

Економічний Вісник

НАЦІОНАЛЬНОГО ГІРНИЧОГО УНІВЕРСИТЕТУ

The Economic Messenger

OF THE NATIONAL MINING UNIVERSITY



Видається
з лютого 2003 року

Виходить
4 рази на рік

1

2012

Науково-теоретичний
та інформаційно-практичний журнал

1 (37) січень-березень
2012

Scientific-Theoretical and
Informational-Practical Magazine

1 (37) January-March
2012

Головний редактор – О.С. Галушко, доктор економічних наук

Редакційна колегія:

Амоша О.І. – академік НАН України,
д-р. екон. наук
Вишневецький В.П. – чл.-кор. НАН України,
д-р. екон. наук
Булєєв І.П. - д-р. екон. наук
Кузьменко Л.М. - д-р. екон. наук
Ляшенко В. І. - д-р. екон. наук
Новікова О.Ф. - д-р. екон. наук
Багрова І.В. - д-р. екон. наук
Вагонова О.Г. - д-р. екон. наук
Паршина О.А. - д-р. екон. наук
Решетілова Т.Б. - д-р. екон. наук
Задоя А.О. - д-р. екон. наук
Петруня Ю.Є. - д-р. екон. наук
Швець В.Я. - д-р. екон. наук
Шевцова О.Й. - д-р. екон. наук
Форліч Ш. - д-р. екон. наук
Пономаренко П.І. - д-р. техн. наук
Прокопенко В.І. - д-р. техн. наук
Кочура Є.В. - д-р. техн. наук
Шаров О.І. – канд. г-м. наук
Пилипенко Ю.І. – канд. екон. наук

Відповідальний редактор

Єрмошкіна О.В. – д-р. екон. наук

Літературні редактори

Цуркан І.М. (українська, російська мова)

Єрмошкіна О.В. (англійська мова)

Комп'ютерна верстка та дизайн:

Гопкало О.І.

Телефон: (056)744-61-91, (056) 373-07-97

Телефон / факс: (056) 744-61-91

E-mail: EcoMess@nmu.org.ua, eev@ua.fm

Адреса редакції:

49027, Дніпропетровськ,
пр. К. Маркса, 19

З а с н о в н и к и:

Національний гірничий університет
National Mining University

Інститут економіки промисловості
Національної академії наук України
Institute of Industrial Economics
of the National Academy of Sciences of Ukraine

В и д а в е ц ь:

Національний гірничий університет
National Mining University

Журнал підписано до друку за рекомендацією вченої ради
ДВНЗ «Національний гірничий університет»
(протокол № 2 від 27.03.2012 року)

Журнал зареєстрований у Державному комітеті інформаційної
політики, телебачення і радіомовлення України.
Свідоцтво серії КВ № 7070 від 18.03.2003.

Журнал включено до Переліку Наукових видань України, в
яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на
здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук.

Затверджено постановою президії ВАК України від 10.02.10,
№ 1-05/1. (Бюлетень Вищої Атестаційної комісії України № 3, 2010).

Усі права захищені. Повний або частковий передрук і переклади
дозволено лише за згодою автора і редакції.

При передрукуванні посилатися на
“Економічний вісник Національного гірничого університету”.

Статті проходять обов'язкове рецензування.
Редакція зберігає за собою право редагування

Друк: РВК ДВНЗ «Національний гірничий університет»
49027, Дніпропетровськ, пр. К. Маркса, 19

Підписано до друку 30.03.2012 Формат 30×42/2. Різографія. Ум. друк. арк. 15.
Тираж 300 прим. Зам. №

