стать неотъемлемой частью системы управления персоналом, стать циклическим и предсказуемым мероприятием. Регулярность проведения оценки позволяет вовремя обнаружить и скорректировать недостатки в работе персонала. Однако периодичность оценки для каждого предприятия будет своя. Это зависит, прежде всего, от специфики деятельности предприятия и от конкретных функций сотрудника.

Таким образом, оценка персонала – это одна из важнейших составляющих системы управления персоналом. На её основании принимаются важные кадровые и управленческие решения. Так как деловая оценка имеет непосредственное отношение к повышению эффективности деятельности организации, то со стороны руководства должно уделяться достаточно внимания и поддержки для проведения её на высоком уровне.

Научн. рук. Лаптев В. И.

Литература: 1. Крушельницька О. В. Управління персоналом : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / О. В. Крушельницька, Д. Н. Мельничук. – К. : Кондор, 2003. – 296 с. 2. Сорока В. А. Оценка персонала [Электронный ресурс] / В. А. Сорока. – Режим доступа : <http://www.hrm.ru/ocenka-personala>. 3. Варламова Е. П. Как выбрать свою систему оценки персонала [Электронный ресурс] / Е. П. Варламова. – Режим доступа : <http://www.prorobotu.net.ua/publications>. 4. Михайлов В. Методы оценки персонала: смотрим в бинокль / Виталий Михайлов // Управление персоналом Украина. – 2009. – № 8(191). – С. 17 – 18. 5. Малиновский П. Методы оценки персонала [Электронный ресурс] / П. Малиновский. – Режим доступа : <http://www.management.com.ua/hrm/hrm029>. 6. Осовська Г. В. Основи менеджменту : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / Осовська Г. В. – К. : Кондор, 2003. – 556 с. 7. Кондратенко О. Оценка – основа управления персоналом компании / О. Кондратенко // Управление персоналом. – 2008. – № 6(177). – С. 14–17.

ОСОБЛИВОСТІ АТЕСТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Розглянуто сучасні аспекти атестації персоналу на підприємствах, які становлять процедуру систематичної формалізованої оцінки відповідності діяльності конкретного працівника стандарту виконання роботи на даному робочому місці на даній посаді.

Аннотация. Рассмотрены современные аспекты аттестации персонала на предприятиях, которые представляют собой процедуру систематической формализованной оценки ответственности деятельности конкретного работника стандарту выполнения работы на данном рабочем месте в данной должности.

Annotation. The article deals with modern aspects of the certifications of personnel in enterprises which is a procedure of system critical formalized conformity assessment of a given employees activities to standard performance at this workplace in this particular post.

Ключові слова: персонал, оцінка персоналу, атестація, людські ресурси, підприємство, кадри, потенціал.

Для успішної діяльності підприємства в сучасних ринкових умовах потрібен персонал, який здатний відповідати найвищим професійним критеріям. Саме для цього й існує методика оцінки персоналу та атестація персоналу.

Аналізом особливостей атестації персоналу займалися безліч вітчизняних і зарубіжних представників економічної науки: Автономов В. С., Виноградська А. М., Виноградський М. Д., Голєнко В. П., Савченко В. А., Чумак І. А. та ін.

Атестація персоналу – кадрові заходи, які потрібні для оцінки відповідності рівня праці, якості та потенціалу особистості вимогам виконуваної діяльності. Головне призначення атестації – не контроль виконання (хоча це теж дуже важливо), а виявлення резервів підвищення рівня віддачі працівника [1].

Атестація персоналу – формалізована оцінка кадрів, що проводиться в певний час та у встановленій формі на основі спеціально розробленої процедури, за результатами якої приймаються рішення щодо професійно-кваліфікаційного просування працівників, зарахування їх до резерву на керівні посади, професійного навчання або звільнення [2].

Атестація персоналу – один з найважливіших елементів роботи, що становить періодичне засвідчення професійної придатності та відповідності посаді кожного працівника певної категорії [3].

Атестація персоналу – процедура систематичної формалізованої оцінки діяльності певного співробітника відповідно до стандарту виконання роботи на посаді, яку він займає [4].

Формалізована система дозволяє підвищити ефективність самої системи оцінки. Крім того, вона підходить не лише для окремого співробітника і його керівника, але й відповідає інтересам організації в цілому.

Одна з основних вимог, що висувуються до процедур атестації, – це об'єктивність оцінки працівника.

Основне завдання атестації персоналу – оцінити відповідність рівня праці, якості і потенціалу особистості вимогам виконуваної діяльності [5]. Однак така оцінка проводиться не заради самої оцінки. Вона проводиться для того, щоб на її основі прийняти правильне кадрове рішення про заохочення (покарання), переміщення або навчання співробітників.

Іншими словами, основною метою атестації, так само як і інших кадрових заходів, є приведення людського ресурсу у відповідність до стратегією підприємства [6].

З урахуванням мети атестації можна говорити про дві її складові частини:

оцінку праці;

оцінку персоналу.

Оцінка праці спрямована на зіставлення змісту, якості та обсягу фактичної праці з планованим результатом праці, який представлений у технологічних картах, планах та програмах роботи підприємства. Оцінка праці дає можливість оцінити кількість, якість та інтенсивність праці.

Оцінка персоналу дозволяє вивчити ступінь підготовленості працівника до виконання саме того виду діяльності, яким він займається, а також виявити рівень його потенційних можливостей для оцінки перспектив зростання.



На державних підприємствах атестації організуються найчастіше раз на п'ять років, на окремих підприємствах – щорічно. Крім того проводяться неформальні співбесіди і в проміжку між щорічними формальними оцінками обговорюються результати праці та результати обов'язкового поточного спостереження за діяльністю підлеглих [4].

Кадровій службі і керівництву компанії грамотно проведена атестація дозволяє:
виявити проблеми з управління персоналом в окремих підрозділах. Також дає можливість визначити проблеми в організаційній структурі, виявити проблемні місця у взаємодії між підрозділами;

сформувати кадровий резерв;
планувати навчання на наступний період;
переглянути заробітні плати співробітників, прийняти рішення про нарахування премій і бонусів;

сформувати план з підбору та ротації персоналу;
визначити бюджет витрат на персонал на наступний період.

Значення атестаційного процесу для підприємства, керівників і співробітників подано на рисунку.

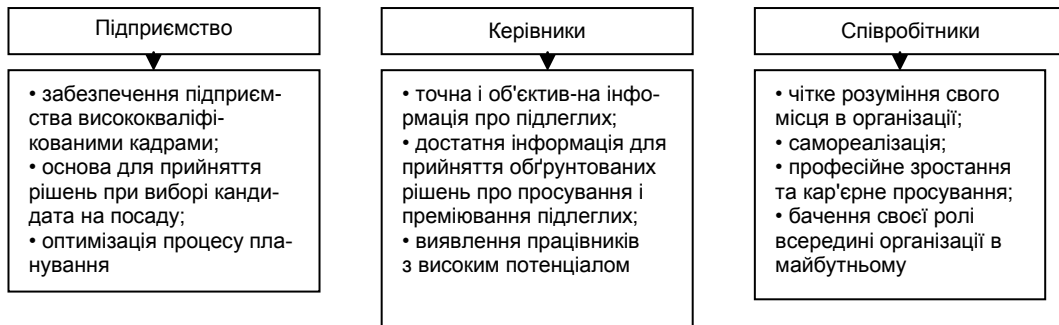


Рис. Значення атестації для підприємства, керівників і співробітників

Перш ніж приступити до проведення атестації персоналу, керівництво організації повинно ясно уявити собі основні етапи, з яких ця робота буде складатися:

1) визначення мети, яку переслідує атестація персоналу. Ця мета повинна бути пов'язана з метою організації й узгоджена з керівництвом;

2) підготовка необхідної документації: підготовка наказу керівництва про проведення атестації на підприємстві, розробка або доопрацювання положення про атестацію, атестаційних та оціночних листів, бланків і форм, які можуть використовуватися в роботі атестаційної комісії;

3) підготовка всього комплексу організаційних заходів: від формування списків атестантів, розробки графіка проведення атестації до організації занять з керівниками та членами атестаційних комісій. Атестаційна комісія має таку структуру: голова, заступник голови, секретар, члени комісії. Атестаційна комісія формується з числа найбільш кваліфікованих працівників і затверджується наказом генерального директора;

4) проведення атестації, що передбачає певний алгоритм розгляду документів, поданих на атестованих працівників, і чіткий регламент проведення атестаційної співбесіди.

Підсумком атестації є винесення членами атестаційної комісії своєї оцінки роботи атестанта і пропозицій щодо його розвитку та його подальшої роботи в організації [3].

Існує ряд методів, що використовуються при атестації персоналу (таблиця).

Таблиця

Методи атестації персоналу

Метод	Зміст методу
Метод стандартних оцінок	Складається характеристика на атестанта, що містить у собі перелік аспектів, які характеризують працівника. У підсумку потрібно вибрати те значення, яке стосується його більшою мірою
Метод "360° атестація"	Всебічна оцінка працівника з боку організації: працівник оцінюється керівником, колегами і підлеглими
Комбінований метод	Використовується кілька методів оцінки: анкетування, тестування, співбесіди, ділові ігри та ін.
Метод оцінки на основі визначення мети	Визначається основна мета для працівника на майбутній період. Вони повинні відобразити завдання і функції працівника

Таким чином, ефективність роботи підприємства найбільшою мірою залежить від можливостей і результатів діяльності персоналу.

Автор вважає, що атестація відіграє дуже важливу роль для успішної діяльності підприємства. Коли посилюється державний контроль за дотриманням прав людини, соціальних гарантій працівника, умов оплати та охорони праці – роль зростає і, навпаки, знижується, коли державні гарантії прав людини слабшають або ігноруються.

Виконання завдань багато в чому залежить від правильності застосування організаційних факторів, що сприяють раціональному використанню трудових ресурсів. Значне місце серед них займає впровадження заходів з наукової організації праці і, в першу чергу, здійснення принципів раціонального розподілу і кооперації праці працівників, зайнятих у сфері управління виробництвом, забезпечення правильного підбору, розстановки та використання кадрів відповідно до професійної підготовки і досвіду роботи.

Наук. керівн. Семенченко А. В.

Література: 1. Виноградський М. Л. Організація праці менеджера : навч. посібн. для студ. екон. вузів / М. Л. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шапова. – К. : Кондор, 2002. – 518 с. 2. Гавкалова Н. Л. Менеджмент персонала : учебн. пособ. / Гавкалова Н. Л., Маркова Н. С. – 2-е изд. – Х. : ИНЖЭК, 2005. – 304 с. 3. Галаева Е. В. Эффективность системы управления персонала : учебн. пособ. / Е. В. Галаева, В. П. Голенко. – М. : Изд. РЭА, 2003. – 449 с. 4. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу : навч. посібн. / Колот А. М. – К. : КНЕУ, 2007. – 224 с. 5. Маусов Н. К. Управление карьерой персонала в условиях производства / Маусов Н. К., Кулапов М. Н. – М. : Изд. РЭА. 2007. – 366 с. 6. Храмов В. О. Основы управления персоналом : навч.-метод. посібн. / Храмов В. О., Бовтрук А. П. – К. : МАУП, 2001. – 112 с.

УДК 005.952.2

Обуховська К. І.

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

СУТНІСТЬ МАРКЕТИНГУ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Анотація. Розглянуто сутність маркетингу персоналу в системі управління персоналом, взаємозв'язок маркетингу персоналу та конкурентоспроможності персоналу. Визначено фактори маркетингу персоналу.

Аннотация. Рассмотрены сущность маркетинга персонала в системе управления персоналом, взаимосвязь маркетинга персонала и конкурентоспособности персонала. Определены факторы маркетинга персонала.

Annotation. The article examines the essence of marketing personnel in system management, relationship marketing staff and competitive staff. Personnel marketing factors are defined.

Ключові слова: маркетинг персоналу, лояльність персоналу, система управління персоналом, фактори маркетингу персоналу, конкурентоспроможність.

На сьогодняшньому етапі кадрова політика промислових підприємств вимагає принципово нових підходів до управління персоналом. Такі чинники українського ринку праці, як нерівномірність розподілу спеціалістів за галузями, виникнення труднощів залучення персоналу необхідної кваліфікації до роботи на підприємстві, а також загострення конкурентної боротьби серед роботодавців обумовлюють необхідність упровадження системи маркетингу персоналу.

Питання маркетингу персоналу розглядаються в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема А. Кібанова [1], Т. Савенкової [2], Л. Комісарової [3], Л. Калашникова [4], О. Мартиненко [5] та ін.

Метою даного дослідження є визначення сутності поняття маркетингу персоналу, факторів, його ролі в системі управління персоналом.

Кожна організація зацікавлена в залученні висококваліфікованого персоналу. З цієї метою поряд з функцією планування потреби в кадрах, їх забезпечення та використання здійснюється маркетинг персоналу.

Розглянемо детальніше поняття маркетингу персоналу в таблиці.

Семантика поняття "маркетинг персоналу"

Автор	Трактовка поняття
А. Желєзнов [6]	це вид управлінської діяльності, спрямованої на задоволення якісних та кількісних потреб у персоналі організації, одна з основних функцій якої, а також діагностика професійної придатності й ротація передбачають процедуру оцінки трудової діяльності, ділових і особистих якостей співробітників
А. Брас [7]	це певна філософія ставлення до власного персоналу (як існуючого, так і майбутнього) з боку підприємства. Це практична діяльність (функція) служб управління персоналом підприємства з оперативного забезпечення потреб у персоналі на основі дійсної інформації про стан персоналу підприємства й ринку праці
Кібанов А. Я. [1]	це вид управлінської діяльності, спрямованої на довготривале забезпечення організації людськими ресурсами
Р. Вундерер [8]	це філософія і стратегія управління людськими ресурсами, які, орієнтуючись на життєві та трудові запити працівників, одночасно відповідають інтересам політики підприємства, що включає в себе також мету товарного і фінансового маркетингу
Т. Комісарова [3]	вид управлінської діяльності, спрямованої на довгострокове забезпечення організації людськими ресурсами. Ці ресурси утворюють стратегічний потенціал, за допомогою якого можливо вирішення конкретних цільових завдань
Т. Савенкова [2]	вид управлінської діяльності, спрямованої на покриття потреби в персоналі в постійно змінному середовищі; планування і сукупність усіх видів діяльності персоналу; вивчення факторів зовнішнього і внутрішнього ринків, які впливають на вакансію, ймовірність та швидкість її заповнення, умов схвалення кандидатури

Усі розглянуті визначення поняття "маркетинг персоналу" об'єднує те, що автори трактують його як вид управлінської діяльності, направленої на забезпечення організації персоналом.

Персонал є основою функціонування будь-якого підприємства. Саме персонал, будучи невичерпним резервом підвищення ефективності діяльності підприємства, визначає напрями подальшого розвитку та умови формування конкурентних переваг підприємства і є основою формування його стратегічного потенціалу. Таким чином успішна діяльність підприємства значною мірою залежить від можливостей своєчасного формування та ефективного використання персоналу. Усі напрями формування підприємства потребують активної взаємодії підприємства із суб'єктами ринку праці.

Маркетинг персоналу розглядає працівників компанії як "споживачів" робочих місць. Маркетинг персоналу взаємопов'язаний з конкурентоспроможністю підприємства (рис. 1).

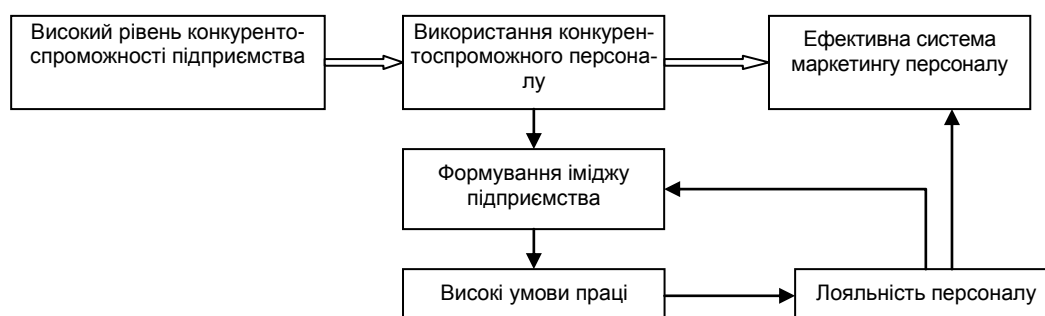


Рис. 1. Взаємозв'язок маркетингу персоналу та конкурентоспроможності підприємства

З рис. 1 видно, що високий рівень конкурентоспроможності підприємства має можливість використовувати конкурентоспроможну робочу силу для створення ефективної системи маркетингу персоналу, сам по собі високий рівень конкурентоспроможності дозволяє формувати позитивний імідж підприємства, а також дає можливість створити нормальні умови праці, гідний рівень мотивації, що є запорукою формування лояльності персоналу до підприємства і формування позитивного іміджу для зовнішніх джерел покриття потреби в персоналі.

Під лояльністю персоналу слід розуміти задоволеність працівників умовами, винагородою, перспективами, кар'єрним ростом, колективом [9].

Маркетинг персоналу включає в себе інструментарій, який має відповідати таким вимогам: орієнтація на загальнофірмову мету та цінності;

направленість на мету конкретної кадрової політики організації;
 відповідність інтересам окремих категорій персоналу організації;
 орієнтація на мотивацію персоналу, виявлення його здібностей, професійна підготовка,
 професійно-кваліфікаційне просування;
 інтегроване і координоване використання персоналу організації;
 готовність до модифікації та безперервного розвитку [10].

Маркетинг персоналу є органічною частиною управління персоналом і включає в себе такі види діяльності:

- 1) аналіз ринку та прогнозування його кон'юнктури;
- 2) утримання відповідності попиту і пропозиції персоналу підприємства;
- 3) взаємозв'язок із зовнішніми джерелами, що забезпечують підприємство кадрами;
- 4) аналіз кадрового потенціалу та рівня його використання;
- 5) формування ринкових стратегій управління персоналом;
- 6) комунікаційна діяльність;
- 7) управління маркетингом кадрового забезпечення [5].

Маркетинг персоналу має такий алгоритм процесу діяльності на підприємстві:

1. Аналіз потреби у персоналі, на якому визначається необхідність збільшення чисельності на підприємстві і залучення нових працівників.
2. Визначення факторів, а саме внутрішніх та зовнішніх, які впливають на забезпечення потреби [10] (рис. 2).



Рис. 2. Фактори маркетингу персоналу

3. Аналіз та вибір джерел забезпечення персоналом – внутрішні (ротація, колишні працівники та ін.) та зовнішні (ЗМІ, ярмарки вакансій, випускники вузів, лізинг персоналу та ін.).

4. Планування та контроль – розробка заходів та оцінка на основі показників.

Для створення контролю маркетингу персоналу на підприємстві потрібно розробити стратегію управління персоналом на засадах маркетингу за допомогою п'яти етапів:

- 1) визначення впливу факторів макро- та мікроринкового середовища ринку праці та підприємства;
- 2) проведення аналізу внутрішнього стану;
- 3) визначення рівня узгодженості поточної стратегії управління персоналом підприємства з метою та стратегією підприємства;
- 4) оцінювання поточного стану управління персоналом на підприємстві;
- 5) розробка стратегії управління персоналом: набір, відбір, навчання, адаптація, стимулювання, мотивація, розвиток та вивільнення персоналу.

Система управління персоналом – система, в якій реалізуються всі функції управління персоналом. Вона має безліч підсистем управління. На думку автора, система управління персоналом підприємства буде більш ефективною при практичному використанні маркетингових підходів, направлених на ефективну діяльність підприємства, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства. Досягти цієї збалансованості можна шляхом формування та запровадження на підприємстві системи маркетингу персоналу.