© ДВНЗ «Національний гірничий університет», 2012

З М І С Т

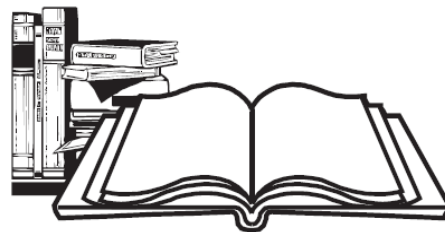
Економічна теорія	ПЕТРУНЯ Ю.Є. Соціальна відповідальність бізнесу: українські виміри.....	6
Економіка регіону	ГАЛУШКО О.С., ДОЦЕНКО О.Ю. Консолідоване фінансування інноваційного розвитку регіону	12
Економіка промисловості	ЛЯШОК Н.Ю. Обґрунтування необхідності розвитку людського капіталу промислових підприємств в умовах економічних криз.....	20
	МАЦКЕВИЧ Ю. І. Концептуальні підходи до стратегічного управління діяльністю металургійних підприємств.....	27
Економіка підприємства	ЄРМОШКІНА О.В., ГОРЯЧА О.І. Динамічне управління ресурсним потенціалом промислового підприємства.....	32
	ІЗВЕКОВА І.М., КОРОЛЬ Г.О., ЗЕЛІКМАН В.Д. Ефективність застосування контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції на підприємствах машинобудування.....	43
Фінансовий ринок	АНДРЮЩЕНКО І.Є. Перетворення банками грошових ресурсів під впливом зовнішнього та внутрішнього ефекту капіталовкладень.....	50
Фінанси галузі та підприємства	БЕЛОПОЛЬСКА Т.В. Форми і методи фінансування об'єктів соціальної інфраструктури промислових підприємств.....	57
	ІВАНИЦЬКА М.П. Сучасні реалії та проблеми наповнення державного бюджету за рахунок податку на прибуток підприємств.....	63
	ДУБЕЇ Ю.В. Особливості формування і структури оборотних активів машинобудівних підприємств.....	69
Економіко-математичне моделювання	ДРОНЬ В.С. Моделювання соціально-економічних подій методом умовно-наслідкового розкладу.....	75
Менеджмент	МЕТЕЛЕНКО Н.Г. Організаційні аспекти управління акціонерний капіталом промислових підприємств.....	81
	ДОВБНЯ С.Б. Управлінські технології інноваційного розвитку підприємства.....	88

	ВОРОТИНЦЕВ В.А. Мотиваційні особливості функціонування інвестиційних механізмів.....	96
	ПЛАХОТНИК О.О. Напрями реформування системи управління багаторівневими виробничими структурами.....	101
	СКРИПНИК О.А. Система показників інформаційного забезпечення процесів управління підприємством.....	105
Маркетинг	ЯЦЕНТЮК С.В. Створення ефективної бренд-архітектури підприємства: світовий досвід та українська практика.....	110
	ГАЙДУКОВИЧ Д.С. Маркетинговий аналіз конкурентоспроможності банківських установ України.....	117
Розвиток економічної освіти	ІЛЯШЕНКО А.Х. Ефективність реалізації інноваційної стратегії вищих навчальних закладів.....	123
	БОБАЛО О.Ю. Особливості функціонування вітчизняних ВНЗ в ринкових умовах: маркетинговий підхід.....	129

C O N T E N T S

Economic Theory	PETRUNYA Y.Y. Social responsibility of business: Ukrainian contents.....	6
Regional Economics	GALUSHKO O.S. DOTSENKO O.Y. Consolidated financing of innovative development of the region.....	12
Industrial Economics	LYASHOK N.Y. Substantiation for the necessity of development of human capital of industrial enterprises under economic crisis conditions.....	20
	MATSKEVYCH Y.I. Conceptual approaches to strategic management on the metallurgical enterprises.....	27
Business Economics	YERMOSHKINA O.V., GORYACHA O.I. Dynamic management of the resource potential of the industrial enterprise.....	32
	ISVEKOVA I.M., KOROL G.O., ZELIKMAN V.D. Efficiency of implementation of control-motivation mechanism of providing the quality of products of the machine-building enterprises.....	43
Financial Market	ANDRYUSHCHENKO I.Y. Transformation of financial resources of banks under external and internal investment effect.....	50
Branch and Corporate Finances	IVANYTS'KA M.P. Modern realities and problems of filling the state budget by the corporate income tax.....	57
	BELOPOLS'KA T.V. Forms and methods of financing the social infrastructure of the industrial enterprises.....	63
	DUBEI Y.V. Peculiarities of creation and structuring the current assets of the machine-building enterprises.....	69
Economic-Mathematical Simulation	DRON' V.S. Simulation of social-economic events by the method of condition-consequence decomposition.....	75
Management	METELENKO N.G. Organizational issues of management of share capital of the industrial enterprises.....	81
	DOVBNYA S.B. Managerial techniques of the innovative development of the enterprise.....	88
	VOROTYNTSEV V.A. Motivation peculiarities of the investment mechanism performance.....	96

	PLAKHOTNIK O.O. Directions of reformation of managing the multilevel production structures.....	101
	SKRYPNYK O.A. System of indexes of the informative providing the managerial processes on the enterprise.....	105
Marketing	YATSENTYUK S.V. Creating the effective brand architecture of the enterprise: international experience and Ukrainian practice.....	110
	GAYDUKOVYCH D.S. Marketing analysis of the competitive ability of the banks of Ukraine.....	117
Economic education	ILYASHENKO A.H. Efficiency of realization of innovation strategy if the higher education.....	123
	BOBALO O.Y. Peculiarities of performance of Ukrainian universities under market conditions: marketing approach.....	129



УДК 330.8

Ю.Є. Петруня

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: УКРАЇНСЬКІ ВИМІРИ

Визначено основні характеристики соціально відповідальної діяльності. Досліджено чинники розвитку даного явища в Україні. Обґрунтовано необхідність поширення ідей і принципів соціальної відповідальності як умови досягнення економічних, соціальних та екологічних цілей українського суспільства.

Ключові слова: соціальна відповідальність, підприємництво, чинники, умови, розвиток, необхідність.

The main characteristics of social responsible activity are defined. The factors of this phenomenon in Ukraine are investigated. The need to share ideas and principles of social responsibility as a condition to achieve economic, social and environmental objectives of the Ukrainian society is based.

Keywords: social responsibility, entrepreneurship, factors, conditions, development, necessity.

Сучасна соціально-економічна ситуація в Україні є доволі складною. Перспективи залежать від дії багатьох факторів – як зовнішнього, так і внутрішнього характеру. Стан підприємницької діяльності в Україні, її поточна та стратегічна ефективність, умови та ефективність, характер та здатність до пошуку поєднання інтересів суспільства та бізнесу є одними з вирішальних факторів, що визначають економічні можливості суспільства як сьогодні, так і в перспективі.

Економіка є дуже важливою сферою. Разом з тим, в житті суспільства мають виявлятися й інші цінності. Психологічний стан людей, рівень їх здоров'я, чистота (адекватність) природного середовища, справедливість та порядність у відносинах – ці та інші компоненти не можуть бути другорядними, неважливими для людей. В розвинених країнах світу давно намагаються мислити системно та гармонійно. Це в тому числі передбачає певне «правильне» спрямування бізнесу. Держава, з одного боку, намагається всіляко підтримувати бізнес, розуміючи його неперевершену роль в економічному житті суспільства, а, з іншого, збалансовано коригувати його поведінку, максимально намагається орієнтувати його на суспільні інтереси – далеко не чисто економічного характеру. Відповідне усвідомлення соціальної складової, соціальної відповідальності є доволі характерним моментом для багатьох західних представників бізнесу.

Треба зазначити, що соціальна відповідальність не може розглядатися як своєрідний елемент собівартості бізнесу. Зарубіжні компанії не просто вирішують проблеми суспільства, здійснюючи інвестиції у розвиток освіти, медицини, науки, виробництва, підтримуючи соціально незахищені верстви населення і турбуючись про навколишнє середовище, – вони, як показує практика, отримують певні вигоди від цієї діяльності. Таким чином, є як компонент собівартості, так і компонент прибутковості, якщо ширше – конкурентоспроможності бізнесу. В цілому треба визнати, що у західних країнах соціальна відповідальність функціонує як сталий інститут, який виник у відповідь на суспільну вимогу, має досить сталі принципи, норми, традиції, механізми тощо.