Отже, маркетинг персоналу починається з визначення та забезпечення потреби і вимог у кваліфікованому й професійному персоналі на підставі досліджень ринку праці, далі маркетинг персоналу створює базу для проведення реклами персоналу, відбору та комплектування кадрів, професійного навчання та оцінки працівників, їх професійного просування. Необхідно зазначити, що управління персоналом на основі маркетингу треба розглядати як процес розробки, реалізації і контролю маркетингових програм у сфері управління персоналом, спрямованих на забезпечення



стабільності і задоволеності колективу підприємства та досягнення на цьому підґрунті довгострокової мети підприємства.

Наук. керівн. Іванова О. Ю.

Література: 1. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 512 с. 2. Савенкова Т. Маркетинг персонала в інноваційно-інвестиційному середовищі / Т. Савенкова // Проблеми теорії й практики управління. – 2006. – № 11. – С. 108–116. 3. Комісарова Т. А. Круглий стіл "Маркетинг персоналу / внутрішній маркетинг як ресурс підвищення ефективності праці в ситуації кризи" [Електронний ресурс] / Т. А. Комісарова. – Режим доступу : <http://www.hse.ru>. 4. Калашникова Л. Маркетинг персоналу / Л. Калашникова // Служба кадрів і персонал. – 2006. – № 8. – С. 63–65. 5. Мартиненко О. Маркетинг персоналу: теоретичний і методичний аспекти / О. Мартиненко // Управління персоналом. – 2007. – № 8. – С. 74–80. 6. Железнов А. Маркетинг персонала. Оценка трудовой деятельности / А. Железнов // Маркетинг. – 2002. – № 2. – С. 53–64. 7. Управление персоналом: от фактов настоящего к возможностям будущего : [учебн. пособ.] / А. Брасс и др. – Мн. : Технопринт, 2002. – 387 с. 8. Вундерер Рольф. Маркетинг персонала – искусство создания благоприятных условий труда / Рольф Вундерер // Проблемы теории и практики управления. – 1992. – № 5. – С. 111–115. 9. Новаторов Э. В. Аудит внутреннего маркетинга методом "важность-исполнение" / Э. В. Новаторов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 3. – С. 40. 10. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посібн. / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с.

Павличенко В. И.

УДК 336.233(477)

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

РАСЧЕТ СРЕДСТВ НА УПЛАТУ ЕДИНОГО ВЗНОСА НА ГОСУДАРСТВЕННОЕ СТРАХОВАНИЕ

Аннотация. Рассмотрено способы расчета средств на уплату единого взноса на государственное страхование, а также выделены преимущества и недостатки введения этой системы.

Анотація. Розглянуто способи розрахунку коштів на сплату єдиного внеску на державне страхування, а також виділено переваги та недоліки впровадження цієї системи.

Annotation. The methods of calculating the funds to pay a single fee for state insurance, as well as the advantages and disadvantages of introducing this system are highlighted.

Ключевые слова: единый социальный взнос, государственное страхование, ставка единого взноса.

Норма уплаты единого взноса на сегодняшний день действует в большинстве стран Евросоюза и является важным вопросом для нашей страны. Актуальность данной темы обусловлена тем, что единый социальный взнос занимает особое место в украинской налоговой системе. Целью исследования является выявление преимуществ и недостатков введения единого взноса на государственное страхование на территории Украины.

Следует отметить, что единый взнос на общеобязательное страхование (далее единый взнос) – это консолидированный страховой взнос, сбор которого осуществляется в систему общеобязательного государственного социального страхования в обязательном порядке и на регулярной основе с целью обеспечения защиты в случаях, предусмотренных законодательством, прав застрахованных лиц и членов их семей на получение страховых выплат (услуг) по действующим видам общеобязательного государственного социального страхования [1].

Таким образом, произошло введение единого взноса вместо страховых взносов, которые ранее платились в 4 фонда социального страхования: Пенсионный фонд, Фонд общеобязательного государственного социального страхования на случай безработицы, Фонд социального страхования от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, а также Фонд социального страхования по временной утере трудоспособности. Сегодня у всех четырех фондов общеобязательного государственного социального страхования разные формы отчетности и сроки

© Павличенко В. И., 2012

их предоставления. Основная задача взноса – объединить дублирующие функции, поставить на учет плательщика, сформировать и ввести единый реестр.

Функции учета плательщиков единого социального взноса (ЕСВ), обеспечения сбора и ведения учета страховых средств, контроля за полнотой и своевременностью их уплаты, ведения Государственного реестра общеобязательного государственного социального страхования возложены на органы Пенсионного фонда.

Размер ЕСВ зависит от основного вида экономической деятельности работодателей и определяется по классам профессионального риска производства от 36,76 до 49,7 %, а также пропорции его распределения между фондами. Выделены и отдельные ставки, например для бюджетных учреждений ставка единого социального взноса установлена в размере 36,3 %, для наемных работников-инвалидов – 8,41 % [2].

ЕСВ считается (для работодателей) от суммы начисленной зарплаты по видам выплат, включающих в себя основную и дополнительную зарплату, другие поощрительные и компенсационные выплаты, в том числе и в натуральной форме.

Предприниматели (кроме тех, кто работает по упрощенной системе налогообложения и лиц, обеспечивающих себя работой самостоятельно, занимаясь независимой профессиональной деятельностью – научной, литературной, артистической, художественной, образовательной, преподавательской, а также медицинской, юридической практикой, в том числе адвокатской и нотариальной, а также религиозной (миссионерской) – и получают от этой работы доход) вносят ЕСВ в размере 34,7 % суммы дохода (прибыли), полученного от деятельности, подлежащей налогообложению на доходы физлиц [2]. При этом сумма ЕСВ также не может быть меньше размера страхового взноса за месяц, в котором была получена прибыль.

Ставки единого взноса складываются из действовавших до 2010 года ставок начисления взносов во все фонды соцстрахования. К примеру, размер единого взноса с заработной платы наемных работников сохранился в ранее существовавших пределах – 3,6 % заработной платы (2 % – в Пенсионный фонд, 0,6 % – в Фонд социального страхования на случай безработицы, 1 % – в Фонд социального страхования по временной утрате трудоспособности) [1].

По мнению автора, существование системы единого социального взноса имеет как позитивные, так и негативные стороны проявления, что представлено в таблице.

Таблица

Преимущества и недостатки введения единого взноса в Украине

Преимущества единого взноса	Недостатки единого взноса
Формирование и ведение единого реестра плательщиков	Отсутствие должного контроля над Пенсионным фондом
Сокращение количества проверок относительно правильности начисления ЕСВ	Увеличение нагрузки на предпринимателей – плательщиков единого налога
Экономия времени и затрат на уплату социальных взносов	Возможность возникновения случаев несвоевременной выплаты больничных и пособий по безработице
Регистрация плательщиков взноса осуществляется только в Пенсионном фонде	Применение не только административной, но и уголовной ответственности предпринимателя за несвоевременную уплату взноса или не в полном объеме
Оптимизация использования государственных средств	Пенсионеры и инвалиды, которые ведут предпринимательскую деятельность, также обязаны платить полностью единый социальный взнос

Таким образом, следует отметить, что единый взнос объединил взносы в Пенсионный фонд и в другие фонды общеобязательного государственного социального страхования в одну величину.

По мнению автора, объединение социальных взносов упростит их администрирование, как для государства, так и для бизнеса в частности. При этом также сократятся затраты самих плательщиков, что позволит им сдавать один отчет вместо четырех, регистрироваться только в одном фонде и только один фонд будет осуществлять проверки по вопросам уплаты единого социального взноса – Пенсионный фонд Украины.

Следует отметить, что наряду с преимуществами есть и недостатки такой системы, а именно значительно увеличится нагрузка на предпринимателей – плательщиков единого налога. Сроки уплаты единого социального взноса предусмотрены такие же, как для уплаты страховых взносов в Пенсионный фонд сегодня. То есть единый социальный взнос должен будет уплачиваться работодателями не позднее 20 числа месяца, следующего за отчетным. Кроме того, работодатели должны уплачивать единый социальный взнос при каждой выплате заработной платы.

Интересным фактором данной системы является то, что пенсионеры и инвалиды, которые ведут предпринимательскую деятельность или занимаются независимой однозначно профессиональной деятельностью, также обязаны добросовестно платить полностью единый социальный взнос.

Таким образом, по мнению автора, введение системы единого социального взноса на территории Украины имеет полностью благие намерения, что имеет ряд существенных недостатков, которые можно устранить введением дополнительных законопроектных.

Таким образом, можно сказать, что единый взнос на общеобязательное государственное социальное страхование – это взнос по всем видам общеобязательного государственного социального страхования, а именно: взносы в Пенсионный фонд, Фонд социального страхования на случай безработицы, Фонд социального страхования по временной утрате трудоспособности и



Фонд социального страхования от несчастного случая на производстве и профессионального заболевания объединяются в один – единый социальный взнос.

Ввод единого социального взноса приблизил Украину на шаг к тому, чтобы перейти на европейские стандарты. ЕСВ позволило упростить взаимодействие плательщиков с фондами социального страхования. Это же коснется и административных расходов работодателей на оформление платежей, подготовку и подачу отчетности, которые существенно сократятся.

Научным результатом данного исследования является систематизация преимуществ и недостатков введения в действие единого социального взноса в Украине.

Научн. рук. Мишина С. В.

Литература: 1. О сборе и учете единого взноса на общеобязательное государственное страхование : Закон Украины № 2464-VI // Ведомости Верховной Рады. – № 8. – Ст. 3. 2. <http://pfu.gov.ua>.

Ющенко Р. О.

УДК 331.36

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОГО НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ВИРОБНИЦТВІ

Анотація. Розглянуто проблеми, які гальмують розвиток професійного навчання персоналу на виробництві, запропоновано комплекс заходів для підвищення ефективності системи професійного навчання.

Аннотация. Рассмотрены проблемы, которые негативно влияют на развитие профессионального обучения кадров на производстве, предложен комплекс мер по повышению эффективности системы профессионального обучения.

Annotation. The problems that adversely affect the development of professional training of personnel in industry are regarded, a package of measures to improve the efficiency of vocational training is proposed.

Ключові слова: персонал, розвиток персоналу, професійне навчання персоналу, професійний розвиток.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин основою стабільної та ефективної роботи кожного підприємства є наявність персоналу, який здатний і готовий працювати, а також володіє високим рівнем професіоналізму, тобто людський чинник є головним фактором виробництва, а витрати на підвищення кваліфікації персоналу вважаються необхідними й ефективними інвестиціями підприємства. Зростання кадрового потенціалу досягається лише за умов його постійного розвитку, тобто завдяки професійному навчанню.

Професійне навчання є процесом цілеспрямованого формування у працівників спеціальних знань, а також розвиток необхідних навичок і умінь, які дозволяють підвищувати продуктивність праці, максимально якісно виконувати функціональні обов'язки, освоювати нові види діяльності з метою досягнення стратегічних цілей підприємства [1].

Актуальність дослідження професійної освіти і підготовки персоналу зумовлена негативними тенденціями, що склалися на багатьох підприємствах України, а саме: відсутність цілеспрямованої державної стратегії і політики у сфері професійної підготовки кадрів з урахуванням галузевої специфіки підприємств з метою забезпечення високої конкурентоспроможності національної робочої сили; незацікавленість та фінансова неспроможність роботодавців забезпечувати професійну підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації своїх працівників, а також низький рівень стимулювання професійного розвитку.

Метою дослідження є розробка рекомендацій щодо напрямів підвищення ефективності професійного навчання персоналу на виробництві в сучасних умовах розвитку економіки України.

Різними аспектами питання професійного розвитку персоналу і розвитку системи професійної освіти приділяли увагу багато зарубіжних, так і вітчизняних учених: В. Брокбенк, Д. Парсон, Дж. Гре-хем, П. Друкер, С. Аржиріс, В. Савченко, Г. Щекін, Д. Богиня, І. Бондар, М. Семикіна, О. Левченко, Л. Щербак, М. Дрозач та ін.

© Ющенко Р. О., 2012

Традиційна модель організації професійного навчання зазвичай складається з трьох стадій: планування, реалізації та оцінки. Системність безперервного навчання реалізується у наявності зворотного зв'язку в даному процесі, тобто це означає, що результати останнього етапу аналізуються і враховуються на першому.

При організації навчання здійснюється:

1. Виявлення потреби у навчанні працівників за допомогою аналізу і зіставлення знань, умінь і навичок, якими володіє персонал, а також які необхідні для здійснення мети підприємства.

2. Розробка плану навчання, яка включає наступні дії: складання програми навчання, зміст якої визначається метою, що відображає потреби в професійному навчанні працівників, а також характеристиками потенційних учнів; вибір викладачів, тобто своїх або запрошених зі сторони; вибір методів і форм навчання, аналізуючи переваги і витрати; визначення термінів навчання; розробка критеріїв оцінки ефективності навчання; розподіл витрат на навчання. Підсумком планування є готовий, затверджений вищим керівництвом детальний план навчання працівників підприємства.

3. Реалізація плану навчання, яка передбачає безпосередню підготовку, організацію і проведення навчання. Особливістю цього етапу є виявлення недоліків наявних планів, що при системній роботі дозволить уникнути проблем у майбутньому.

4. Оцінювання ефективності навчання. Основне завдання оцінки – зрозуміти, чи повною мірою працівники використовують знання і навички, які вони отримали в результаті навчання [2].

Міжнародний досвід професійного навчання персоналу наведено в таблиці [3 – 5].

Таблиця

Міжнародний досвід щодо навчання кадрів на виробництві

Країна	Досвід навчання кадрів на виробництві
1	2
Болгарія	<p>Національне агентство професійної освіти і навчання здійснює ліцензування та контроль освітньої діяльності, координує діяльність інституцій, котрі мають відношення до професійної орієнтації, освіти і навчання, бере участь у розробленні списків професій для професійної освіти й державних вимог щодо отримання кваліфікації за професією. Існують експертні комісії за галузевими напрямками (транспорту, машинобудування, туризму тощо). Підприємства, що навчають персонал на робочих місцях, не ліцензуються. Роботодавці мають можливість звертатися із аргументованою заявою в місцеві відділення Національного агентства із працевлаштування про виділення їм субсидій, зокрема для здійснення навчання найманих працівників. Держава фінансово підтримує професійне навчання працівників, які працюють на малих і середніх підприємствах понад три місяці (їх майже 90 %), і персоналу підприємств, на яких змінилися вимоги до професійної кваліфікації робочої сили у зв'язку зі змінами виробництва. У країні на законодавчому рівні вирішено питання щодо державної реєстрації трудових договорів між роботодавцями і працівниками, в яких, поряд з іншими пунктами, можуть обумовлюватися умови і необхідність професійного навчання конкретної особи.</p> <p>Законодавчо передбачено підтвердження особою, яка не має відповідних документів про кваліфікацію, знань, умінь і навичок з професії на підставі наявного досвіду. З цієї метою діють незалежні кваліфікаційні комісії. Програма "Розвиток трудових ресурсів" реалізується в Болгарії за сприяння Європейського Союзу (ЄС), фінансовий внесок якого становить 22 %</p>
Іспанія	<p>Державна політика спрямована на сприяння підвищенню ефективності професійної освіти і навчання на регіональному рівні, узгодження її з потребами розвитку економіки в автономіях. Тут створено Національний інститут кваліфікацій, який аналізує стан ринку праці, а отримані дані використовує під час розроблення професійних кваліфікацій, забезпечує їх апробацію, здійснює методологічні дослідження чинних професійних кваліфікацій тощо. Цікавим, зокрема, є рішення щодо створення державного резервного фонду, який через Національний інститут працевлаштування фінансує навчання зайнятих працівників з особливо важливих професій, яких потребують певні галузі економіки (наприклад, вугільна, медична, енергетична). Для підприємств, що навчають свій персонал, діє система пільг і бонусів</p>
Нідерланди	<p>Професійне навчання Нідерландів базується на кваліфікаційно-сертифікаційній структурі, основу якої складають компетенції. Методика навчання зорієнтована на самостійну роботу. У професійному навчанні Нідерландів важливу роль грають три суб'єкти: 1) соціальні партнери і бізнес-партнери, що становлять інтереси роботодавців; 2) центри знань підприємств, установ та організацій, що відповідають за розробку й оновлення кваліфікаційної структури на основі компетенцій; 3) навчальні заклади і центри підготовки, що відповідають за організацію, планування і реалізацію освітніх програм, привласнення кваліфікації та видачу документів про професійну освіту. Позитивним виявився досвід об'єднання професійних шкіл різних профілів. Це дало можливість укріпити навчальну базу, почати процес упровадження новітніх, інтерактивних методик викладання. Роботодавці розвертають широкомасштабну роботу профорієнтації зі школярами, їх батьками. Проводиться робота щодо стимулювання вибору молодими людьми гостро дефіцитних робочих професій</p>

1	2
Данія	Навчання дорослих – окрема система у складі освіти, регульована законом про навчання дорослих, дає можливість дорослому населенню підвищити свій професійний і освітній рівень, зокрема отримати вищу освіту. За ініціативою роботодавців створено 12 комітетів із галузей економіки, які, виходячи зі змін, що відбуваються в промисловості, висувають вимоги до зміни змісту навчання, розглядають і погоджують розроблену навчальними закладами навчально-планову документацію. На основі положень колективних трудових угод, укладених між урядом, роботодавцями і профспілками, створені фонди сприяння навчанню, функціонуюча за рахунок відрахувань роботодавців, професійних союзів і урядових субсидій

Зарубіжний досвід свідчить про те, що органи державної влади повинні контролювати інвестиції на розвиток системи професійного навчання персоналу.

В Україні існує низка проблем, які пов'язані з навчанням, підготовкою, перепідготовкою персоналу, головною проблемою виступає матеріальне забезпечення як з боку держави, так і з боку самих підприємств.

Важливим напрямом розвитку такого навчання має бути стимулювання роботодавців з боку держави до збільшення розміру витрат на організацію професійного навчання. Також актуальним напрямом розвитку професійного навчання персоналу на виробництві є впровадження сучасних інноваційних методик навчання. Нагромаджені людством обсяги знань постійно зростають, у різних сферах діяльності впроваджуються інноваційні технології, підвищують гнучкість зайнятості населення, що має виявитися у зміні існуючих методик професійного навчання. Одним із таких методів інноваційного навчання є модульне навчання, концепція якого реалізується в Україні з 1997 року у відповідності з впровадженням міжнародного проекту ООН та МОП. Необхідність реалізації модульного професійного навчання пов'язана із сучасними процесами, які відбуваються на ринку праці та на ринку освітніх послуг [6]. Насамперед необхідним є відновлення трудових навичок кваліфікованих кадрів, у тому числі безробітних. Ефективна професійна підготовка відповідно до вимог сучасного ринку праці, підвищення конкурентоспроможності робочої сили та ефективності системи професійної підготовки в цілому, що має ґрунтуватися на "факторі компетентності", забезпечення умов для безперервної професійної освіти, забезпечення розвитку професійного навчання кадрів на виробництві.

Іншою проблемою, що гальмує не тільки розвиток системи професійного навчання кадрів на виробництві, але й особистий розвиток працівників, є недостатня їх мотивація, що негативно впливає як на конкурентоспроможність окремого працівника, так і підприємства в цілому. Працівники мало зацікавлені вкладати кошти у свою професійну підготовку через відсутність для цього достатніх стимулів, йдеться про низький рівень заробітної плати. Крім того, загальновідомо, що вищий рівень професійної майстерності не завжди супроводжується підвищенням рівня заробітної плати [7].

Дослідження основних проблем в Україні щодо розвитку професійного навчання персоналу на виробництві дозволило автору зробити наступні висновки:

- 1) обмеження з боку держави розміру виплат на проведення професійного навчання, які включаються до валових затрат підприємства;
- 2) складна, тривала і витратна процедура отримання дозволів на проведення навчання кадрів на виробництві;
- 3) недостатня зацікавленість роботодавців вкладати кошти у професійне навчання через відсутність механізму їх повернення у разі звільнення працівника;
- 4) незацікавленість працівників вкладати кошти у свою професійну підготовку через відсутність достатніх матеріальних стимулів (низький рівень оплати праці);
- 5) недостатній рівень використання сучасних технологій професійного навчання.