Україна, скоріше за все, знаходиться на початковій стадії руху до соціальної відповідальності. Не можна не бачити відповідні соціальні проекти, націлені на розвиток персоналу,

охорону довкілля, вирішення соціальних проблем регіону чи конкретного міста, адресні форми допомоги, благодійні акції та інші форми грантових конкурсів. Соціальна відповідальність знаходить своє місце в таких публічних компонентах стратегій, як формулювання місії, основних цілей, корпоративних цінностей.

Здається, що в українському бізнесі повільно закріплюється розуміння того, що бізнес – це складова суспільства. Стан суспільства – це своєрідне соціальне середовище ведення бізнесу. Суспільство впливає на ефективність функціонування бізнесу якістю робочої сили, рівнем купівельної спроможності, стабільними умовами праці тощо. Благополучне соціальне оточення сприяє розвитку бізнесу і стимулює його соціальну відповідальність. Успішний бізнес забезпечує робочі місця, інвестує виробництво товарів і послуг, сплачує податки і зрештою призводить до розвитку економіки.

Очевидно, що Україні потрібно подолати ще чималий шлях для забезпечення сталого функціонування інституту соціальної відповідальності бізнесу. Як на теоретичному, так і на практичному рівні ми поки що не бачимо системних підходів до розв'язання цієї важливої проблеми. Це пояснюється як відносно нетривалою історією українського бізнесу, «приватизаційною специфікою» його народження, так і цілою групою питань соціально-економічного характеру. Невизначеність посилюється ще й тим, що проблеми соціальної відповідальності притягують широкі кола різних спеціалістів – соціологів, філософів, психологів, економістів, політологів – кожен з яких тлумачить це поняття по-своєму. Безперечно, що мова йде про певні зобов'язання бізнес-організацій, націлені на вирішення наявних у суспільстві проблем, але конкретний зміст цієї діяльності викликає дискусії. З огляду на це, вважається доцільним визначити основні характеристики соціальної відповідальності, дослідити чинники та умови розвитку даного явища в Україні.

Сьогодні у світовій науковій і діловій літературі, яка присвячена проблемам соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності, використовується велика кількість концепцій, серед яких, зокрема, можна виділити такі: «соціальна відповідальність бізнесу», «корпоративна соціальна відповідальність», «корпоративне громадянство», «етика бізнесу», «корпоративна філантропія», «сталий розвиток», «корпоративна сталість». Концепції – не дуже чіткі, вони є такими, що викликають багато питань щодо рівня, системності понятійного апарату, глибини дослідження проблеми в цілому. Чимало визначень поняття соціальної відповідальності, її змісту і цілей, носять суперечливий характер, відчувається, що з відповідною термінологією «працюють» люди різного наукового профілю.

Так, наприклад, залишається досить дискусійним питанням міра економічної вигідності для бізнесу соціально відповідальної поведінки. Існує, зокрема, думка, що соціально відповідальна діяльність має економічне обґрунтування, і бізнес-організації отримують переваги стратегічного характеру. Правда, при цьому, далеко не завжди ми можемо знайти у авторів достатньо конкретний показ того, в чому вони (потенційні переваги) мають виявитися. З іншої сторони, окремі автори вважають, що соціальна відповідальність це не стільки реальність, скільки фіксація в кращому випадку певних намірів, декларація характеру бізнес-діяльності.

Аналіз різних ідей, підходів, концепцій дає можливість припустити, що в багатьох оцінках в основі соціальної відповідальності бізнесу лежить ідея про те, що суперечності між власне інтересами бізнесу (вигода, прибуток) й інтересами суспільства повинні вирішуватися бізнесом на користь суспільства як тієї системи, частиною якої є сам бізнес.

Соціальна відповідальність бізнесу може розглядатися як відповідальність бізнес-організації за вплив її діяльності на різні сфери суспільного життя та навколишнє природне середовище шляхом проведення прозорої та етичної поведінки. Іншими словами, соціально відповідальна діяльність – це діяльність націлена не тільки на отримання прибутку, але й на

поліпшення якості життя як окремих індивідів, так і суспільства в цілому, яка здійснюється відповідно до законодавства, але не обмежується ним. Очевидно, що соціальна відповідальність є й етичною категорією, яка встановлює реалізацію принципів ділової етики у поточній практиці, взяття на себе додаткових добровільних зобов'язань перед суспільством.

Як показує практика, співвідношення приватних і суспільних інтересів у діяльності бізнес-організацій змінювалося у бік соціалізації бізнесу. Взаємовплив і взаємопроникнення бізнесу і суспільства в цілому зростають на кожній, більш високій стадії розвитку цивілізації. Це визначає закономірність процесу поступової соціальної трансформації підприємництва в інститут, який більш чутливо реагує на суспільні очікування й інтереси у самому широкому сенсі. Проблема соціалізації бізнесу – це дійсно проблема цивілізованого підприємництва [3].

Незважаючи на те, що успішна конкуренція передбачає мінімізацію витрат, у тому числі витрат на оплату праці й соціальні програми, перехід до постіндустріальної стадії розвитку змушує бізнес рухатися у бік визнання соціальних витрат, навіть їх поступового збільшення. Це дає підстави для висновку, що конкурентний механізм стає все більш соціальним [1].

Разом з тим, перехід до соціальної моделі поведінки бізнесу зумовлений не тільки економічними процесами й усвідомленням економічної доцільності. Значну роль у підвищенні соціальної активності бізнесу відіграє держава.

Не дивлячись на те, що ринкова економіка передбачає наявність достатньо широкого простору для вільного руху та виявлення ринкових сил, роль держави у регулюванні економічних процесів залишається значною. Більше того, на тлі останніх світових криз все більше голосів звучить на підтримку та певне збільшення ролі держави.

Держава покликана формувати справедливі й взаємно відповідальні відносини між усіма суб'єктами бізнесу як усередині ділового середовища, так і поза його межами. Як держава, так і бізнес використовують у своїх цілях і інтересах різноманітні чинники. Так, наприклад, державі властиве використання як прямих, так і опосередкованих методів впливу на економічне життя, бізнес використовує цінові та нецінові методи конкурентної боротьби. Через наявність різноманітних чинників у складній системі інтересів і взаємовідносин між державою і бізнесом діє своєрідна система стримувань, яка не дозволяє встановити одноосібний контроль над економічним життям, можливо над суспільством в цілому [2]. Соціальна відповідальність, як показує досвід розвинених країн, саме і є тим явищем, яке покликане вирішувати проблему досягнення балансу інтересів бізнесу і держави.

Коли суб'єкт підприємницької діяльності бере на себе відповідальність за більш широку, ніж це передбачено законодавством, соціальну сферу, то він автоматично стає елементом більш широкої системи, усвідомлює себе як частину цілого суспільства, тим самим починає відігравати активну роль при формуванні стратегічних шляхів розвитку як території присутності, так і країни в цілому. В цьому випадку інтереси суспільства поєднуються з економічними інтересами, пов'язаними з довгостроковими перспективами бізнесу: економічна, політична і соціальна стабільність, прогнозованість дій на всіх рівнях влади, підвищення добробуту громадян та їх платоспроможності.

Залежно від сфери застосування, соціально відповідальна діяльність реалізується у двох основних напрямках [1]:

- як господарська діяльність у виробничому процесі (випуск якісних товарів і послуг, реалізація інновацій, забезпечення відповідних умов праці і гідної заробітної плати, соціального пакету для працівників, виконання зобов'язань перед партнерами, кредиторами, сплата податків, здійснення природоохоронних заходів);

– як власне соціальна активність, яка включає наступні форми: традиційну благодійність (філантропія, підтримка незахищених верств населення, об'єктів культури і освіти тощо), стратегічну благодійність (благодійні програми, фонди) і найвищий вид соціальної відповідальності – соціальні інвестиції, соціальне партнерство, які формують нову парадигму взаємовідносин бізнесу і держави, бізнесу і суспільства.