Зважаючи на зазначені проблеми, а також враховуючи існуючий соціально-економічний стан України, у тому числі стан професійної підготовки у професійно-технічних та вищих навчальних закладах, диспропорції на ринку праці, безробіття, нині вкрай важливо розробити ефективний механізм організації системи професійного навчання кадрів на виробництві.

Таким чином, існує ціла низка проблем розвитку системи професійного навчання персоналу на виробництві, для вирішення яких потрібне значне матеріальне забезпечення з боку держави, а також якісної системи підготовки з боку підприємства, забезпечення мотивації робітників до вкладання коштів у власну професійну підготовку шляхом проведення ефективної державної політики у сфері оплати праці, забезпечення реалізації інноваційних методів професійного навчання.

Наук. керівн. Доровської О. Ф.

Література: 1. Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посібн. / Г. Т. Завіновська. – К. : КНЕУ, 2003. – 300 с. 2. Адаменко Е. Професиональное обучение персонала / Е. Адаменко // Менеджер по персоналу. – 2006. – № 11. – С. 58–62. 3. Синенко Н. Об организации профессионального обучения в Нидерландах и Дании / Н. Синенко // Справочник кадровика. – 2007. – № 7. – С. 100–103. 4. Щербак Л. З досвіду правового регулювання професійної освіти та навчання кадрів на виробництві в Республіці Болгарія / Л. Щербак // Справочник кадровика. – 2006. – № 8. – С. 91–93. 5. Щербак Л. Професійна освіта і навчання кадрів на виробництві в Іспанії / Л. Щербак // Справочник кадровика. – 2006. – № 5. – С. 88–90. 6. Носырева И. Г. Современные формы и методы обучения персонала / И. Г. Носырева // Управление развитием персонала. – 2006. – № 1. – С. 2–13. 7. Синенко Н. Состояние профессионального обучения кадров на производстве / Н. Синенко // Справочник кадровика. – 2010. – № 9. – С. 68–77. 8. Заюков І. Проблеми та перспективи розвитку в Україні професійного навчання кадрів на виробництві / І. Заюков // Економіка України. – 2009. – № 6. – С. 80–86.

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ КАДРОВОГО КОНСАЛТИНГУ В УКРАЇНІ

Анотація. Розглянуто особливості розвитку кадрового консалтингу на вітчизняних підприємствах. Визначено види консалтингу та подано їх характеристику.

Аннотация. Рассмотрены особенности развития кадрового консалтинга на отечественных предприятиях. Определены виды консалтинга и подана их характеристика.

Annotation. The features of the development of consulting on domestic enterprises are considered. The types of consulting are identified and their characteristics are given.

Ключові слова: кадровий консалтинг, управління персоналом, особливості кадрового консалтингу.

На сьогодні значення управлінського фактора у світовій економіці значно зросло, що зумовило значний розвиток кадрового консалтингу та трансформувало його в глобальну індустрію. Промислові підприємства-лідери та фінансові інститути у світі щорічно виділяють кошти на залучення зовнішніх консультантів. Спостерігається також тенденція звертання вищих державних чиновників до послуг незалежних консультативних агенцій, що таким чином показує значущість останніх у формуванні державної економічної політики.

Вітчизняна практика консалтингу активно інтегрується в глобальний ринок, нарощує професіоналізм кадрів, розширює кількість операторів, збільшує спектр послуг, проводить навчання спеціалістів у сфері консультування. На сьогоднішній день ринок консалтингових послуг в Україні знаходиться на стадії зародження специфіки відносин його суб'єктів, враховуючи особливості менталітету українського бізнесу. Причому основним вектором його розвитку залишається якість послуг.

Дослідження розвитку кадрового консалтингу, формування цінової політики, виявлення перспектив зростання консультативних агенцій є надзвичайно актуальним. Сьогодні диктує такі вимоги, що конкурентні переваги забезпечуються використанням не тільки матеріальних ресурсів, але й залученням інтелектуального капіталу, що формує активи консалтингового бізнесу.

Теоретичні та практичні аспекти специфіки консалтингової діяльності представлені в роботах таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як Г. Бутирін, В. Верба, М. Кубр, Г. Ліппіт, К. Макхем, А. Посадський, Ю. Чернов, Т. Шеремет. Спираючись на специфіку досліджень у галузі HR-консалтингу, особливу увагу привертають праці М. Армстронга, М. Глазова, О. Грішньої, А. Кібанова, Р. Колосова, Н. Корнеліуса, Г. Назарової, Ю. Одегова, Д. Торрінгтона тощо.

Метою даного дослідження є розгляд особливостей розвитку кадрового консалтингу в Україні.

Об'єктом дослідження є консалтингова діяльність з управління персоналом.

Предметом дослідження є практичні аспекти здійснення консалтингової діяльності з управління персоналом на українських підприємствах.

Найбільшим попитом сьогодні серед українських підприємств користується управлінський консалтинг (або менеджмент-консалтинг).

Згідно з міжнародною класифікацією виділяють чотири основні групи управлінського консалтингу:

1. Стратегічний консалтинг.
2. Операційний управлінський консалтинг.
3. HR-консалтинг, тренінги і навчання.
4. IT-консалтинг.

Стратегічний консалтинг – це планування діяльності підприємства в середньо- і довгостроковій перспективі. Стратегічний консалтинг є базовим видом управлінського консалтингу, адже саме він визначає основну мету підприємства, засоби та умови досягнення поставленої мети, описує економічну бізнес-модель господарюючого суб'єкта, її переваги та недоліки в порівнянні з основними конкурентами.

У ході стратегічного консалтингу здійснюється аналіз глобального і регіонального ринків сировини й готової продукції, аналіз конкурентів, динаміки виробництва та споживання, розглядається еволюція технологій, будується ефективна бізнес-модель. У поняття "розробка стратегії" можна також включити створення і просування нового продукту, реструктуризацію, диверсифікацію діяльності, фінансову стратегію, маркетингову стратегію, організаційну або технологічну стратегію [1].



В Україні інтерес до стратегічного консалтингу динамічно зростає, проте спектр компаній-клієнтів поки що обмежується великим і частково середнім бізнесом і галузями, в яких присутня жорстка конкуренція. Крім того, в умовах нестабільності вітчизняної економіки та нерегульованості правового поля стратегії розробляються переважно в середньостроковому проміжку часу [2].

Операційний управлінський консалтинг – це побудова ефективної системи управління, в ході якої упорядковується документообіг та інформаційний обмін між підрозділами підприємства, що консультується, створюються оптимальні системи мотивації та розподілення функцій, повноважень і відповідальності між працівниками.

ІТ-консалтинг – це комплекс послуг у сфері інформаційних технологій. У першу чергу до них необхідно віднести розробку та впровадження автоматизованих систем управління підприємством, системну інтеграцію, проектування і установку комп'ютерних мереж (включаючи обчислювальні системи, локальні мережі, системи телекомунікацій).

HR-консалтинг користується особливою популярністю серед вітчизняних підприємств. Діяльність суб'єктів господарювання, що спеціалізуються на наданні консалтингових послуг у сфері підбору і управління персоналом, спрямована на підвищення ефективності менеджменту, поліпшення взаємодії і взаємин між співробітниками, створення згуртованих команд (team-building), побудову корпоративної культури, поліпшення системи взаємин з клієнтами, розробку програм підвищення кваліфікації, створення творчої атмосфери.

HR-консалтингові послуги можуть використовуватися на різних етапах розвитку підприємства: зародження й становлення, реорганізації та нововведень, а також кризового стану [2].

Останнім часом в Україні істотно підвищився попит на тренінгові послуги. Пропозиція формує попит, внаслідок чого різко збільшується кількість навчальних господарських суб'єктів. Саме тому більшість консалтингових підприємств включили навчання та тренінги в список послуг, що надаються. У той же час якість послуг часто залишається на невисокому рівні у зв'язку з відсутністю достатнього досвіду із впровадження, адаптації і використання передових навчальних методик. Великою популярністю тренінги користуються в комбінації з експертним або ж процесним консультуванням (наприклад, навчальні програми при постановці бюджетування, впровадженні систем автоматизації, реінжинірингу бізнес-процесів). Проте часто спостерігаються ситуації, коли господарський суб'єкт, який займався виключно тренінгами, починає надавати інші послуги зі сфери консалтингу. При такій "диверсифікації" діяльності рівень професіоналізму зазвичай не відповідає заявленим компетенціям [3].

На українському ринку функціонують HR-консалтингові агенції, що спеціалізуються на певному виді послуг, наприклад тільки рекрутинг або тільки навчання (організація й проведення тренінгів). Інша частина підприємств пропонує пакет HR-послуг і може виконувати комплексні проекти.

На сьогодні ринок HR-консалтингу в Україні представлений великою кількістю підприємств: це як великі міжнародні розгалужені підприємства, так і суб'єкти господарювання з українськими інвестиціями.

Необхідно зазначити, що від сторонніх підприємств (провайдерів послуг) слід очікувати більш гнучких рішень, враховуючи їх різноманітний досвід та широкі можливості. Крім того, від них можна вимагати більш якісного виконання робіт, ніж від внутрішніх підрозділів. Залучений до роботи господарський суб'єкт повинен бути експертом у сфері консультування, мати великий професійний досвід. Тільки за таких умов його послуги користуватимуться попитом [4].

Серед клієнтів консалтингових підприємств України переважають підприємства середнього і великого бізнесу. Послуги кадрового консалтингу найбільш затребувані в таких секторах національної економіки, як енергетика, нафтогазова галузь, важка промисловість, торгівля, харчова промисловість, машинобудування, телекомунікації, банки. При цьому зростання інтересу до консалтингового супроводу бізнесу в будь-якій з галузей пов'язане, в першу чергу, зі зростанням конкуренції. Так останніми роками стрімко розвивається конкурентна боротьба у сфері торгівлі. Це примушує менеджерів торгових підприємств залучати фахівців у сфері HR-консалтингу (для проведення тренінгів з персоналом), а також ІТ-консалтингу [5].

Ринок консультаційних послуг в Україні характеризується як ринок ідеальної конкуренції: на ньому постійно з'являються нові господарські суб'єкти, які пропонують консультації у сфері менеджмент-консалтингу.

На сьогодні представники сфери бізнесу надають перевагу комплексу послуг, які пропонує кадровий консалтинг, адже набагато вигідніше покращити одразу декілька напрямів діяльності підприємства, ніж вдосконалювати тільки систему мотивації, оцінки персоналу.

Існує безліч проблем, пов'язаних з роботою підприємств, що надають консультації, в Україні. По-перше, відсутність чіткої класифікації послуг, які надаються цими підприємствами, по-друге, непрофесіоналізм консультантів, по-третє, відсутність єдиних тарифів при встановленні ціни на послуги, по-четверте, недосконалість нормативно-правової бази, яка регулює консалтингову діяльність.

Серед позитивних сторін розвитку кадрового консалтингу можна відокремити збільшення кількості пропонованих послуг, підвищення рівня відповідальності за проекти, покращення якості консультацій, підвищення попиту на даний вид послуг, розширення кола клієнтів, збільшення обсягу замовлень.

За останнє десятиліття в Україні були реалізовані проекти з розвитку підприємництва, підтримки та реструктуризації підприємства. Усі вони стимулюють розвиток консалтингової діяльності в державі. Регулярно проводяться конференції, що безпосередньо стосуються консультаційних послуг. Також в Україні створено Державний комітет України з питань розвитку підприємництва, Нау-

ково-експертну раду при Фонді держмайна України, Національне агентство розвитку, Український центр реструктуризації і розвитку приватного сектору та інші, що мають свій штат консультантів, а також залучають незалежних консультантів для здійснення різноманітних програм і проектів. Тобто на сьогоднішній день у державі кадровий консалтинг не тільки підтримується державними організаціями, але й розвивається як повноцінна галузь національної економіки.

Наук. керівн. Маркова Н. С.

Література: 1. Шохов А. С. Современные подходы к стратегическому консалтингу [Электронный ресурс] / А. С. Шохов. – Режим доступа : <http://strategicheskiiy konsaltig.html>. 2. Брінцева О. Г. Развитие консалтинговых услуг з управління персоналом в Україні / О. Г. Брінцева : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів та студентів. – К. : Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, 2009. – С. 13–14. 3. Брінцева О. Г. Оцінка ефективності консалтингової діяльності з управління персоналом в регіонах / О. Г. Брінцева. – Х. : НТУ "ХПИ", 2010. – № 6. – С. 112–124. 4. Арефьева Н. Кадровый консалтинг – что это? [Электронный ресурс] / Н. Арефьева. – Режим доступа : www.aup.ru. 5. Тучік Т. Косалтинг по-українськи / Т. Тучік // Фінансовий директор. – 2008. – № 3. – С. 23–25.

УДК 332.624

Мєзєнцева Н. Ю.

Сергієнко В. О.

Студенти 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ "ОЦІНКА НЕРУХОМОСТІ" ТА ВИБІР МЕТОДІВ ОЦІНКИ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ НЕРУХОМОСТІ

Анотація. Вдосконалено поняття "оцінка нерухомості". Проведено аналіз методів оцінки ринкової вартості нерухомості, тобто методу витрат, порівняльного методу, доходного методу. Надано алгоритм вибору оптимального підходу в оцінці нерухомості.

Аннотация. Усовершенствованно понятие "оценка недвижимости". Проведен анализ методов оценки рыночной стоимости недвижимости, в частности метода расходов, метода аналогов продаж, доходного метода. Приведен алгоритм выбора оптимального подхода при оценке недвижимости.

Annotation. The paper advanced the concept of "assessment of the property." The methods to assess the market value of real estate, in particular, the method of cost, of analogues sales, the income method were analysed. An algorithm for selecting the optimal approach to real estate appraisals was proposed.

Ключові слова: оцінка, вартість, нерухомість, методи.

Актуальністю теми є вибір оптимального методу оцінки нерухомості, що і зараз залишається однією з актуальних проблем, які продовжують досліджуватися та мають важливе значення для оцінювачів.

Процеси функціонування ринку нерухомості постійно перебувають у центрі уваги науковців. Серед вітчизняних авторів, праці яких присвячено зазначеним питанням, слід назвати І. Геллера, О. Гриценко, Т. Качалу, О. Євтух, О. Кащенко, А. Монченкова, В. Назарову, В. Прорвича, А. Третьяка. Серед зарубіжних праць слід звернути увагу на теоретико-методологічні дослідження Дж. К. Еккерта, Дж. Фрідмана, Н. Ордуєя, Г. Харісона, Л. Бєлих, С. Максимова, Г. Стерніка, Балабанова І. Т., Е. Тарасевича, М. Федотової та ін.

Основною метою дослідження є удосконалення поняття "оцінка нерухомості" та проведення аналізу існуючої методики оцінки ринкової вартості нерухомості.

Відповідно до мети поставлені такі основні завдання:

висвітлити сутність поняття "оцінка нерухомості";

провести аналіз методології оцінювання ринкової вартості нерухомості;

вдосконалити процес вибору оптимального методу оцінки ринкової вартості.

© Мєзєнцева Н. Ю., Сергієнко В. О., 2012



Об'єктом дослідження є теоретичні основи поняття "оцінки нерухомості" та методи оцінки ринкової вартості нерухомості.

Предмет дослідження – це процес вибору методу оцінки ринкової вартості нерухомості.

Результати дослідження полягають у тому, що термінологія, як відомо, є базовою складовою кожної науки. Сукупність термінів певної галузі знань (термінологія) формує її словесне забезпечення і становить передумову її подальшого розвитку.

Визначення термінів сприяє розвитку науки, оскільки вони є найважливішими факторами у досягненні взаєморозуміння. З приводу цього відомий французький письменник і філософ Франсуа Вольтер писав: "Розпочинаючи дискусію на будь-яку тему, не забувайте визначити термінологію, яка в подальшому буде використовуватися".

Усе наведене прямо стосується оцінної діяльності та теоретичної бази, що забезпечує її проведення – сфери діяльності, що має важливе значення в сучасному ринковому середовищі. З огляду на це розглянемо поняття "оцінка нерухомого майна" та пов'язані з ним терміни.

Великий тлумачний словник української мови дає таке визначення оцінки: "визначення якості, цінності кого-, чого-небудь..." [1]. Таким чином, оцінку в загальному розумінні можна охарактеризувати як процес визначення цінності.

У межах ринку для кількісного вимірювання цінності будь-якого блага використовують поняття "вартість".

Професор О. Гриценко з цього приводу дає методологічне визначення вартості: "...вартість є те, на основі чого здійснюється вибір. Це критерій для надання переваги. Якщо такою підставою виступає корисність, то зміст вартості визначається через корисність благ, а якщо затрати праці – то, відповідно, саме вони і визначають цей зміст" [2, с. 47].

В оцінній діяльності в основу визначення вартості покладено усереднену цінність конкретного блага для покупців і продавців на конкретному ринку. Так, у Міжнародних стандартах оцінки (МСО) закріплено такий погляд на природу вартості: "Вартість є економічним поняттям, що встановлює взаємовідносини між товарами і послугами, що доступні для придбання, з одного боку, і тими, хто їх купує чи продає, – з іншого. Вартість є не історичним фактом, а оцінкою цінності конкретних товарів чи послуг в конкретний момент часу відповідно до вибраних понять вартості. Економічне поняття вартості виражає ринковий погляд на вигоду, яку має власник даного товару чи клієнт, якому надають дану послугу на момент оцінки вартості" [3].

В основу поглядів на вартість покладені погляди щодо цінності блага покупців і продавців, що взаємодіють на ринку. Таким чином, має існувати деякий інструмент, який створив би можливість виміру вартості.

Так, при розгляді будь-якого предмета (явища) ми схильні характеризувати його словами, які відображають його з якихось сторін. Як критерій, за яким характеризується цей предмет (явище), можуть виступати різні поняття (еталони).

Очевидно, що одним із таких еталонів може бути універсальний інструмент, який мусить задовольняти певні об'єктивні вимоги суб'єктів ринку [4]. Такі вимоги, як наведено в роботах Євтуха О. О., повинні бути:

1) значимість. Поняття має характеризувати явище (предмет) з такого боку, щоб ця характеристика давала можливість отримати про предмет більше інформації, необхідної для практичної діяльності;

2) точність характеристики. Поняття має допускати однозначну оцінку. Так, неприйнятними як еталон є поняття, що можуть допускати різні характеристики предмета (явища) залежно від обставин чи інтересів якихось сторін;

3) зрозумілість. Поняття, що використовується як еталон, має легко передаватися і розумітися іншими людьми. Так, недоцільно застосовувати еталони, важкодоступні для розуміння, ті, що вимагають спеціальних знань (наприклад, технічні характеристики), чи ті, що є важкими у використанні (вимагають проведення трудомісткого аналізу, розрахунків та ін.).

Загальновизнаним еталоном, на який орієнтуються всі суб'єкти ринку, стали гроші, які визнаються всіма членами суспільства, що забезпечує їх абсолютну ліквідність. Тому гроші використовують як універсальний інструмент для виміру вартості.

Таким чином, вартість в оцінній діяльності необхідно розглядати як цінність товару, що виражена в грошах. Залежно від фінансових умов, мотивів чи особливих інтересів покупця ціна, сплачена за товари чи послуги, може не відповідати вартості, що приписується цим товарам чи послугам іншими людьми. Але ціна в принципі є індикатором відносної вартості, що приписується товарам чи послугам конкретним покупцем та/чи конкретним продавцем при конкретних умовах. Відповідно "ціна" є терміном, що позначає грошову суму, що вимагається, пропонується чи буде сплачена за деякий товар або послугу. Вона є історичним фактом, тобто стосується до визначеного моменту часу та місця, незалежно від того, чи була вона оголошена відкрито, чи залишилась у "таємниці". Таким чином, на відміну від вартості ціна стосується окремої угоди. Вона становить категорію, що відображає факт, який реально відбувся, тобто результат угоди.