Соціальні інвестиції являють собою форму стратегічного планування діяльності і безпосередньо пов'язані з планами розвитку бізнес-організації. Соціальні інвестиції передбачають взаємовигідну співпрацю компаній з різними цільовими аудиторіями. Розвинені соціальні інвестиції бізнесу, як показує практика, є одночасно і показником, і умовою формування громадянського суспільства. Вони формують позицію партнерства у суб'єкта і об'єкта відповідальності, оскільки у соціальному партнерстві виникають рівноправні відносини між різними взаємодіючими групами. У цьому випадку ми можемо говорити про баланс соціального й економічного у діяльності бізнес-організації.

Соціальна відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності в Україні лише розвивається, тобто знаходиться в процесі інституціоналізації. Вона повинна виступати у ролі цивілізованого і взаємовигідного зв'язку між бізнесом і суспільством. Звичайно, що такий зв'язок не може виникнути стихійно. Тим більше в тих умовах, в яких формувався і продовжує функціонувати український бізнес.

Насамперед треба брати до уваги особливості «походження» українського бізнесу. Масштабні приватизаційні програми 1990-х років очевидно досягли лише одного – перерозподілили національне економічне багатство між державою и дуже невеликою групою людей. Розподілили як нечесно, так і не ефективно. Таким був старт українського бізнесу.

Нинішні проблеми українського бізнесу фокусуються в проблематиці конкурентоспроможності, для великого та середнього бізнесу – в аспекті глобальної конкурентоспроможності.

В цілому в суспільстві існує потреба у формуванні соціальної групи (суб'єктів підприємництва) з відповідними якостями, що диктують їй особливе ставлення до виконання своєї функції, яка орієнтується у своїй повсякденній діловій активності на високі моральні принципи. З іншого боку, сьогоденні підприємці (а питання про соціальну відповідальність, як показує практика, достатньо широкого актуалізується лише в межах успішних бізнесів) сформулювали основні принципи своєї діяльності і їх «перенавчання», еволюційна зміна звичних стереотипів поведінки стають дуже складними самі по собі.

Варто також зазначити, що для України проблеми соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності (підприємств), з одного боку, є достатньо знайомими в силу «історичних традицій». Мова йде про соціалістичну економіку: минуло трохи більше 20 років з того періоду, коли на підприємства покладалася значна частка соціального захисту населення, включаючи забезпечення житлом, дитячими садками, пільговими оздоровчими путівками тощо. Багато елементів цієї соціальної політики безповоротно зникло, а щось в модифікованому вигляді збереглося і в умовах сучасної економіки. З іншого боку, нові реалії – ринкової економіки – поставили питання й щодо модифікації, й досить суттєвої, соціальних функцій підприємств.

Однією з перешкод на шляху становлення соціальної відповідальності можна вважати також низький рівень корпоративної культури, який зумовлює фінансову й економічну слабкість багатьох бізнес-організацій в Україні. Діяльність економічно слабких суб'єктів орієнтована, перш за все, на виживання, а держава часто орієнтована насамперед на фіскальну функцію та відповідне ставлення до бізнесу. Очевидно, що така ситуація не сприяє поширенню ідей і принципів соціальної відповідальності.

Крім того, через відносно нетривалу сучасну історію вітчизняного бізнесу та ще більш коротку практику реалізації ним власної соціальної відповідальності, в українському суспільстві майже не сформовано коректне розуміння зусиль бізнесу в цьому напрямі.

Незважаючи на певні досягнення, українські бізнес-організації дуже повільно впроваджують у свою діяльність соціально відповідальні програми і проекти. Це пояснюється й нерозумінням як бізнесом, так і іншими членами суспільства основних завдань і механізмів реалізації стратегій соціальної відповідальності.

До того ж, в Україні лише формується культура поваги до законів та права в цілому. Як показує практика, суб'єкти суспільного життя активно налаштовані на пошук «вікон» та «прогалин» в законодавстві. Й це, напевно, не стільки їх провина, скільки біда суспільства, яке не навчилося приймати ефективні та правильні закони.

Не дивлячись на наявність перешкод, соціальна відповідальність бажана і прийнятна для України. Адже поширення ідей і принципів соціальної відповідальності суттєво впливає на досягнення економічних, соціальних та екологічних цілей українського суспільства. Зокрема сприяє:

- забезпеченню конкурентоспроможності національної економіки через покращення принципів прозорості і підзвітності діяльності компаній в Україні;
- стабільному та передбачуваному розвитку внутрішнього ринку і підвищенню ефективності його функціонування;
- формуванню привабливої національної інноваційної інфраструктури через спрямування інвестицій у новітні технології;
- формуванню сучасного інструментарію державного регулювання: чіткі сигнали від держави щодо важливості соціальної відповідальності, стимулювання без посилення адміністративного тиску;
- розвитку культури споживання та підвищення рівня обізнаності споживачів, адже соціальна відповідальність спонукає споживачів цікавитись екологічними, економічними та соціальними аспектами товарів/послуг, а також репутацією виробника або надавача послуг;
- формуванню коректного сприйняття бізнесу як явища населенням;
- зменшенню соціальної напруги, оскільки прагнення підприємств залучати більше представників з уразливих груп населення та безперервне навчання працівників зменшує соціальне розшарування і сприяє подоланню бідності і повазі до прав людини;
- більш раціональному використанню природних ресурсів та зниженню рівня викидів, що досягається інвестуванням компаній в еко-інновації та створенням системи екологічного менеджменту, що передбачає цілеспрямовані екологічні акції, закупівлю енергоефективного обладнання, перехід на альтернативні джерела енергії тощо.

Впровадження принципів соціальної відповідальності, з одного боку буде сприяти розвитку українського бізнесу, тобто підвищенню рівня конкурентоспроможності, а з іншого – бізнес-організації зможуть сформулювати або підняти на новий рівень довіру до своєї діяльності, підвищити імідж, оскільки суспільство очікує від них не лише високих економічних показників, але й соціально активних дій, тобто реалізацію соціальних програм з охорони праці, здоров'я, навколишнього середовища тощо.

З одного боку, соціальна відповідальність визначається внутрішнім усвідомленням і внутрішньою мотивацією, що виражається в прийнятті та дотриманні певних етичних зобов'язань. А з іншого боку, зовнішні чинники у вигляді очікувань інших соціальних груп, а також механізм контролю за дотриманням відповідальності визначають межі поведінки суб'єктів підприємницької діяльності. Таким чином, розвиток соціальної відповідальності суб'єктів підприємницької діяльності – це таке нове усвідомлення взаємодії суспільства і бізнесу, яке дозволяє знайти певний баланс між комерційними інтересами бізнес-організацій і

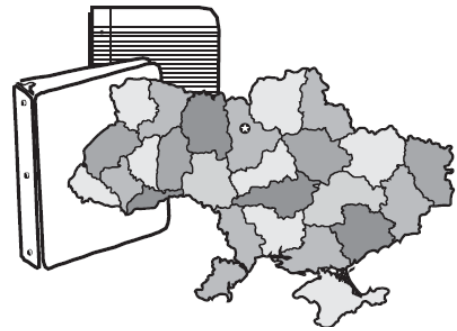
очікуваннями суспільства. У широкому розумінні соціальна відповідальність – це система цінностей, заходів і процесів, які передбачають поширення позитивного впливу діяльності бізнес-організації в економічній, екологічній і соціальній сферах як усередині організації, так і поза її межами. Разом з тим, соціально відповідальна поведінка повинна бути зорієнтована не лише на зменшення та запобігання негативним наслідкам діяльності, але й на досягнення економічного, екологічного та соціального ефектів, що може розглядатися як основа підвищення конкурентоспроможності як окремих бізнес-організацій, так і національної економіки у цілому.

Література

1. Боброва Е.Б. Социальная ответственность бизнеса как социологическая категория / Е.Б. Боброва // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И.Герцена. – СПб., 2009. – №111. – С.279–284.
2. Взаимодействие бизнеса и государства: основные тенденции и социальная ответственность // Социальная корпоративная политика: проблемы, опыт, перспективы / под ред. Н. Волгина. – М., 2004. – 1048 с.
3. Люблинский В.В. Социальная ответственность предпринимателей и проблемы общества: опыт Западной Европы и Россия / В.В. Люблинский // Социальная ответственность как фактор эффективного развития современного общества / под ред. М.В. Каргаловой. – М., 2002. – 215 с.