Легкість проведення числових операцій, однозначність числової оцінки дають можливість легкого освоєння операцій з грошима, забезпечують точність операцій. Тому сутність оцінки в економіці полягає у грошовому вимірі вартості майна, майнових прав. Але, незважаючи на універсальність грошей, при вимірі вартості можуть виникати певні труднощі. Це стосується, перш за все, оцінки вартості основного капіталу і, особливо, нерухомості.

Особливості ринку нерухомості суттєво впливають на визначення її вартості. Найбільш суттєвими характеристиками нерухомого майна у зв'язку з цим є такі [4]:



1. Нерухомість як товар не має такої характеристики, як стандартизованість. Об'єкти нерухомості відрізняються між собою безліччю ознак, найсуттєвішою з яких, у даному випадку, є місце розташування. Навіть якщо два об'єкта нерухомості виконані за одним проектом і мають однаковий ступінь зносу, їх вартість може різко відрізнятися залежно від території, на якій вони розташовані, оточуючих об'єктів, наявності під'їзних шляхів тощо.

2. Ринок нерухомості є відносно інформаційно закритою системою. Угоди носять особистий характер. Відповідно отримання вихідної інформації – матеріалу проведення оцінки – стає досить складною проблемою. Ситуація ускладнюється тим, що інформація щодо угод на ринку, яка відображена в документах, часто спотворюється з метою зменшення оподаткування.

3. Вартість об'єктів нерухомого майна не є стійкою величиною. Вона підвладна впливам багатьох факторів. Серед них основними є: загальна макроекономічна ситуація в регіоні, доступність фінансових ресурсів для фінансування угод щодо об'єктів нерухомості, сезонна активність на ринку, вплив на вартість нерухомості економічної перспективи певної території, фактори державного регулювання ринку нерухомості.

4. Обмежена кількість контрагентів на ринку, що обумовлюється високою вартістю об'єктів, їх унікальністю та складними юридичними правами, характерними для кожного об'єкта.

5. Низька еластичність пропозиції на ринку, в той час як попит на ньому може досить швидко змінюватися.

Зменшення цих труднощів можливе при використанні певних принципів, методів оцінки, що накопичила сучасна теорія і практика оцінки. З наведеного, поняття оцінки нерухомості можемо визначити таким чином. Оцінка нерухомості є процес виміру грошового еквівалента цінності нерухомого майна з використанням певних принципів, методів і процедур.

Важливим моментом при оцінці нерухомості є розрахунок її вартості на певну дату. У ринковій економіці вартість нерухомості може змінюватись кожного дня.

Наступним важливим чинником оцінки нерухомості є призначення і мета самої оцінки. В одному випадку, оцінка нерухомості – це, насамперед, оцінка відповідних прав на даний об'єкт нерухомості, а в іншому – оцінка пов'язана з проблемами ринку, тобто купівлею-продажем або кредитуванням. Однак у всіх випадках оцінки нерухомості необхідно чітко визначити мету оцінювання [5].

У практиці оцінки нерухомості існує ряд методів і підходів, але найтрадиційнішими є: метод витрат, метод аналогів продажу, дохідний метод.

Вибір методів залежить не лише від характеру отриманої інформації, ступеня її точності, а й від навиків і суб'єктивності оцінювача.

Дані підходи можна порівняти за такими критеріями [6]:

здатність методів урахувати кон'юнктурні коливання і вартість грошей;

якість інформації, на основі якої здійснюється аналіз;

можливість відобразити дійсні наміри продавця і покупця.

Оцінка здійснюється залежно від мети, тому відповідно до виконуваних завдань виділяють різні види вартості. Серед усіх видів вартості найбільш уживаною є ринкова вартість. Ринкова вартість – це розрахункова сума, на яку майно було б обмінане на дату оцінки вартості комерційної угоди між непов'язаними особами – добровільним покупцем і добровільним продавцем – після адекватного маркетингу за умови, що кожна зі сторін діяла б зі знанням справи, помірковано й без примусу [3].

Цей вид вартості використовують у більшості випадків оцінювання майна і в Україні, і за кордоном.

Оцінювачі найчастіше мають справу зі спеціалізованим майном, наприклад, нерухомістю виробничого призначення, спеціалізованим обладнанням, іншими подібними об'єктами, які або мало продаються на ринку, або є різнорідними. Оцінювання такого майна шляхом порівняння продажів унаслідок нестачі інформації є дуже ускладненим або взагалі не можливим, і тому оцінювачі змушені визначати ринкову вартість не на основі коректування цін фактичних угод, а знаходити інші методи. Зокрема, оцінювачі у цій ситуації мають визначати вартість, спираючись на думку лише однієї зі сторін угоди – продавця або покупця, й моделювати той процес, за допомогою якого сторони угоди визначають прийнятну для себе ціну пропозиції на продаж чи пропозиції на купівлю.

Кожен з двох цих підходів (дохідного і витратного) враховує думку або покупця (дохідний підхід), або продавця (витратний підхід). На рис. 1 зображено як це відбувається [7].

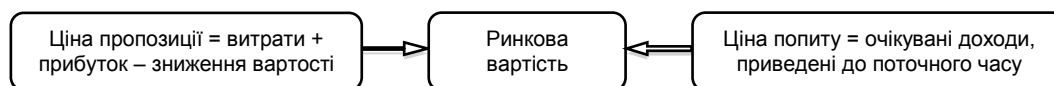


Рис. 1. Оцінка ринкової вартості за доходами й витратами

Дохідний підхід розраховує ринкову вартість майбутніх доходів, що отримує власник від експлуатації активів. Цей підхід моделює точку зору потенціального покупця: покупець при встановленні ціни, яку згоден заплатити за актив, орієнтується на доходи, які очікує отримати в майбутньому, – і не заплатити більше. Зрозуміло, що застосування підходу можливе лише тоді, коли оцінювач має достовірні дані про доходи власника від використання майна (найчастіше – це доходи від надання в оренду).

Витратний підхід, у свою чергу, моделює точку зору продавця нового активу: в яку суму обійдеться створення подібного об'єкта майна плюс достатній прибуток. Зрозуміло, що жоден про-



давець не запропонує об'єкт за ціну, меншу ніж витрати плюс прибуток, який відповідає середньо-ринковому рівню рентабельності [7].

З наведених двох підходів дохідний підхід має низку переваг перед витратним. По-перше, дохідний підхід дає можливість визначати усереднену ціну попиту будь-якого активу, який використовується для отримання доходів, тоді як витратний підхід у його класичному вигляді дає змогу оцінити лише усереднену ціну пропозиції на нове майно. Якщо актив використовувався упродовж певного часу, оцінювач повинен врахувати зменшення його ринкової вартості внаслідок зносу.

Стосовно алгоритму вибору оптимального підходу в оцінці нерухомості можна зробити висновок, який зображено на рис. 2.

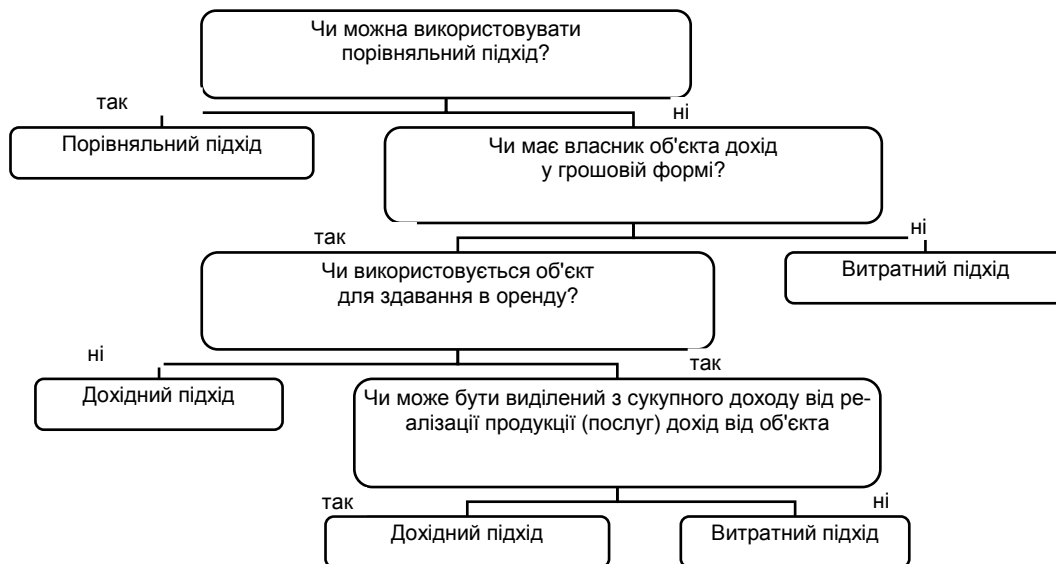


Рис. 2. Алгоритм вибору оптимального підходу в оцінці нерухомості

Дохідний підхід оцінювач може застосовувати з використанням двох альтернативних способів розрахунку [7].

Перший – спираючись на дані про фактичні доходи з порівнюваних об'єктів і реальні дані щодо цін купівлі-продажу об'єктів нерухомості. Оптимальний метод оцінки в цьому разі – метод прямої капіталізації.

Другий – спираючись на прогнозні дані доходів. Об'єкт нерухомості оцінюється як об'єкт інвестування. Оцінювач, маючи недостатньо ринкових даних, змушений відтворювати (моделювати) думку й розрахунки власника потенціального об'єкта. Дуже важливо, щоб він спирався при цьому на методичку й інформацію, які використовує потенціальний покупець, адже лише в цьому разі отримана величина вартості відповідатиме вимогам ринку. Метод оцінки має відображати ринкову культуру й залежати від ситуації на ринку.

У дослідженні запропоновано поняття оцінки нерухомості, основна сутність якої є процесом виміру грошового еквівалента цінності нерухомого майна з використанням певних принципів, методів і процедур. Проаналізовано методи оцінки нерухомості. За точністю оцінки та необхідною для оцінювання інформацією вони є нерівноцінними. Проаналізовано алгоритм вибору оптимального методу оцінки ринкової вартості нерухомості. Показано, що дохідний підхід слід розглядати в розрізі двох складових, що відрізняються за своєю природою: оцінка на основі фактичних даних про доходи й оцінка на основі прогнозування доходів, яка становить моделювання поведінки потенціального покупця. Перший спосіб забезпечує більшу точність. Тому що спирається на дані про фактичні доходи з порівнюваних об'єктів і реальні дані щодо цін купівлі-продажу об'єктів нерухомості, а не на прогнозні дані, що дає більш точну оцінку ринкової вартості нерухомості.

Наук. керівн. Єфремова Л. В.

Література: 1. Великий глумачний словник сучасної української мови / укл. і гол. ред. В. Т. Бусел. – К. : Ірпінськ : ВТФ "Перун", 2002. 2. Гриценко О. Еволюція вартості / О. Гриценко // Економіка України. – 2001. – № 4. – С. 45–55. 3. Международные стандарты оценки (МСО 2003). – М. : РОО, 2003. – 214 с. 4. Свтух О. О. Оцінка нерухомості: сутність поняття / Свтух О. О. // Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки. Серія "Економічні науки". – 2005. 5. Спаських Н. М. Методика оцінки вартості нерухомості в регіоні / Н. М. Спаських // Збірник наукових праць ; Черкаський державний технологічний університет. – 2007. – № 22. 6. Пашов В. І. Нерухомість в Україні : підручник для студ. вищ. навч. закл. / В. І. Пашов, І. І. Пилипенко, І. В. Кривов'язюк. – К. : Державна академія статистики обліку та аудиту, 2008. – 765 с. 7. Свтух О. О. Вибір методів оцінки ринкової вартості нерухомості / О. О. Свтух // Наукові дослідження. – 2010. – С. 8–10.

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Анотація. Визначено поняття бізнесу, проаналізовано і запропоновано найбільш актуальні для української економіки методичні підходи для оцінки вартості бізнесу.

Аннотация. Определено понятие бизнеса, проанализированы и предложены наиболее актуальные для украинской экономики методические подходы для оценки стоимости бизнеса.

Annotation. In the given article the notion of business is defined, methodical approaches are analysed for estimation of cost of business. Actual for the Ukrainian economy methodical approaches are offered most for estimation of cost of business.

Ключові слова: бізнес, оцінка, методичні підходи, підприємство.

Сучасні тенденції розвитку економіки України зумовлюють підвищення уваги до оцінки вартісних характеристик провадження бізнесу. У процесі оцінки виникає необхідність урахування не тільки сукупності матеріальних активів підприємства, а й цілого ряду інших складових його діяльності: клієнтської бази, іміджу, нематеріальних активів тощо, що в комплексі формує специфічний об'єкт оцінки – бізнес. Вартість бізнесу може визначатися не лише в контексті його продажу, за умови злиття чи поглинання, залучення інвестицій або розміщення акцій на фондовому ринку, але й розглядатися як важливий інформативний показник, який дає оцінку ефективності менеджменту, успішності, стійкості, інвестиційної привабливості підприємства, тому питання оцінки вартості бізнесу набуває особливого значення і є актуальним.

До дослідження проблеми оцінки вартості бізнесу зверталось багато вітчизняних вчених, зокрема В. Божко [1], Г. Синько [1], І. Заїченко [2], Є. Гребенникова [2], Л. Солянік [3], Є. Приймаш [3], Щербаков В. А. [4], Щербакова Н. А. [4]. Але розглядаючи аспекти оцінки бізнесу, ці автори у своїх роботах розкрили не всі аспекти даної проблеми, що потребує більш детального її дослідження.

Метою дослідження є аналіз визначення поняття бізнесу та його оцінки, аналіз переваг і вад існуючих підходів оцінки вартості бізнесу та вибір серед них найбільш оптимальних для української економіки.

У рамках поставленої мети визначені такі завдання: дати визначення поняття "бізнес"; проаналізувати методичні підходи, які використовуються для оцінки вартості бізнесу в Україні; вибрати серед існуючих підходів найбільш оптимальні для української економіки.

З розвитком ринкової економіки в Україні з'явилася можливість вкласти свої кошти в бізнес, купити та продати його, тобто бізнес став товаром і об'єктом оцінки. Однією з актуальних проблем на сучасному етапі розвитку економіки в Україні є необхідність достовірної оцінки вартості бізнесу (підприємства). У західних державах інтерес до оцінки бізнесу зростає з початку 80-х років ХХ ст. [1, с. 4]. Використання даних про вартість підприємства вийшло за межі переговорів про ціну при переході прав власності. Оцінка та прогнозування вартості бізнесу використовується не лише при розв'язанні питання про можливу ціну продажу підприємства, але і в якості показника для вибору стратегії розвитку.

Донедавна поняття оцінки вартості бізнесу в законодавчих актах України та науковій літературі розглядалося як оцінка окремого підприємства з акцентом на майновому характері, тобто вартість бізнесу визначалася як вартість усіх активів підприємства. Такий підхід доволі ефективно використовувався в процесі приватизації державних підприємств України, де головною метою була не оцінка майбутніх можливостей такого підприємства, які виражені в теперішній вартості, а вартість майна (активів), яке знаходилися у нього на балансі [1, с. 3].

Для оцінки вартості бізнесу необхідно спочатку визначити поняття "бізнес". Згідно з Національним стандартом № 1 "Загальні засади оцінки майна і майнових прав", бізнес – це певна господарська діяльність, яка провадиться або планується для провадження з використанням активів цілісного майнового комплексу [5].

На думку Щербакова В. А., Заїченко І. А. та Гребенникова Є. В., бізнес – це підприємницька діяльність, яка направлена на виробництво і реалізацію товарів, робіт, послуг або інша дозволена законодавством діяльність з метою одержання прибутку [2, с. 20].

На думку автора, бізнес – це діяльність, що не суперечить законодавству і спрямована на отримання прибутку.

Далі необхідно визначити що ж становить безпосередньо оцінка вартості бізнесу.



Під оцінкою вартості бізнесу слід розуміти визначення вартості компанії як майнового комплексу, здатного приносити прибуток його власнику. При оцінці повинні бути враховані як матеріальні, так і нематеріальні активи, оскільки тільки працююча компанія, незалежно від того, чи є вона виробництвом або функціонує у сфері торгівлі чи сервісу, має у своєму розпорядженні частину додаткової цінності, що не властива цілісному майновому комплексу.

Найчастіше оцінка вартості бізнесу проводиться для купівлі-продажу або реорганізації компанії, ліквідації або банкрутства підприємства, злиття або поглинання компаній. У теперішньому стані економіки України оцінка може проводитися також з метою одержання кредиту, проведення страхових операцій, залучення інвестицій, підвищення ефективності управління бізнесом і т. д. При цьому один і той же об'єкт на одну дату може мати різну вартість залежно від цілей його оцінки [3, с. 12].

Відповідно до українських та міжнародних стандартів при оцінці ринкової вартості різних об'єктів, зокрема бізнесу, використовуються такі методичні підходи, як дохідний, майновий (витратний) та порівняльний (ринковий).

Застосування витратного підходу ґрунтується на здійсненні ринкової оцінки окремих складових майна та капіталу, різниця яких має віддзеркалити вартість чистих активів підприємства. Але цей підхід не враховує нематеріальних параметрів, які притаманні кожному окремому підприємству. За інших рівних умов вартість бізнесу буде вищою вартості окремих складових майна підприємства.

До переваг підходу можна віднести те, що він ґрунтується на оцінці наявних активів, тобто має об'єктивну основу. Недоліками можна вважати те, що цей підхід статичний, тобто не враховує перспектив розвитку бізнесу, а також не бере до уваги основні фінансово-економічні показники діяльності оцінюваного підприємства.

Дохідний підхід до проведення оцінки бізнесу ґрунтується на застосуванні оціночних процедур переведення очікуваних доходів (чистих грошових потоків або дивідендів) у вартість бізнесу. Оцінка бізнесу проводиться з урахуванням поточного фінансового стану підприємства, цілісний майновий комплекс якого оцінюється, та прогнозних показників діяльності такого майнового комплексу.

Безсумнівною перевагою методів дохідного підходу є можливість комплексної, системної оцінки, коли потрібно оцінити не окремі об'єкти на підприємстві, а весь майновий комплекс, що отримує прибуток. Застосування методів дохідного підходу стикається з тим обмеженням, коли важко оцінити чистий дохід протягом прогнозованого періоду.

Проблеми застосування дохідного підходу, в основу якого покладено дисконтування чистих грошових потоків підприємства, полягають у:

- недоцільності використання ретроспективної оцінки динаміки грошових потоків;
- правильності вибору моделі грошового потоку для оцінювання;
- коректності вибору моделі побудови ставки дисконтування та обґрунтуванні її основних параметрів.

Оцінка вартості бізнесу із застосуванням методів порівняльного підходу проводиться шляхом порівняння (зіставлення) об'єкта оцінки з аналогічними об'єктами, у відношенні яких є інформація про ціни угод або з цінами раніше укладених угод. Проте складність вживання даного підходу полягає в трудомісткості пошуку об'єкта-аналога й необхідності внесення коректувань і виправлень у процесі оцінки між оцінюваним об'єктом та об'єктом-аналогом. Підприємство-аналог повинне задовольняти вимогам порівняності – належати тій же галузі, не відрізнятися розміром, форма володіння має бути аналогічною. Тому застосування порівняльного підходу при визначенні вартості бізнесу в Україні досить проблемне, тому що не уявляється можливим знайти аналогічні підприємства на відповідному ринку.

У результаті дослідження переваг та недоліків методичних підходів для оцінки вартості бізнесу можливо зробити висновок, що більш доцільно використовувати дохідний та витратний (майновий) підходи. Порівняльний (ринковий) підхід через відсутність належного інформаційного забезпечення щодо угод купівлі-продажу підприємств-аналогів, більшою мірою застосовується для оцінки окремих складових бізнесу як цілісного майнового комплексу.

Оскільки для визначення вартості бізнесу важливою є оцінка не лише його матеріальних, але й нематеріальних складових, то подальші дослідження доцільно проводити саме в цьому напрямі. А саме необхідно більш детально вивчити та розробити рекомендації для оцінки нематеріальних складових бізнесу, які впливають на його вартість.

Наук. керівн. Єфремова Л. В.

Література: 1. Божко В. Оценка рыночной стоимости предприятия как бизнеса / В. Божко, Г. Синько // Економіка. – 2007. – № 12. – С. 3–7. 2. Заиченко И. Бренд как фактор максимизации стоимости бизнеса / И. Заиченко, Е. Гребеникова // Економіка. Фінанси. Право. – 2008. – № 10. – С. 20–22. 3. Соляник Л. Аналіз методичних підходів до оцінки вартості бізнесу в Україні / Л. Соляник, Є. Приймаш // Економіка підприємства. – 2009. – № 3. – С. 12–14. 4. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / В. А. Щербаков, Н. А. Щербакова. – М. : Омега-Л, 2006. – 288 с. 5. "Про затвердження Національного стандарту № 1 "Загальні засади оцінки майна і майнових прав " : Постанова КМУ України від 10.09.2003 р. № 1440 // Збірник нормативних документів. – Х. : Конус, 2005. – С. 210–218.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО УСТАТКУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Проаналізовано теоретичні підходи до визначення основних етапів вибору оцінки машин і обладнання на фармацевтичних підприємствах, їх зміст з метою оптимізації процесу оцінювання та виявлення факторів впливу на вибір методів оцінювання.

Аннотация. Проанализированы теоретические подходы к определению основных этапов выбора оценки машин и оборудования на фармацевтических предприятиях, их содержание с целью оптимизации процесса оценивания и выявления факторов влияния на выбор методов оценки.

Annotation. The article is devoted to theoretical approaches to the definition of milestones choice assessment of machinery and equipment for the enterprises and their pharmaceutical companies to streamline the evaluation process and to identify factors influencing the selection of assessment methods.

Ключові слова: фармацевтичний ринок України, фармацевтична техніка, технічне переоснащення, методи та підходи оцінки.

Фармацевтичний сектор займає значне місце в економіці України, оскільки є важливим сегментом національного ринку, значною мірою визначає національну й оборонну безпеку країни, відрізняється великою наукоємністю й розвиненим кооперуванням. Забезпечення українських громадян якісними та доступними лікарськими засобами є першочерговим державним і соціальним завданням, розв'язання якого неможливе без стабільного та прогресивного розвитку фармації. Значні досягнення в галузі освіти, науки й технологій фармацевтичної індустрії дали можливість фармацевтичним підприємствам України перейти на якісно інший рівень виробництва лікарських препаратів.

Тема дослідження є досить актуальною, адже проведення незалежної оцінки фармацевтичної техніки є необхідним процесом у ході модернізації та проведення технічного переоснащення на фармацевтичних підприємствах.

При написанні даного дослідження була використана така інформація: "Соціально-економічна програма розвитку", розглянута та затверджена на 8 ялтинському саміті "Рішення VII національного з'їзду фармацевтів України"; парламентські слухання на тему: "Про сучасний стан та перспективи розвитку фармацевтичної галузі України". Дослідженню проблем оцінки машин та устаткування приділили увагу у своїх працях такі вітчизняні вчені-економісти, як: Антонов В. П., Ковальов А. П., Кушелев А. А., Корольов І. В., Фадєєв П. В., Федонін О. С., Реліна І. М., Олексюк О. І.

Проте низка питань щодо організації та методики оцінки обладнання та устаткування на підприємствах фармацевтичної галузі потребує подальших досліджень та наукових розробок.

Метою даного дослідження є наукове обґрунтування теоретичних положень та методичних рекомендацій стосовно оцінки фармацевтичної техніки, в процесі поступового переоснащення та модернізації на фармацевтичних підприємствах.

Об'єктом дослідження є процес оцінки в ході технічного переоснащення устаткування на підприємствах фармацевтичної галузі.

Предметом дослідження виступають теоретичні і методичні засади щодо оцінки фармацевтичного обладнання на вітчизняних фармацевтичних підприємствах.

Виробництво лікарських засобів належить до найбільш пріоритетних і соціально значущих напрямів розвитку та структурної перебудови економіки України. Від його належного функціонування значною мірою залежать можливості держави у підтриманні здоров'я нації та зміцненні економічної незалежності. Державний підхід до проблем забезпечення населення України якісними ліками – нинішнє завдання державних органів, на які покладено функції управління та контролю у фармації. Позитивною тенденцією фармацевтичного ринку України останніх років є збільшення частки ліків вітчизняного виробництва. За станом на 1 квітня 2011 року в Україні зареєстровано 14 205 лікарських засобів, що охоплюють усі фармакологічні групи. Обсяг внутрішнього фармацевтичного ринку України у 2010 році склав понад 25 млрд гривень. За I квартал поточного року він зріс порівняно з відповідним періодом 2010 року у національній валюті майже на 18 % [1].

Створення рівних умов при виробництві та реалізації препаратів і запобігання правовим обмеженням, а також посилений контроль за реєстрацією та обігом лікарських засобів є пріоритетними питаннями у сфері виробництва препаратів і насичення ринку. Крім того, гармонізація основних технічних вимог з вимогами Європейського Союзу може служити додатковим заходом із захисту українського виробника фармацевтичної продукції від конкуренції з низькоякісною, а тому і низьковартісною,



фармацевтичною продукцією. Адже обсяг реалізації ліків в Україні складає 3,2 млрд доларів США, що у розрахунок на 1 особу становить 70 доларів США на рік, проте цей показник є найнижчим у Європі [2].

Дані, які зазначені в Концепції державної цільової програми "Розвиток імпортозамінних виробництв в Україні та заміщення імпортованих лікарських засобів вітчизняними, у тому числі біотехнологічними препаратами та вакцинами" на 2011 – 2021 роки свідчать про той факт, що на фармацевтичному ринку України досить значна кількість імпортованих лікарських засобів, а це, у свою чергу, значно зменшує збут вітчизняних ліків.

За останні 10 років відзначена негативна тенденція щодо зниження частки вітчизняних лікарських засобів на фармацевтичному ринку від 39 % у 2005 році до 29,7 % у 2010 році. Обсяги продажів ліків у натуральному вираженні (в упаковках) складають 2:1, тобто на 66 % вітчизняних припадає 34 % іноземних ліків. Проте обсяги продаж у вартісному виразі навпаки складають 1:3, тобто 29,7 % вітчизняних проти 70,1 % імпортих. Це свідчить про значно нижчі ціни на вітчизняні ліки та їх більшу доступність.

Ринок фармацевтичних препаратів в Україні наповнений надзвичайно дорогою продукцією зарубіжних фірм, яка недоступна для значної частини населення.

Це свідчить про негативні тенденції у розвитку вітчизняної фармації: відсутність орієнтації на доробок вітчизняної науки та перебування у повній залежності від закордонних розробок нових лікарських засобів. Нехтування розвитком української фармацевтичної науки призвело до того, що її фінансування за останні 10 років зменшилось на 45 % [3].

Обсяг експорту фармацевтичної продукції у I кварталі 2011 року, як у національній валюті (-3,3 %), так і у доларах США (-3,7 %), знизився порівняно з відповідним періодом 2010 року, хоча за підсумками 2010 року спостерігалось зростання обсягів експорту фармацевтичної продукції, як у національній валюті (на 34,2 %), так і у доларах США (на 32,3 %).

Обсяг імпорту фармацевтичної продукції у 2010 році порівняно з 2009 роком зріс у національній валюті на 16,5 %, а у доларах США – на 14,8 %. За I квартал 2011 року обсяг імпорту зріс на 16,2 % у національній валюті та на 16,7 % у доларах США.

Враховуючи прогностичні дані експертів (обсяг світового фармацевтичного ринку за підсумками поточного року продемонструє зростання на 4 – 6 % до рівня в 825 млрд доларів США, у 2013 році – до 975 млрд доларів США), українські фармацевтичні виробники мають можливість у середньостроковій перспективі збільшити обсяги експорту своєї продукції [4].

Причиною даного факту стає відсутність коштів на впровадження нових технологій та проведення технічного переоснащення фармацевтичних підприємств. Технічний стан фармацевтичних підприємств потребує колосального оновлення, проведення значної модернізації машин та устаткування, адже від цього залежить розвиток виробництва вітчизняних ліків на фармацевтичному ринку України.

У даній концепції однією із альтернатив покращення стану та розвитку на фармацевтичному ринку є:

- розробка імпортозамінних та інноваційних лікарських засобів на сучасному рівні;
- реконструкція існуючих спеціалізованих установ, лабораторій та віваріїв;
- закупівля сучасного лабораторного обладнання;
- закупівля імпортного обладнання для розробки та організації випуску лікарських засобів;
- направлення державних інвестицій на розвиток фармацевтичної галузі України та виробництво вітчизняних ліків [5].

При закупівлі та введенні в експлуатацію нового обладнання гострою необхідністю є проведення незалежної оцінки машин та устаткування на фармацевтичних підприємствах.

З метою загальної оцінки фармацевтичне підприємство розглядається як майновий комплекс, що складається з об'єктів, які можуть бути оцінені незалежно один від одного.

Законом України "Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні", а також Національним стандартом № 1 "Загальні засади оцінки майна і майнових прав" передбачено, що для незалежної ринкової оцінки машин та обладнання, як і для оцінки нерухомості, застосовуються ті самі підходи: дохідний, порівняльний, витратний [6; 7].

При виробництві лікарських засобів на підприємстві можуть бути задіяні як лінії машин, так і окремі одиниці станків та індивідуальні машини. Для проведення такого обладнання, слід більш детально розглянути перелічені підходи та обґрунтувати найбільш ефективний підхід для оцінки фармацевтичного устаткування.

Дохідний підхід зазвичай не застосовується для оцінки індивідуальних одиниць машин і устаткування, але може служити для перевірки правильності оцінки, коли активи оцінюються як частину бізнесу. Причинами незастосовності дохідного підходу для оцінки індивідуальних одиниць машин і устаткування є:

- відсутність або обмеженість інформації про орендні ставки на обладнання;
- труднощі при прогнозуванні доходу від експлуатації окремої одиниці машин і устаткування;
- висока ймовірність неточностей при виділенні частини доходу від експлуатації окремої одиниці машин і устаткування із загального доходу підприємства.

Перша причина обумовлена нерозвиненістю ринку оренди обладнання в Україні.

Що стосується труднощів при прогнозуванні доходу від експлуатації, слід зазначити, що навіть для тих машин і устаткування, які безпосередньо можуть приносити дохід, необхідна певна інфраструктура: експлуатаційний та обслуговуючий персонал, бухгалтерія, менеджмент, приміщення для персоналу й допоміжного устаткування і матеріалів, оборотні активи і т. д. Оскільки дохід створюється всіма активами, то виникає необхідність виділення доходу від експлуатації оцінюваної машини та обладнання із загального доходу підприємства.

Вирішення даної проблеми може бути знайдено на основі оцінки вартості обладнання як одного з факторів виробництва на підприємстві й визначенні пайового коефіцієнта оцінюваної одиниці обладнання у складі машинного комплексу фармацевтичного підприємства.

Такий підхід до оцінки фармацевтичного обладнання застосовується для внутрішніх потреб менеджменту (власників) підприємства при оцінці ефективності використовуваних підприємством факторів виробництва.

Порівняльний підхід при оцінці фармацевтичної техніки як найбільш універсальний інструмент забезпечує можливість оцінки будь-якого часткового елемента носія, у тому числі: окремої одиниці обладнання, їх системи або комплексу за ознакою закінченого циклу виробництва, чи усього парку обладнання підприємства загалом, особливо, якщо підприємство невелике. Такі методи потребують визначення аналогів, але навіть якщо повних аналогів немає, можна застосувати систему поправок і оцінка буде досить реальною. Вивчення динаміки цін пропозиції або статистики продажів при визначенні вартості машин та обладнання на відповідному ринку в Україні на цей час може забезпечити формування інформаційної бази, й саме тому порівняльний метод є основним при оцінці машин і устаткування, а отже, й при оцінці саме фармацевтичної техніки.

Основні проблеми порівняльного підходу пов'язані з додержанням принципів використання потрібної інформації: повноти, достовірності, актуальності, відповідності саме оцінюваному об'єкту. Одержання необхідної інформації за вказаними умовами потребує створення баз даних з можливістю автоматичного підбору аналогів, подібних оцінюваним об'єктам, з урахуванням ступеня розбіжності складу й чисельних значень головних характеристик аналогів і оцінюваних об'єктів, з регулярним виділенням застарілих та доданням нових даних.

Якщо оцінювати фармацевтичне обладнання за допомогою витратного підходу, то ринкова вартість фармацевтичного обладнання визначається, в першу чергу, витратами на його створення і реалізацію. Визначена таким чином вартість може не збігатися з ринковою вартістю, оскільки витрати не єдиний фактор вартості, на яку також впливають корисність, якість і конкурентоспроможність. Зустрічається чимало випадків, коли застосування витратного підходу виявляється виправданим і навіть єдино можливим, наприклад при оцінці машин та обладнання спеціального призначення, унікальних об'єктів, виготовлення за індивідуальними замовленнями, і не мають аналогів на ринку.

При використанні даного підходу вартість фармацевтичної техніки визначається шляхом прямого або непрямого підрахунку всієї сукупності витрат, необхідних для виробництва (відтворення) відповідного об'єкта, його доставки й установки за місцем використання.

При оцінці витратним методом розраховується повна відновлювальна вартість оцінюваного в даному випадку фармацевтичного обладнання.

При визначенні вартості об'єктів оцінки витратним методом прийнято вважати, що їх вартість змінюється прямо пропорційно зміні зносу.

При використанні обох методів (витратного і порівняльного) визначаються всі види зносу, враховуються дані капітальних ремонтів (при їх наявності). З точки зору оцінювача, знос – зниження вартості обладнання на дату оцінки. Визначається як втрата придатності обладнання з технічних, економічних, функціональних і моральних причин. Тому знос – це у вартісному вираженні різниця між витратами на відтворення або заміну обладнання та його ринковою вартістю.

У цілому можна зробити висновок, що витратний підхід має деяку умовність, оскільки досить рідко відображає такі явища на ринку, як попит, пропозиція, унікальність об'єкта, а також деякі зовнішні політичні аспекти в країні, що впливають на формування ринкової вартості обладнання. Однак при певних умовах і цілях оцінки витратний підхід може бути використаний як результативний, або довідковий (консультаційний).

У даному випадку для оцінки фармацевтичного обладнання оцінювач по можливості повинен використати кілька підходів з подальшим узагальненням результатів. Неможливість або недоцільність застосування певного підходу обов'язково обґрунтовується.

Застосування дохідного підходу в оцінці фармацевтичного устаткування має сенс у разі визначення його економічного зносу при переоцінці активів. Вартість машин та устаткування визначається дохідним підходом як різниця між річною виручкою й усіма витратами, пов'язаними з виробництвом, виплатою податків і погашенням платежів. Коректний розрахунок вартості обладнання дохідним підходом можливо тільки при здійсненні оцінки всього бізнесу. У загальній сумі доходу, що генерується всім цілісним майновим комплексом, виділяють частку доходу, яку приносять саме технологічні об'єкти. На думку автора, неможливо досить вірогідно розподілити питому вагу на всі матеріальні та нематеріальні активи без розрахунку вартості кожного генеруючого дохід об'єкта. Дохідний методичний підхід у даному випадку застосовуватися не буде.

Витратний та порівняльний методичні підходи засновані виключно на ринковій інформації, відповідно, значення отриманих при цьому вартостей є індикаторами ринкової вартості. Досвід показує, що при оцінці фармацевтичної техніки трьома можливими способами оцінювач у більшості випадків отримує три різних результати. Отже, для отримання кінцевого результату основним завданням оцінювача є аналіз наявних у його розпорядженні даних щодо об'єктів оцінки і факторів, що впливають на його вартість, їх зіставлення і вибір найбільш відповідного оцінного підходу.

Ґрунтуючись на всіх викладених обґрунтуваннях і зауваженнях, оцінювач робить висновок про те, що в рамках даного звіту, при визначенні ринкової вартості фармацевтичного обладнання, витратний підхід може бути застосований повною мірою. Оцінці підлягає обладнання з невеликим терміном експлуатації, серйозних модернізацій у виробництві таких технологічних об'єктів за цей час не відбувалося.

Що стосується застосування порівняльного підходу, слід зазначити, що ринок устаткування для виробництва лікарської продукції, представлений широким діапазоном пропозицій до продажу, як нових, так і вживаних подібних об'єктів. За умови глибокого аналізу і правильних коригувань таких цінових пропозицій експерт може побудувати розрахунки та винести судження про ринкову вартість об'єкта оцінки за допомогою порівняльного методичного підходу.



Отже, підводячи підсумки, при визначенні ринкової вартості технологічного обладнання у фармацевтичній галузі доцільно використати витратний та порівняльний методичні підходи.

Наук. керівн. Хохлов М. П.

Література: 1. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: "Про сучасний стан та перспективи розвитку фармацевтичної галузі України" : Постанова Верховної Ради України. 2. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Держкомстат України. – К. : Техніка, 2011. – 125 с. 3. Проект Концепції Державної цільової програми "Розвиток імпортозамінних виробництв в Україні та заміщення імпортованих лікарських засобів вітчизняними, у тому числі біотехнологічними препаратами та вакцинами на 2011 – 2021 роки". 4. Соціально-економічна програма розвитку : Державна цільова програма, розроблена Кабінетом Міністрів України на 2011 – 2015 роки. 5. Рішення VII національного з'їзду фармацевтів України", 2011 – 2014 рр. 6. Про оцінку майна, майнових прав і професійну оцінку діяльності в Україні : Закон України № 2658-III від 12 липня 2001 року. 7. Загальні засади оцінки майна і майнових прав : Національний стандарт № 1 від 10 вересня 2003 року № 1440. 8. Оцінка цілісних майнових комплексів : Національний стандарт № 3 від 29 листопада 2006 року № 1655. 9. Про затвердження Методики оцінки майна : Постанова КМУ № 1891 від 10 грудня 2003 р. 10. Антонов В. П. Практика оцінки машин та обладнання / В. П. Антонов. – М. : Российская оценка, 2005. – 254 с. 11. Федонін О. С. Потенціал підприємства : формування та оцінка / О. С. Федорин, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 574 с.

Мальцева М. М.

УДК 657.422 (477)

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ТА ОЦІНКИ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ В УКРАЇНІ

Анотація. Визначено необхідність оцінки виробничих запасів у сучасних умовах. Розглянуто теоретичні аспекти та запропоновано рекомендації щодо проведення оцінки виробничих запасів.

Анотация. Определена необходимость оценки производственных запасов в современных условиях. Рассмотрены теоретические аспекты и предложены рекомендации по проведению оценки производственных запасов.

Annotation. The need for evaluation of inventory in modern conditions is determined. Theoretical aspects and recommendations on the assessment of inventory are provided.

Ключові слова: виробничі запаси, методи оцінки, організація обліку, собівартість.

Актуальність теми дослідження визначається значною роллю виробничих запасів, яку вони відіграють у складі майна підприємства. Виробничі запаси домінують у структурі виробничих витрат різноманітних підприємств та складають значну частину всіх активів. Оскільки запаси формують велику частину собівартості продукції, то для отримання більшого прибутку необхідно оптимізувати систему управління виробничими запасами та зменшити собівартість продукції, не впливаючи на її якість.

Багато виробничих підприємств мають переглянути свою облікову політику, обрати найбільш оптимальні методи оцінки виробничих запасів, а також, якщо це потрібно у певних ситуаціях, – провести їх оцінку за допомогою експертів.

Значний внесок у вирішення окремих проблем, пов'язаних з обліком та оцінкою виробничих запасів, зробили такі вчені, як: Бутинець Ф. Ф., Валуєв Б. І., Гуцайлюк З. В., Дем'яненко М. Я., Жук В. М., Кужельний М. В., Кірейцев Г. Г., Лінник В. Г., Ткаченко Н. М., Бойко В. М., Саблук П. Т., Сопко В. В., Смоленюк П. С., Безруких П. С., Сук П. Л., Ярмоленко В. П. та ін. Але деякі аспекти цього напрямку потребують більш поглибленого вивчення.

Метою дослідження є розгляд теоретичних аспектів обліку та оцінки виробничих запасів та способів формування їх вартості для використання у виробничому процесі. З поставленої мети витікають такі завдання: розкриття теоретичних аспектів визначення виробничих запасів, розгляд методів їхньої оцінки при вибутті, визначення необхідності застосування незалежної оцінки у сучасних умовах стосовно виробничих запасів.

Об'єктом дослідження є виробничі запаси на підприємстві, а предметом – методи оцінки виробничих запасів та вплив їх застосування на формування фактичної собівартості продукції.

© Мальцева М. М., 2012



Для стабільного та безперервного процесу виробництва продукції на підприємстві в обороті постійно повинні бути оборотні засоби, що мають матеріальну форму. Підприємство повинне мати в необхідних розмірах запаси сировини, матеріалів та інших цінностей. З їх витрачанням відбувається збільшення витрат на виробництво, які в результаті процесу виробництва перетворюються в готову продукцію. На жаль, у сучасних умовах система управління запасами не достатньо налагоджена, наслідком чого може бути її неефективність. Це спостерігається в несвоєчасному забезпеченні процесу виробництва необхідними матеріалами, сировиною або в надлишковому залишку запасів. Так чи інакше, таке неналагоджене ставлення до виробничих запасів спричиняє проблеми, пов'язані з їх вартістю та неможливістю достовірного та вчасного відображення в обліку.

Поняття виробничих запасів стало предметом дослідження багатьох теоретиків і практиків, серед яких Покропивний С. Ф., Бутинець Ф. Ф., В. Сонко, Лень В. С., Гливенко В. В. та ін.

Так, Покропивний С. Ф. вважає, що виробничі запаси становлять предмети праці, які підготовлені для запуску у виробничий процес. Тобто він дає досить стисле визначення і можливість розширювати його самостійно [1, с. 151].

В. Сонко розкриває запаси як накопичені ресурси, які перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва. Фактично, вважає він, зміст тут зовсім інший, запаси – це сукупність матеріальних благ, вироблених невідомо для чого й кого, які навряд чи колись взагалі будуть використані за призначенням [2, с. 112].

Бутинець Ф. Ф. під сутністю виробничих запасів розуміє все те, що завезено на склади підприємства та ще не вступило в першу стадію обробки, тобто частина сукупних запасів, призначених для виробничого споживання [3, с. 59].

Також Лень В. С. та Гливенко В. В. під виробничими запасами розуміють підготовлені для запуску у виробничий процес предмети праці, які складаються з сировини, основних і допоміжних матеріалів, палива, покупних напівфабрикатів і комплектуючих виробів, тари і тарних матеріалів, запасних частин для поточного ремонту основних фондів [4, с. 113]. Склад запасів на кожному підприємстві залежить від сфери його діяльності. Так, на промислових підприємствах основними видами запасів є виробничі запаси.

У той же час в П(С)БУ № 9 "Запаси" під запасами розуміють активи, які утримуються для подальшого продажу, знаходяться в процесі виробництва для подальшого продажу продукту виробництва, утримуються для споживання або управління підприємством. Проте запаси мають одну головну ознаку – можливість отримання в майбутньому економічних вигод унаслідок їхнього використання [7].

На думку автора, під виробничими запасами слід розуміти активи, що використовуються на підприємстві в якості сировини та матеріалів при виробництві продукції для її продажу в майбутньому, а також такі, що утримуються для управлінських потреб.

Важливою передумовою раціональної організації обліку виробничих запасів є економічно обґрунтована їх класифікація. Відповідно до П(С)БУ № 9 для цілей бухгалтерського обліку запаси поділяються на [5]:

сировину, основні й допоміжні матеріали, комплектуючі вироби та інші матеріальні цінності, що призначені для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, обслуговування виробництва й адміністративних потреб;

незавершене виробництво у вигляді не закінчених обробкою і складанням деталей, вузлів, виробів та незакінчених технологічних процесів. Незавершене виробництво на підприємствах, що виконують роботи та надають послуги, складається з витрат на виконання незакінчених робіт (послуг), щодо яких підприємством ще не визнано доходу;

готову продукцію, що виготовлена на підприємстві, призначена для продажу і відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором або іншим нормативно-правовим актом;

товари у вигляді матеріальних цінностей, що придбані (отримані) та утримуються підприємством з метою подальшого продажу;

малоцінні та швидкозношувані предмети, що використовуються протягом не більше одного року або нормального операційного циклу, якщо він більше одного року;

поточні біологічні активи, якщо вони оцінюються за цим Положенням (стандартом), а також сільськогосподарська продукція і продукція лісового господарства після її первісного визнання.

Матеріально-виробничі запаси становлять найменш ліквідну статтю серед оборотних активів підприємства. Для їх обігу в кошти потрібен час, щоб знайти покупця та отримати потім від нього оплату за продукцію.

Запаси можуть складати значну питому вагу в складі оборотних активів, а також в активах підприємства. Порушення оптимального рівня матеріально-виробничих запасів призводить до збитків, оскільки збільшує витрати на їх зберігання; відволікає з обороту ліквідні кошти; збільшує небезпеку знецінення запасів. Саме тому визначення і підтримка оптимального обсягу запасів є важливим розділом фінансової роботи.

Згідно з П(С)БУ № 9 матеріально-виробничі запаси відображаються в бухгалтерській звітності відповідно до правила нижчої з двох оцінок – за собівартістю або за ринковою ціною.

При відпуску запасів у виробництво, їх продажу або іншому вибутті оцінка відбувається за одним з методів, що прописані в П(С)БУ № 9 [5]:

а) запаси, які відпускаються, та послуги, що виконуються для спеціальних замовлень і проєктів, а також запаси, які не замінюють одне одного, оцінюються за ідентифікованою собівартістю;

б) оцінка за середньозваженою собівартістю проводиться за кожною одиницею запасів діленням сумарної вартості залишку таких запасів на початок звітної місяця і вартості одержаних у звітному місяці запасів на сумарну кількість запасів на початок звітної місяця та одержаних у звітному місяці;



в) оцінка запасів за методом ФІФО базується на припущенні, що запаси використовуються у тій послідовності, у якій надходили на підприємство;

г) оцінка за нормативними затратами полягає у застосуванні норм витрат на одиницю продукції (робіт, послуг), які встановлені підприємством з урахуванням нормальних рівнів використання запасів, праці, виробничих потужностей і діючих цін. Для забезпечення максимального наближення нормативних затрат до фактичних, норми затрат і ціни повинні регулярно у нормативній базі перевірятися і переглядатися. Оцінка продукції за нормативними затратами коригується до фактичної виробничої собівартості;

д) оцінка за цінами продажу заснована на застосуванні підприємствами роздрібною торгівлі середнього процента торговельної націнки товарів. Цей метод можуть застосовувати підприємства зі значною та змінною номенклатурою товарів з приблизно однаковим рівнем торговельної націнки.

У Податковому кодексі України відмічено, що платник податку на прибуток має оцінити вибуття запасів методом, який відповідає стандартам бухгалтерського обліку [6]. Саме тому важливо сформувати раціональний облік вибуття запасів.

Оцінка виробничих запасів може проводитися із залученням експертів. Проведення такої оцінки регламентується Законом України "Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні" [7].

Незалежна оцінка підтверджується офіційним юридичним документом – звітом, який має силу доказового значення і може бути використаний у суді при розгляді спірних справ. Звіт з незалежної оцінки також приймається до розгляду кредитними відділами банків та є достатнім аргументом у спорах з податковою інспекцією.

Проведення незалежної оцінки товарів та запасів може проводитись для таких цілей:

операцій купівлі-продажу;

здавання в оренду;

внеску в статутний капітал створюваного підприємства;

забезпечення кредитних зобов'язань при отриманні кредиту;

перекладу бухгалтерської звітності на міжнародні стандарти обліку;

переоцінки для віддзеркалення в бухгалтерській звітності за реальною (ринковою) вартістю;

постановки на бухгалтерський облік;

виділення частки власників (учасників);

страхування;

банкрутства;

реструктуризації або ліквідації підприємства;

визначення збитку і величини страхового відшкодування;

оформлення спадку [8].

При проведенні незалежної оцінки експертом максимально об'єктивний результат забезпечується застосуванням усіх рекомендованих підходів, що вказані в Національному стандарті № 1 "Загальні засади оцінки майна і майнових прав" [9]. До таких методичних підходів відносять витратний, порівняльний та прибутковий. Разом з тим залежно від мети оцінки можливе визначення таких видів вартості: ринкової, інвестиційної, для цілей страхування та справедливої вартості.

Бухгалтери підприємств повинні самостійно вирішувати, як організувати аналітичний облік виробничих запасів та їх оцінку залежно від конкретних умов діяльності підприємства і ведення бухгалтерського обліку. Завдання бухгалтера – обрати такий спосіб організації обліку запасів, який найбільшою мірою відповідає умовам діяльності підприємства. Також щоб не мати проблем з податком на прибуток та достовірно і правильно розраховувати собівартість, пропонується поряд з веденням обліку запасів на підприємстві користуватися послугами незалежної оцінки. Для полегшення роботи з обліком необхідно обирати той метод вибуття запасів, який найбільше підходить для певної галузі.

У дослідженні було розглянуто теоретичні питання щодо оцінки та обліку виробничих запасів, їх класифікація, наведено способи формування вартості запасів для подальшого їх використання у виробничому процесі, зазначено цілі проведення незалежної оцінки, а також визначено необхідність застосування незалежної оцінки в сучасних умовах господарювання.

Подальші дослідження стосовно оцінки виробничих запасів необхідно направити на вдосконалення методики оцінки запасів, їх обліку та наближення даної практики до зарубіжного досвіду не лише на папері, а й у справах та результатах роботи.

Наук. керівн. Сфремова Л. В.

Література: 1. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства : підручник / С. Ф. Покропивний. – [2-ге вид., переробл. і доп.] – К. : КНЕУ, 2005. – 528 с. 2. Сонко В. Бухгалтерський облік : навч. посібн. для студентів спеціальності "Облік і аудит" вищ. навч. закл. / В. Сонко. – Тернопіль : Астон, 2005. – 496 с. 3. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансований облік / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : РУТА, 2001. – 608 с. 4. Лень В. С. Бухгалтерський облік в Україні : основи та практика : навч. посібн. / В. С. Лень, В. В. Гливіченко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 556 с. 5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 9 "Запаси", затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 20.10.99 р. № 246. 6. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. 7. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні : Закон України № 2658-III від 12 липня 2001 року. 8. <http://www.rentagroup.com.ua>. 9. Загальні засади оцінки майна і майнових прав : Національний стандарт № 1 ; затверджений Постановою КМУ від 10 вересня 2003 р. № 1440. 10. Омелянович М. Оцінка вибуття запасів: вивчаємо методи / М. Омелянович // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – № 47.

УЗАГАЛЬНЕННЯ НАУКОВИХ КОНЦЕПЦІЙ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто та узагальнено наукові підходи щодо визначення дефініції "активи" та запропоновано узагальнююче визначення цього поняття.

Аннотация. Рассмотрены и обобщены научные подходы к дефиниции "активы" и предложено обобщенное определение этого понятия.

Annotation. Scientific approaches to the definition of "assets", and definition of this concept are reviewed, and summarized is proposed.

Ключові слова: активи, капітал, активи підприємства, баланс, економічні ресурси, економічний потенціал, прибуток, фінансовий результат.

Першочерговою метою створення будь-якого підприємства є отримання прибутку, що є неможливим без наявності устаткування, будівель, сировини, матеріалів та інших активів, які в процесі переносять свою вартість на вартість готової продукції або послуг. Тому матеріальною основою будь-якого підприємства є засоби праці і предмети праці, які він витрачає в процесі своєї діяльності. Ключову роль у реалізації стратегії підприємства займають проблеми достатності активів, механізм їх планування і поповнення, аналіз ефективності їх використання.

Однією з основних умов успішної діяльності підприємств є формування та ефективне використання активів. Тож поняття "активи" є надзвичайно важливою категорією у обліковому, фінансовому, управлінському, правовому та інших аспектах економічної діяльності підприємств. Потреба подальшого розвитку й удосконалення питання активів підприємства і визначила актуальність обраної теми статті.

З розвитком економіки збільшився інтерес до питання ефективності формування й використання активів. Багато економістів намагалися трактувати поняття "активи" зі своєї точки зору, але нерідко ці визначення кардинально різнились одне від одного. Тому і виникає необхідність їх систематизації та узагальнення. Питанню дослідження сутності поняття "активи" присвячені роботи Бланка І. А., Василенко Л. П., Данилюк М. А., Загороднього А. Г., Вознюка Г. Л., Коваленко Л. А., Ремньова Л. М., Крамаренко Г. О., Поддєрьогіна А. М., Савчук В. П., Стоянова Є. С., Суторміної В. М., Федосова Н. С., Філімоненков А. С., Шелудько В. М. та ін.

Метою дослідження є узагальнення наукових підходів щодо визначення поняття "активи" та написання власного визначення, враховуючи всі аспекти цього поняття.

Завдання дослідження:

розглянути визначення поняття "активи", подані вітчизняними та зарубіжними науковцями;

узагальнити існуючі визначення цього поняття у певні групи за однорідними ознаками.

Об'єктом дослідження є виробниче підприємство.

Предмет дослідження – поняття "активи".

Активи становлять економічні ресурси підприємства у різних видах, які використовуються в процесі здійснення господарської діяльності. Вони формуються для конкретних цілей здійснення цієї діяльності відповідно до місії і стратегії економічного розвитку підприємства і у формі сукупних майнових цінностей характеризують основу його економічного потенціалу.

У вітчизняних і зарубіжних теоріях існують різні підходи до визначення поняття "активи". Проте в них нерідко простежується однакова економічна сутність. Але, на жаль, визначення кожного з учених характеризує в основному якусь одну характеристику активів, не розглядаючи з усіх боків їх характерні риси: хтось відзначає отримання економічних вигод від їх використання, інші – джерела їх формування або мету застосування (рисунок).

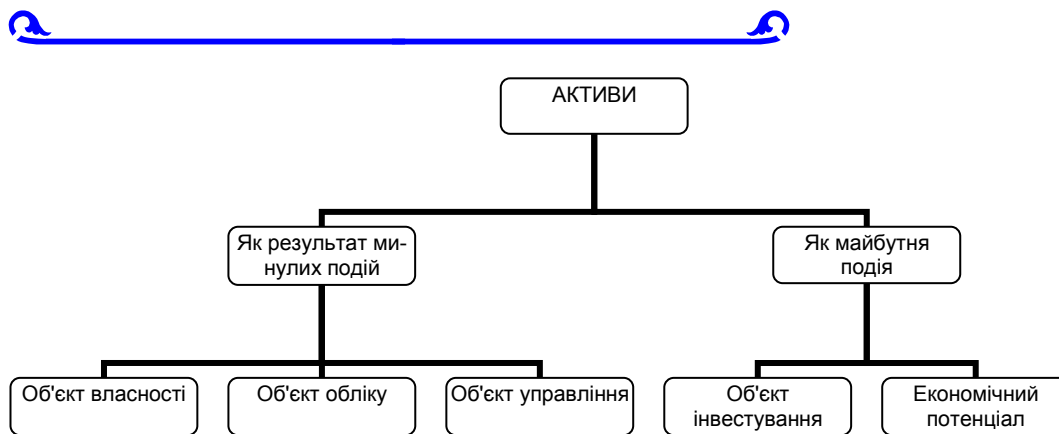


Рис. Наукові підходи щодо визначення поняття "активи"

Тож детальніше розглянемо кожну групу вчених.

Перша група вчених розглядає активи підприємства як економічний потенціал, який в результаті вдалого використання веде до отримання економічних вигод.

До цієї групи належить положення (стандарт) бухгалтерського обліку, № 2 "Баланс", який визначає активи як ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, призведе до надходження економічних вигод у майбутньому [1].

Згідно з цим визначенням на перший план виходять активи підприємства не як матеріальні цінності, а як їх вартісне вираження, яке враховується в активі балансу і приводить до отримання фінансового результату.

Вчені, котрі дотримуються такої думки (Поддєрьогін А. М., Савчук В. П.), не вказують конкретних джерел, за рахунок яких повинні бути сформовані ті чи інші активи, а також не обґрунтовують право власності підприємства на активи (крім Савчук В. П.).

Друга група вчених зосереджується на праві власності підприємства на активи. Вчені цієї групи акцентують увагу на тому, що активи становлять майно підприємства, яке сформовано за рахунок власних або залучених ресурсів, тобто вимагають інвестування конкретного капіталу. Проте ні в одному з визначень не наведена основна мета використання активів (Коваленко Л. А., Ремньова Л. М., Шелудько В. М., Крамаренко Г. О., Чорна А. Є., Філімоненков А. С.).

Також існує науковий підхід до розгляду активів з точки зору об'єкта управління, і це справді правильно, оскільки ведення операційного процесу передбачає використання переважної більшості видів активів підприємства. Слід зауважити, що серед усіх функцій управління у визначенні активів найбільша увага приділяється саме функції контролю [2, с.122]. Такої наукової думки дотримуються Бланк І. О., Василенко Л. П., Загородній А. Г. та Вознюк Г. Л.

Найбільше уваги управлінню активами в цілому, а не за їх окремими складовими, приділяє Бланк І. О. Він визначає активи як економічні ресурси підприємства у формі сукупних майнових цінностей: все майно, яким володіє підприємство і яке відбите в його балансі, відноситься до активів підприємства [3, с.101]. Автор визначає всі суттєві ознаки активів, характеризує їх з різних боків.

Також вчені розглядають активи як частину бухгалтерського балансу, яка відображає на певну дату всі належні підприємству активи (матеріальні цінності, кошти, боргові вимоги); майнові права (майно), що належать фізичній або юридичній особі; перевищення грошових надходжень держави, одержуваних з-за кордону, над її закордонними виплатами. Даний підхід до визначення фінансової сутності категорії "активи" є найбільш комплексним, де висвітлюються матеріальні та фінансові характеристики поняття, а також дається більш широке обґрунтування правовому аспекту категорії "активи".

Важливим є також урахування думок зарубіжних вчених по суті поняття "активи". Зарубіжні вчені Джейм К. Ван Хорн, Джон М. Вахович, Брігем Є. Ф. розглядають активи як об'єкт інвестування [4, с. 402], як економічний потенціал капіталу (Р. Брейлі, С. Майерс) [5, с. 744]. Також економічним потенціалом активи вважають й інші зарубіжні вчені.

Таким чином, зарубіжні вчені у визначенні активів акцентують увагу на ролі активів у забезпеченні основної цілі діяльності підприємства – отримання максимального прибутку.

Щодо представлених визначень поняття "активи" слід зазначити, що як вітчизняні, так і зарубіжні вчені розглядають поняття лише з одного боку, та кожне визначення є по суті правильним, але не вміщає всю економічну сутність цієї категорії разом.

Отже, проаналізувавши й узагальнивши наукові підходи до визначення поняття "активи", можна зробити такий висновок: активи – це комплексне поняття і розглядати їх лише з одного боку є помилкою. Активи, по-перше, можуть бути розглянуті як результат минулих подій та як майбутня дія; по-друге, як результат минулих подій – як: об'єкт власності, об'єкт обліку, об'єкт управління; як майбутня дія – як: об'єкт інвестування, економічний потенціал.

Тож найправильнішим буде дати визначення активам з урахуванням усіх цих факторів: активи – сукупність цінностей, якими володіє підприємство і використовує для здійснення господарської діяльності з метою одержання економічних вигод у майбутньому, вони піддаються контролю й обліку підприємством, та їх використання характеризується впливом факторів часу, ризику і ліквідності, відображають інвестиційні рішення на підприємстві.

Активи підприємства є тими ресурсами, які повинні забезпечити ефективне функціонування підприємства і використання яких має здійснюватися з урахуванням факторів часу, ризику і ліквідності. Крім того, важливе визнання того, що активи є тими ресурсами, які відображають інвестиційні рішення на підприємстві, оскільки є результатом конкретних вкладень як власного, так і позикового капіталу підприємства.

Наук. керівн. Піддубна Л. І.

Література: 1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 "Дебіторська заборгованість" від 08.10.1999 р. № 237 / Наказ Міністерства фінансів України, із змінами і доповненнями. 2. Петруня Н. В. Концептуальні підходи до визначення сутності активів підприємств : наукове видання / Н. В. Петруня // Облік і фінанси АПК. – 2011. – № 1. – С. 120–124. 3. Бланк І. А. Фінансовий менеджмент : навчальний курс / І. А. Бланк. – К. : Ніка-Центр, 1999. – 528 с. 4. Загородний А. Г. Финансовый словарь / А. Г. Загородний, Г. Л. Вознюк. – 3-е изд., перераб. и доп.– М. : Знание, 2000. – 587 с. 5. Шелудько В. М. Финансовый менеджмент : учебн. пособ. / В. М. Шелудько. – М. : Пресс, 2002. – 535 с. 6. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18, 19–20, 21–22, зі змінами та доповненнями. 7. Цивільний кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40–44, зі змінами та доповненнями.

УДК 347.191.11

Романець І. В.

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ВІДЧУЖЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ПРАВ

Анотація. Проаналізовано основні способи відчуження корпоративних прав. Визначено переваги та недоліки кожного зі способів, а також розглянуто аспекти бухгалтерського та податкового обліку способів відчуження корпоративних прав.

Аннотация. Проанализированы основные способы отчуждения корпоративных прав. Определены преимущества и недостатки каждого из способов, а также рассмотрены аспекты бухгалтерского и налогового учета способов отчуждения корпоративных прав.

Annotation. The main methods of disposal of corporate rights are analyzed in the article. The advantages and disadvantages of each of these methods are determined and some accounting and tax accounting aspects of disposal of corporate rights methods are examined.

Ключові слова: корпоративні права, способи відчуження, учасник товариства.

Питання, що стосуються корпоративних інтересів суб'єктів господарювання, набувають особливого значення в сучасних умовах розвитку України. Визначення змісту їх інтересів є гарантією надання їм справедливої оцінки з боку законодавця, інших суб'єктів господарювання в умовах конкуренції та збалансування з численними приватними та публічними інтересами, що в цілому має сприяти реалізації економічної стратегії української держави.

Розповсюджені останнім часом корпоративні конфлікти часто мають руйнівну силу та викривають суттєві недоліки внутрішнього регулювання корпоративної політики. У той же час однією із причин численних конфліктів в організаціях є питання відчуження корпоративних прав їх учасниками. Саме тому потребують додаткового дослідження питання, пов'язані з різними способами відчуження прав на корпоративне управління суб'єктом господарювання та їх наслідками для власників корпоративних прав та організації в цілому.

Особливості різних способів відчуження корпоративних прав стали предметом дослідження багатьох вчених – теоретиків та практиків. До них належать Пилипенко О. І. [1], Лаврінченко І. А. [2], О. Гнатів [3]. Однак незважаючи на їх напрацювання, залишаються не до кінця вирішеними питання, пов'язані з аналізом одночасного для корпорації та власника корпоративних прав ефекту від відчуження корпоративних прав останнім.

Метою дослідження виступає аналіз різних способів відчуження корпоративних прав та визначення результатів цих процесів для власників корпоративних прав та організації в цілому.

Для досягнення заданої мети необхідно виконати наступні завдання: визначити існуючі способи відчуження корпоративних прав; виявити їх переваги та недоліки для зацікавлених осіб; визначити особливості бухгалтерського та податкового обліку при відчуженні корпоративних прав.



Об'єктом дослідження виступають способи відчуження корпоративних прав.

Предметом дослідження є особливості різних способів відступлення корпоративних прав, їх переваги та недоліки, а також наслідки відображення у бухгалтерському та податковому обліку.

До способів відчуження корпоративних прав можна віднести: продаж старим учасником своєї частки третій особі; продаж старим учасником своєї частки товариству; дарування старим учасником своєї частки новому учаснику; вихід учасника з одночасним уведенням нового учасника без зміни розміру статутного фонду.

1. Відчуження учасником товариства своєї частки або її частини третім особам допускається, якщо інше не встановлено Статутом товариства відповідно до ст. 53 Закону України "Про господарські товариства". При цьому частка учасника товариства може бути відчужена лише в тій частині, в якій її уже сплачено.

Слід зазначити, що учасники товариства користуються переважним правом купівлі частки учасника пропорційно до розмірів своїх часток. Однак Законом встановлено, що якщо учасники товариства не скористаються своїм переважним правом протягом місяця з дня повідомлення про намір учасника продати частку або протягом іншого встановленого строку, то частка учасника може бути відчужена третій особі [4].

До переваг даного способу відноситься те, що, по-перше, не виникає необхідності розрахунку суми, пропорційної частці старого учасника в статутному фонді, яка підлягала б виплаті при його виході з товариства. По-друге, в податковому обліку товариства, з якого виходить учасник, дана операція не знаходить свого відображення.

Наслідком даного способу відчуження корпоративних прав для організації є те, що її податковий та бухгалтерський облік при цьому не змінюються. Дана ситуація є результатом того, що угода з продажу частки товариства укладається між двома фізичними особами і тому підприємство до неї не причетне.

2. Викуп товариством частки старого учасника означає саме її продаж фізичною особою і ні в якому разі не безкоштовну передачу прав при виході з товариства. Саме тому даний спосіб має досить негативні для організації наслідки з точки зору податкового обліку.

Договір купівлі-продажу корпоративних прав має укладатися між старим учасником і товариством. При цьому необхідно пам'ятати, що викуплену частку товариство має продати іншим учасникам або третім особам протягом одного року або зменшити свій статутний фонд.

Перевагою даного способу для учасника, який виходить з товариства, є, перш за все, надійність угоди, адже укладення договору з товариством свідчить про більшу ймовірність отримання плати за продану частку.

На відміну від попереднього способу в даному випадку операції від відчуження корпоративних прав відображаються як у бухгалтерському, так і в податковому обліку. По-перше, підприємство має відобразити витрати і доходи від здійснення операцій з часткою старого учасника в податковому обліку. По-друге, операції з продажу корпоративних прав не є об'єктом оподаткування податком на додану вартість. По-третє, при купівлі частки у старого учасника товариство не має утримувати з визначеної суми податок з доходів фізичних осіб (ПДФО), адже оподаткуванню підлягає не весь дохід за такою операцією, а тільки прибуток.

У випадку такого відчуження корпоративних прав товариство виступає своєрідним інформатором, показуючи факт появи ПДФО за допомогою відповідної звітності (форма 1-ДФ) та не стягуючи податку. Фізична особа, у свою чергу, подає декларацію з податку на доходи фізичних осіб та самостійно сплачує податок до бюджету [5].

3. При даруванні частки старим учасником новому вартість подарованих корпоративних прав визначається за погодженням сторін. Законом не встановлено порядок і методику оцінки подарованих корпоративних прав, тому немає і необхідності проведення незалежної оцінки вартості такого подарунку.

Перевагою цього способу відступлення корпоративних прав є те, що новому учаснику не потрібно проводити розрахунки з учасником, який виходить з товариства, а, відповідно, витратити на цей процес необхідну суму грошових коштів.

Відповідно до ст. 170 Податкового кодексу України корпоративні права, подаровані платнику податку чи успадковані ним, вважаються придбаними за вартістю, що дорівнює сумі державного мита та ПДФО, сплачених у зв'язку з таким даруванням чи успадкуванням [5].

Щодо наслідків для товариства необхідно зазначити, що в його бухгалтерському та податковому обліку дана операція не відображається, адже угода укладається між двома фізичними особами.

4. Відповідно до Закону України "Про господарські товариства" учасник може вийти з товариства, повідомивши про це не пізніше, ніж за три місяці до виходу, якщо інше не передбачено статутом. Вихід учасника з товариства супроводжується, у свою чергу, зменшенням статутного фонду. Товариство може і не зменшувати розмір статутного фонду, однак для цього вихід старого учасника та введення нового мають бути оформлені одним протоколом, не зачіпаючи при цьому розміру частки у статутному фонді старого, а відповідно, і нового учасника [4].

Даний спосіб може виправдати себе тільки у тих випадках, коли вартість майна товариства на момент виходу учасника не дуже відрізняється від його вартості на момент формування статутного фонду.

Особливістю, і одночасно недоліком, вказаного способу відчуження корпоративних прав є те, що тут виникає необхідність розрахунку вартості майна підприємства пропорційно частці учасника, який виходить. Якщо ця сума перевищує розмір внеску до статутного фонду, то товариство має сплатити ПДФО, нарахований на суму, яку отримує старий учасник при виході з товариства.



Даний спосіб передбачає відображення у бухгалтерському обліку як зменшення, так і збільшення статутного фонду, навіть якщо рішення про вихід старого учасника і прийняття нового затверджено одним протоколом зборів учасників товариства.

Методи відчуження корпоративних прав є надзвичайно важливою економічною категорією, що потребує ретельного дослідження. Економічну захищеність зацікавлених осіб у даній сфері можна впевнено вважати передумовою стабільності та подальшого підвищення потенціалу вітчизняних корпорацій.

Хоча розгляд корпоративних прав на сьогоднішній день цікавить багатьох вчених, недостатньо дослідженими залишаються деякі проблеми набуття та відчуження корпоративних прав у розрізі податкового навантаження, а також відображення у бухгалтерському обліку як для учасників товариства, так і для організації в цілому.

Наук. керівн. Єфремова Л. В.

Література: 1. Пилипенко О. І. Розрахунки з власниками корпоративних прав у випадку виходу з товариства: обліковий аспект [Електронний ресурс] / О. І. Пилипенко. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>. 2. Лавріненко І. А. Відчуження частки учасником ТОВ третій особі [Електронний ресурс] / І. А. Лавріненко. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>. 3. Гнатів О. Особливості договорів про передання прав за пайовими цінними паперами [Електронний ресурс] / О. Гнатів. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>. 4. Про господарські товариства : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 5. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.sta.gov.ua.

УДК 332.74

Овчаренко Я. П.

Студент 6 курсу
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ В УКРАИНЕ

Аннотация. Рассмотрены теоретические особенности оценки земель сельскохозяйственного назначения в Украине.

Анотация. Розглянуто теоретичні особливості оцінки земель сільськогосподарського призначення в Україні.

Annotation. The theoretical aspects of the specifics of agricultural land assessment in Ukraine are regarded.

Ключевые слова: сельскохозяйственные земли, земельный участок, оценка.

Проблема оценки сельскохозяйственных земель является актуальной не только в связи с переходом сельскохозяйственных предприятий на выплату фиксированного сельскохозяйственного налога, в основу которого положено нормативно денежную оценку, но и предстоящей отменой моратория на продажу сельскохозяйственных земель.

За последние годы проблеме оценки земель посвящено большое количество научных трудов отечественных ученых. Наиболее весомый вклад в научную теорию оценки земель сделали Веденичев П. В., Гнаткович Д. И., Гуцуляк Г. О., Дорогунцов С. И., Магазинчиков Т. П. и др.

Целью исследования является рассмотрение теоретических аспектов экономической оценки земель сельскохозяйственного назначения.

В соответствии с целью поставлены такие задачи: изучение современных теоретических основ экономической оценки земель и определение списка документов необходимых для проведения оценки.

Объектом исследования являются особенности экономических аспектов в процессе оценки земель сельскохозяйственного назначения.

В соответствии с действующим законодательством оценка земельных участков осуществляется следующими подходами: доходным (капитализация чистого дохода от использования земельного участка), сравнительным (сопоставление стоимости продажи подобных земельных участков), подход "остатка земли" (учет затрат на земельные улучшения) [1].

Оценка земли имеет свою специфику в силу характерных особенностей объекта исследования. Специалисты данной отрасли разделяют термины "земля" и "земельный участок". Под тер-



мином "земля" предполагается неосвоенная территория, "земельный участок" же – напротив, территория не только освоенная, но и готовая к использованию данной территории по целевому назначению. Оценка земельного участка – процесс определения стоимости части поверхности земли, имеющей фиксированные границы и площадь, правовой статус и местоположение. Земельный участок в зависимости от целевого назначения может быть делимым и неделимым. Оценка земельных участков в городской черте производится в корреляции с плотностью застройки, экологического состояния, престижностью района, характера окружающего землепользования и др. Оценка земель необходима для вычисления рыночной стоимости права собственности на землю при продаже, либо права пользования на условиях аренды.

Оценка земель проводится на основании анализа цен заключенных сделок или цен предложений на продажу аналогичных земельных участков, а также прогнозируемых будущих доходов от ее использования. При этом основными факторами, влияющими на стоимость сельскохозяйственной земли, являются: местоположение, наличие или близость инженерных систем и коммуникаций, целевое назначение и разрешенное использование, транспортная доступность и удобство подъездных путей, а также наличие инфраструктуры, водоема, леса. Немаловажными факторами, влияющими на стоимость сельскохозяйственной земли, используемой в сельскохозяйственных целях, является плодородность почв и экологические факторы [2].

Оценка сельскохозяйственной земли необходима при:

- покупке или продаже;
- кредитовании под залог сельскохозяйственной землей;
- принятии управленческих и инвестиционных решений;
- ущербе, нанесенном сельскохозяйственной земле;
- кадастровой оценке;
- внесении земли в качестве вклада в уставный капитал;
- инвестиционной мотивации партнеров и привлечения дополнительных инвестиций в бизнесе [2].

При определении стоимости земель сельскохозяйственного назначения оцениваться могут: собственно сельскохозяйственные и иные угодья или незастроенные земельные участки, предназначенные для ведения сельскохозяйственного производства или обеспечивающие его; застроенные земельные участки с расположенными на них постройками разного назначения и использования;

земельные доли.

Список документов и сведений, предоставляемых оценщику для оценки сельскохозяйственной земли:

документ, устанавливающий право на оцениваемую сельскохозяйственную землю (собственность, аренда, иное);

кадастровый план оцениваемой сельскохозяйственной земли;

сведения о наличии или близости к сельскохозяйственной земле инженерных систем и коммуникаций;

тип и состояние улучшений оцениваемой сельскохозяйственной земли;

сведения о текущем и предполагаемом использовании сельскохозяйственной земли;

сведения о межевании оцениваемой сельскохозяйственной земли;

сведения о бонитете почв сельскохозяйственной земли;

сведения о наличии обременений (сервитутов) у оцениваемой сельскохозяйственной земли, включая обременение залогом или иными долговыми обязательствами;

сведения о заказчике оценки сельскохозяйственной земли:

для юридических лиц: организационно-правовая форма; полное наименование; место нахождения;

для физических лиц: Ф.И.О. заказчика; контактный телефон; серия и номер документа, удостоверяющего личность, дата выдачи и орган, выдавший указанный документ.

Оценщику непременно должны быть известны цели, для которых производится оценка сельскохозяйственной земли, чтобы в зависимости от назначения оценки определить вид оцениваемой стоимости данной сельскохозяйственной земли (рыночная, ликвидационная, инвестиционная).

В основе оценки рыночной стоимости земель сельскохозяйственного назначения лежит теория земельной ренты или избыточного дохода, который образуется при использовании земли для получения сельскохозяйственной продукции. В свою очередь, данный доход определяется не только природными условиями и качеством земли, но и ценами на производимую продукцию, ее количеством, спросом и предложением на сельхозпродукцию, складывающимся на рынках сбыта, уровнем оплаты труда и других издержек в сельскохозяйственном производстве, а также преобладающей ставкой процента на капитал и сложившейся нормой прибыли в сельском хозяйстве [3].

Основными факторами, влияющими на стоимость сельскохозяйственных земель, являются:

1. Природно-климатические условия, определяющие тип и основные направления ведения сельскохозяйственного производства и выбор наилучших или наиболее доходных для данной местности культур; тип землепользования, направление ведения сельскохозяйственного производства и основные формы организации сельского хозяйства; структура посевных площадей и преобладающие системы севооборотов; виды сельскохозяйственных угодий и производимых товарных культур плодородие, технологические свойства и другие характеристики качества почв и рельефа, влияющие на урожайность сельскохозяйственных культур и продуктивность сельскохозяйственных земель.

2. Местоположение относительно рынков сбыта сельскохозяйственной продукции, первичной переработки продукции и центров технического обслуживания.
3. Улучшения, произведенные с сельскохозяйственными угодьями.
4. Плотность занятость населения, различные социально-демографические особенности.
5. Цены на горюче-смазочные материалы и сельскохозяйственную технику.
6. Инфраструктура хозяйства [1].
- Подводя итоги, можно сделать выводы:
- во-первых, проблемы оценки земель сельскохозяйственного назначения являются:
- устаревшая информационная база;
 - не учет факторов влияющих на стоимость земли;
 - специфические факторы;
- во-вторых, необходимо больше внимания уделить рассмотрению и изучению особенностей документооборота при оценке сельскохозяйственных земель.

Научн. рук. Ефремова Л. В.

Литература: 1. Закон Украины об оценке земель с изменениями от 17.11.2009 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.rada.gov.ua. 2. Будзак В. М. Проблемы денежной оценки земель сельскохозяйственного назначения в Украине / В. М. Будзак // Производительные силы и региональная экономика. – 2008. – Ч. 2. – С. 34–40. 3. Таскин Н. И. Принудительное прекращение права собственности на земельный участок : автореф. дисс. канд. юрид. наук / Н. И. Таскин. – Краснодар, 2008. 4. Ковалева О. М. Емкость рынка сбыта продукции как фактор оценки земли / Ковалева О. М. // Экономика АПК. – 2003. – № 3. – С. 127–129.

УДК [336.14:352]:94(477.54)"190+200"

Покотило Ю. Ю.

Студент 6 курсу
фінансового факультету ХНЕУ

БЮДЖЕТ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ПОЧАТКУ XX ТА XXI СТОЛІТТЯ

Анотація. Проаналізовано досвід органів земського самоврядування Харківської губернії у сфері формування муніципального бюджету, який було порівняно з аналогічним формуванням бюджету у перші роки незалежності України та із сучасним станом виконання бюджету Харківської області.

Аннотация. Проанализирован опыт органов земского самоуправления Харьковской губернии в сфере формирования муниципального бюджета, который был сравнен с аналогичным формированием бюджета в первые годы независимости Украины и с современным состоянием выполнения бюджета Харьковской области.

Annotation. In this article experience of organs of zemskogo self-government of the Kharkov province is analysed in the field of forming a municipal budget which was compared with the analogical forming a budget in the first years of independence of Ukraine and with the modern state of implementation of budget of the Kharkov area.

Ключові слова: доходи, бюджети земств і повітів, податковий тягар, видаткова частина.

Як і сто років тому, так і сьогодні, органи місцевого самоврядування зіштовхуються з проблемою нестачі фінансових ресурсів. Тому формування доходів бюджету та їх ефективне використання є дуже актуальним і сьогодні.

Земство в Україні з'явилося у середині XIX століття, що сприяло управлінню коштами на місцях. Від жовтня 1865 року органи земського самоврядування почали функціонувати і у Харківській губернії. У зв'язку з цим вивчення досвіду впровадження земств як розпорядника коштів становить інтерес з точки зору суспільного, соціального та особливо економічного розвитку губернії.

Цікавим буде прослідити рівень відхилення дохідної частини бюджету від видаткової по Харківській області протягом століття (табл. 1).

© Покотило Ю. Ю., 2012

Виконання дохідної та видаткової частин бюджету Харківської області [1 – 5]

Рік	Доходи	Видатки	Відхилення	
			абсолютне, ум. од.	відносне, %
1907, руб.	2 762 558	2 781 025	- 18 467	99,34
1908	2 924 315	2 830 233	94 082	103,32
1909	3 050 237	2 938 764	111 473	103,79
1910	3 474 749	3 337 814	136 935	104,10
1911	4 262 761	4 242 142	20 619	100,49
1912	5 174 215	5 126 632	47 583	100,93
1913	5 980 047	5 980 047	0	100,00
1914	6 884 109	6 884 109	0	100,00
1915	8 038 677	8 038 677	0	100,00
1916	11 121 488	11 121 388	100	100,00
1917	16 677 651	16 677 642	9	100,00
1924/1925	32 535 945	32 535 945	0	100,00
1925/1926	56 338 029	56 338 029	0	100,00
1992, млрд крб	49,1	76,8	- 27,7	63,93
1993	1 984,9	2 289,9	- 305	86,68
1994	20 923,7	25 225,9	- 4 302,2	82,95
1995	82 759,6	97 211,1	- 14 451,5	85,13
2000, тис. грн	945 256,5	934 646,6	10 609,9	101,14
2001	1 353 615,5	1 343 453,6	10 161,9	100,76
2002	1 746 328,6	1 674 448,5	71 880,1	104,29
2003	2 016 302	203 6251,9	- 19 949,9	99,02
2004	2 349 600	2 381 106,7	- 31 506,7	98,68
2005	2 908 757,7	2 949 256,9	- 40 499,2	98,63
2006	4 092 950,1	4 071 391,8	21 558,3	100,53
2007	5 630 266,7	5 391 470,5	238 796,2	104,43
2008	7 495 945,2	7 397 845,2	98 100	101,33
2009	7 303 496,1	7 289 496,0	14 000,1	100,19
2010	8 359 513,3	8 438 513,2	- 78 999,9	99,06

Як видно з табл. 1, на початку XIX століття протягом 20 років бюджет Харківської губернії був профіцитним, окрім 1907 року, в якому видатки перевищили доходи лише на 0,66 % (або 18 467 руб.). Слід зазначити, що з 1913 по 1926 роки видатки та доходи губернського бюджету співпадали копійка до копійки, до того ж таке явище більш не траплялося протягом періоду, що був проаналізований. Цікавим є той факт, що в 30-ті роки XIX століття бюджетний період відрізнявся від відомого нам за всі роки існування незалежної України та визначеного в чинному законодавстві. Так, у 1924/1925 та 1925/1926 роках бюджетний період починався 1 жовтня та закінчувався 31 вересня.

Значні зміни в бюджеті відбулися після отримання Україною статусу незалежної країни. Так, видаткова частина бюджету Харківської області в 1992 році перевищила дохідну більш ніж на 36 %, що в абсолютному значенні становить 27,7 млрд крб. У наступні три роки ситуація була кращою, але дохідна частина все ж таки недовиконувалася на 13,3; 17,1; 14,9 % відповідно. Така нестабільність у виконанні бюджетного процесу пояснювалася переломним періодом у розвитку України, що викликало збій у діяльності законодавчої та виконавчої влади, спричинило безладдя в політичній, соціальній, економічній сферах, що не могло не вплинути на бюджетні процеси в країні та за її межами. Починаючи з 2000 року, ситуація щодо формування та виконання бюджету області, і країни в цілому, стабілізувалися. Протягом десяти років (2000 – 2010 рр.) дохідна частина бюджету Харківської області виконувалася більш ніж на 100 %, винятком були 2003 – 2005 та 2010 роки, коли доходи були недовиконані усього на 0,98 – 1,37 %.

Проаналізуємо як змінювалася питома вага дохідної частини окремих повітів (районів) Харківської області у загальній сумі доходів по губернії (області) у певні періоди XX століття. В статистичній звітності за 1912 – 1913 роки виділялося 11 повітів. У наш час виділяють 27 районів. Аналіз у табл. 2 подано за 6 повітами та Харківському уїзду, за якими зібрані достовірні дані для співставлення.

Отже, в 1912 – 1913 роки найбільша питома вага доходів у загальній сумі дохідної частини Харківської губернії приходилася на Вовчанський повіт та склала 12,5 %, частка доходів Харківського повіту становила 8,9 %. Питома вага інших повітів була меншою, у середньому у 2 – 3 рази, ніж у Вовчанському повіті. За часи існування України у складі Радянського Союзу частка бюджету міста Харкова складала майже 90 % у зведеному бюджеті Харківської області, тому, відповідно, на всі райони разом приходилося 10 %, а на розглянуті в табл. 2 лише 1,92 %. Таким чином, питома вага дохідної частини кожного окремого району складала не більше 0,38 %.

Таблиця 2

Питома вага дохідної частини окремих регіонів Харківської області у загальній сумі доходів обласного бюджету [3; 5; 6]

Повіт	1912, руб.	%*	1913, руб.	%*	1924/1925, руб.	%*	2008, тис. грн	%**	2009, тис. грн	%**
Богодухівський	612 246,52	4,75	635 340,31	4,10	112 426	0,35	13 813,0	0,18	18 296,3	0,25
Валківський	585 230,86	4,54	630 800,24	4,07	62 055	0,19	12 408,3	0,17	15 820,0	0,22
Вовчанський	1 608 347	12,49	1 692 362	10,91	84 304	0,26	19 633,5	0,26	26 126,3	0,36
Змітський	599 383,81	4,65	739 230,38	4,76	65 811	0,20	29 600,9	0,39	38 630,3	0,53
Ізюмський	680 977,51	5,29	796 736,2	5,14	105 855	0,33	6 880,5	0,09	8 282,2	0,11
Куп'янський	701 275,54	5,45	934 112,61	6,02	68 824	0,21	7 229,1	0,10	8 605,1	0,12
Харківський	1 150 481,19	8,93	1 473 980,56	9,50	124 916	0,38	73 504,4	0,98	103 845,0	1,42
м. Харків	3 812 498,66	29,60	4 927 282,54	31,76	29 056 130	89,30	1 439 193,3	19,20	1 899 507,9	26,01
РАЗОМ по губернії (області)	12 879 189,4		15 514 338		32 535 945		7 495 945,2		7 303 496,1	

Примітка: %* – відношення до загальної суми доходів по губернії;
%** – відношення до загальної суми доходів по області.

У 2008 – 2009 роках питома вага досліджуваних районів слабо відрізнялася від ситуації, яка склалася 85 років тому. Але тепер дане явище пояснювалося не великою концентрацією бюджетних коштів у місті обласного значення, а появою значно більшої кількості районів в області. У цілому ситуація має певну схожість: серед районів найбільшу питому вагу мав Харківський район і значна частка доходів концентрувалася у місті Харкові.

Порівнюємо обкладення податками на одного мешканця Харківської області в різні часи (таблиці 3, 4).

Таблиця 3

Розрахунок податків на 1 мешканця Харківської губернії у 1913 році, руб. [6]

Повіти	Приходиться на 1 мешканця	
	у руб.	у грн 2010 року
Вовчанський	5,05	318,15
Сумський	2,56	161,28
Богодухівський	2,24	141,12
Лебединський	2,24	141,12
Ахтирський	2,16	136,08
Куп'янський	2,14	134,82
Старобельський	2,02	127,26
Валківський	1,97	124,11
Харківський	1,97	124,11
Змітський	1,72	108,36
Ізюмський	1,53	96,39
Разом по губернії повітового збору	2,23	140,49
Губернського збору	0,96	60,48
Усіх зборів	3,19	200,97

Таблиця 4

Розрахунок податків на 1 мешканця Харківської області у 2008 – 2010 роках, грн [3]

Район	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Вовчанський	227,02	233,02	297,24
Первомайський	408,54	485,79	602,61
Харківський	337,19	381,31	544,77
Харківська область	512,39	649,26	950,24



Найбільший податковий тягар приходився на мешканців Вовчанського повіту – 5,05 царських рублів. По інших повітах рівень обкладення коливався в межах 1 рубля, сягаючи максимуму – 2,56 руб. у Сумському повіті, та мінімуму – 1,53 руб. в Ізюмському повіті.

Цікавим буде прослідити, наскільки змінилася тяжкість обкладення податками по Харківській області через століття.

З табл. 4 видно, що протягом 2008 – 2010 років найбільший податковий тягар приходився на 1 мешканця Первомайського району. На другому місці знаходиться Харківський район, а на останньому Вовчанський. Слід відмітити, що поступове зростання абсолютних показників у 2008 – 2009 роках змінилося значним стрибком з 2009 на 2010 рік. Приріст склав 27,5; 24; 42,6; 46,4 %, відповідно за зазначеними у табл. 4 районами.

Але як же порівняти дані по районах Харківської області на початку ХХ століття, зазначені в царських рублях, з аналогічними на початку ХХІ ст., розрахованих у гривнях? Адже ми не маємо якогось певного курсу, щоб прирівняти рубль 1913 року до гривні 2010 року. Тому слід звернутись до авторів, яких теж зацікавило це питання. В. Губернієв, розділивши сучасні ціни на продукти на приведені до тих же одиниць ціни початку ХХ століття, отримав ряд коефіцієнтів. Середній коефіцієнт у нього вийшов – 236. Таким чином, по паритету купівельної спроможності відносно продуктів харчування 1 рубль початку ХХ століття (до 1914 року) приблизно рівний 236 російським рублям на 2010 рік [7].

За даними Національного банку України, курс гривні до рубля за підсумками 2010 року коливався у межах 0,37 – 0,38. Візьмемо середній курс (0,375) та отримаємо, що за паритетом купівельної спроможності відносно продуктів харчування 1 рубль початку ХХ століття приблизно дорівнював 63 гривням за станом на 2010 рік.

Перерахувавши царські рублі 1913 року за податками на 1 мешканця, що наведено в графі 3 табл. 3, та порівнявши з даними податкоспроможності на 1 мешканця Харківської області та окремих районів, можна зробити висновки, що податкоспроможність у царські часи була майже такою, як і на сьогоднішній час у ринковій економіці. Це наочно підтверджується даними Вовчанського району, який за 100 років майже не змінився.

Таким чином, дослідивши податкоспроможність Харківської області у різні часи, слід визначити, що жодні зміни у реформуванні економіки, податкової системи не призвели до покращення бюджетного процесу.

Наук. керівн. Кондусова Л. Ф.

Література: 1. Головне управління статистики у Харківській області. Харківська область у 1995 році : статистичний щорічник за ред. Чмихала М. Л. – Х. : ТОВ "Золоті сторінки", 1996. – 588 с. 2. Горностаев И. – гл. бух., Багалий Д. – гор. голова. Смета доходов и расходов города Харькова на 1917 г. – Х. : Тип. Б. Бенгис, 1917. – С. 51. 3. Сайт Харківської обласної державної адміністрації. – Режим доступу : <http://www.kharkivoda.gov.ua>. 4. Харківська округа. Статистичний щорічник. Харківське округове стат. бюро УРСР. – Х. : 1927. – С. 90–93. 5. Харьковский округ. Статистический справочник. Харьковское окружное стат. бюро УССР. – Х. : 2-я типография изд-ва "Пролетарий", 1925. – С. 82–85. 6. Харьковская губернская земская управа. Статистический справочник по Харьковской губернии. – II-е изд. – Х. : Общ. "Печатня С. П. Яковлева", 1914. – С. 132–133. 7. Губерниев В. Сколько стоит царский рубль? [Электронный ресурс] / В. Губерниев // Школа жизни : познавательный журнал. – Режим доступа : <http://www.shkolazhizni.ru/archive/0/n-3624/>.

Зміст

Погребняк О. С. Модель торгової системи на основі розпізнавання образів.....	3
Следзинский А. В. Генетические алгоритмы как инструмент оптимизации размещения привлеченных средств банка	5
Грицкова Е. С. Анализ проблем функционирования системы городского электрического транспорта	9
Сивозалізов І. М. Аналіз основних показників безробіття в Україні.....	11
Мухигулашвили А. О. Конкурентоспособность регионов Украины.....	14
Хоменко М. І. Модель оцінки енергетичної безпеки України	18
Клеванный Д. А. Нейросетевые модели прогнозирования угрозы банкротства предприятия.....	20
Щербинин К. К. Моделирование энергетических систем на основе построения онтологических комплексов	22
Колышкин Д. С. Модель распространения технологий	24
Частівець В. Т. Управління досвідом клієнтів.....	26
Безхмельницина Г. В. Деякі підходи до оцінки рівня тіньової економіки України.....	28
Лобасенко В. В. Модель коінтеграції індексів ділової активності фондових ринків.....	30
Мазняк М. Г. Моделі оцінки, аналізу та прогнозування конкурентоспроможності держави.....	33
Данильченко В. А. Современные подходы антикризисного управления.....	35
Тихомолова О. О. Моделі антисипативного управління фінансовою діяльністю підприємства.....	37
Саакян Л. А. Моделювання й аналіз механічних торговельних систем.....	39
Снурнікова О. А. Моделювання наслідків реформування податкової системи України.....	41
Семешкин С. Н. ARCH/GARCH-модели в исследовании динамики волатильности временных рядов валютных котировок	43
Голубцова Д. С. Моделі оцінки економічної ефективності рекламної кампанії.....	45
Катречка А. О. Оцінка рівня економічної безпеки регіонів України.....	48
Лукин Д. В. Подходы к оценке и анализу уровня и качества жизни населения на региональном уровне	51
Шергін Ю. В. Моделі оцінки економічної безпеки держави	53
Гвоздицкий В. С. Преимущества использования нечетких нейронных моделей оценки угрозы банкротства.....	55
Пархоменко О. О. Кадровий потенціал як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства	58
Лутай М. В. Вітчизняний та зарубіжний досвід управління енергетичним ринком	60
Резніков І. Б. Переваги та недоліки основних методів організації систем управління витратами для підприємств – виробників добрив азотної групи.....	61
Лобанова І. С. Побудова стратегічної карти в рамках реалізації процесу бюджетування.....	63
Котенко О. В. Розкриття поняття та сутності трудового потенціалу	68
Яковчук А. С. Виділення бізнес-процесів як організаційна передумова впровадження процесно-орієнтованого бюджетного управління.....	69



Шеноголець А. В. Упровадження механізму управління витратами в діяльності підприємства готельного господарства.....	74
Кареліна А. С. Обґрунтування параметрів оцінки конкурентоспроможності продукції.....	76
Бобришев І. М. Обґрунтування доцільності впровадження збалансованої системи показників на українських підприємствах.....	78
Гордеева К. А. Значення "ощадливого виробництва" для вітчизняних підприємств.....	80
Осипова Т. В. Теоретичні аспекти трактування прибутковості в сучасних умовах господарювання.....	82
Іванова Т. О. Тренінгові технології навчання як засіб розвитку професійних компетенцій персоналу.....	84
Подскотський М. Е. Сучасні підходи до визначення поняття "маркетингова стратегія підприємства".....	86
Осадча Д. А. Матричний метод виміру результативності як інструмент мотивації персоналу.....	88
Смірнов В. О. Аналіз теоретичних підходів до оцінки вартості компанії.....	90
Фесенко І. В. Розвиток конкурентоспроможності промислових підприємств у сучасних умовах господарювання.....	92
Бондарчук Л. О. Ресурсозбереження як напрям підвищення ефективності діяльності підприємства.....	94
Михайленко А. С. Обґрунтування методики оцінки інвестиційної привабливості підприємства.....	96
Червіна А. С. Особливості механізму залучення інвестицій на підприємствах судноремонтної галузі.....	98
Ладизинський І. В. Формування політики енергозбереження на коксохімічному підприємстві.....	100
Дурдиева Д. Т. Маркетингова стратегія підприємства та її залежність від умов зовнішнього середовища.....	103
Мельникова Ю. А. Критерии конкурентоспособности косметической продукции.....	106
Логовцова М. С. Головні напрями ефективної організації збутової діяльності підприємства.....	107
Миринова В. В. Роль оборотних активів у забезпеченні фінансової стійкості підприємства.....	109
Руденко А. О. Спільні риси та відмінності витрат за міжнародними та національними стандартами бухгалтерського обліку.....	112
Голод В. Л. Порівняльна характеристика оцінки та визнання витрат відповідно до національних і міжнародних стандартів бухгалтерського обліку.....	114
Чайка О. А. Розробка облікової політики щодо оборотних активів на ДП "Автотрейдинг-Харків".....	116
Можчиль А. І. Удосконалення аналізу ефективності кредитних операцій банку.....	119
Стрельченко А. В. Напрями удосконалення організації обліку основних засобів.....	121
Махоніна К. Д. Основні проблеми впровадження управлінського обліку в Україні та закордонний досвід.....	123
Балашова К. М. Шляхи оптимізації обліку доходів та витрат на Бердянській автомобільній школі ВСА.....	125
Уколова О. О. Сутність брендингу та його використання у діяльності вітчизняних підприємств.....	128
Черепаха В. В. Обґрунтування аналізу стану інвестиційної діяльності в Харківському регіоні.....	130



Маточка І. В. Лідерство як обов'язкова риса сучасного керівника вітчизняного підприємства.....	132
Алієв Р. А., Березанець Р. О. Основні напрями розподілу і використання прибутку на підприємствах.....	134
Лаврухіна М. О. Сучасні тенденції розвитку інвестиційної діяльності в Україні.....	136
Кривенко К. В. Методи оцінки управлінського персоналу в організації.....	138
Доронин С. А. Обоснование выбора варианта АСУ полиграфии.....	141
Шеремет Ю. О. Розвиток персоналу як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	143
Тимошенко Е. А. Построение системы управления персоналом организации в условиях экономического кризиса.....	145
Цибренко А. І. Джерела пошуку робітничих кадрів у сучасних умовах.....	149
Белова А. А. Классификация видов адаптации персонала.....	151
Мартынченко О. Ю. Организация обучения персонала на отечественных предприятиях.....	153
Ковчур Е. В. Исследование сущности, структуры и целей деловой оценки персонала.....	156
Качалуба І. О. Особливості атестації персоналу на підприємствах.....	159
Обуховська К. І. Сутність маркетингу персоналу в системі управління персоналом.....	161
Павличенко В. И. Расчет средств на уплату единого взноса на государственное страхование.....	164
Ющенко Р. О. Проблеми професійного навчання персоналу на виробництві.....	166
Ладнай М. А. Дослідження особливостей кадрового консалтингу в Україні.....	169
Мезенцева Н. Ю., Сергієнко В. О. Сутність поняття "оцінка нерухомості" та вибір методів оцінки ринкової вартості нерухомості.....	171
Бараннік А. А. Проблеми оцінки вартості бізнесу в Україні.....	175
Нестеренко А. О. Актуальні проблеми оцінки фармацевтичного устаткування на підприємствах.....	177
Мальцева М. М. Актуальні проблеми обліку та оцінки виробничих запасів в Україні.....	180
Захарюта О. С. Узагальнення наукових концепцій щодо визначення сутності активів підприємства.....	183
Романець І. В. Особливості відчуження корпоративних прав.....	185
Овчаренко Я. П. Проблемы оценки земель сельскохозяйственного назначения в Украине.....	187
Покотило Ю. Ю. Бюджет Харківської області на початку ХХ та ХХІ століття.....	189