Рекомендовано до публікації:
д.е.н., проф. Задосю А.О., 15.01.2012

Надійшла до редакції:
18.01.2012



УДК 330.101.54

Галушко О.С., Доценко О.Ю.

КОНСОЛІДОВАНЕ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Розглянуто теоретичні основи консолідованого фінансування інноваційного розвитку регіону: встановлений взаємозв'язок між економічним ефектом, який отримують розпорядники фінансових ресурсів та їх участю у фінансуванні інноваційних проектів; обґрунтовано ступінь участі розпорядників фінансових ресурсів у фінансуванні інноваційного проекту.

Ключові слова: інновації, регіон, джерела фінансування, ефект, розпорядники фінансових ресурсів.

The theoretical basis of consolidated financing of innovative development of the region are considered: the relationship of economic impact, which are spending financial resources and their participation in the financing of innovative projects proved the involvement of managers of financial resources in the financing of innovation project.

Keywords: innovation, region, funding sources, effects, spending financial resources.

Забезпечення інноваційного розвитку регіонів України потребує створення ефективного механізму його фінансування. Разом з тим, в умовах фінансової кризи, все більш гостро стає питання пошуку джерел фінансування інноваційних проектів. Це визначає важливість розробки фінансового механізму інноваційного розвитку регіонів, консолідації фінансових ресурсів підприємств, місцевих та центральних органів влади, обґрунтування ступеня участі кожного з розпорядників фінансових ресурсів у процесі фінансування інноваційного розвитку.

Дослідження, що присвячені підвищенню ефективності інноваційного розвитку регіону, проведені до теперішнього часу розкривають, в основному, два аспекти цього процесу: перший – методичні підходи до оцінки ефективності інноваційного розвитку або окремих інноваційних проектів, вибір з них найбільш ефективних; другий – пошук джерел фінансування інноваційного розвитку. Ці напрямки розвиваються паралельно. Так, серед вітчизняних дослідників методів оцінки інвестиційних проектів слід вказати роботи А. І. Амоші, І.А. Бланка, В.П. Ковальова, О.О. Пересаду, В.П. Савчука В.М.Хобти та інших дослідників. Разом з тим комплексний підхід до розкриття усіх аспектів ефективності інноваційного проекту простежується лише у результатах дослідження [1,2], де автори розподіляють економічний ефект інноваційного проекту на комерційний, економічний, екологічний, соціальний та бюджетний. Разом з тим у роботі [1,2] не означені отримувачі перелічених складових економічного ефекту та не визначено сутність позитивних наслідків від його отримання.

Дослідженню фінансового забезпечення інноваційного розвитку економіки України та її регіонів присвячені роботи Єрмошкіної О.В., Кузнецової А.Я., Крупки М.І., Юркевича О.М., та інших науковців. При цьому дослідження перелічених авторів стосуються, як пра-

вило, ефективного використання інвестиційного капіталу, банківського та венчурного фінансування інновацій.

Тобто, практично відсутні дослідження, присвячені визначенню взаємозв'язку між економічним ефектом, який отримує той чи інший розпорядник фінансових ресурсів та його участю у фінансуванні відповідного інноваційного проекту, або інноваційної програми. У зв'язку з цим у якості інвестора розглядається підприємство - інноватор, яке і фінансує інноваційний проект за рахунок власних, позикових коштів або коштів, що надходять у вигляді субсидій з державного бюджету. Останнє є проблематичним як з точки зору дефіциту бюджетних коштів, так і з точки зору організаційних аспектів отримання бюджетних ресурсів: достатньо зазначити, що, згідно з існуючим законодавством [3], для отримання бюджетних коштів підприємство - інноватор повинно отримати дозвіл комісії, у яку входять представники 10 міністерств та відомств (рис. 1). Тому, як свідчать офіційні дані Держкомстату України [4], підприємства за останні десять років при інвестуванні у власне виробництво використовували, в основному власні фінансові ресурси (їх частка у загальному обсязі інвестицій складала від 37 до 65 відсотків), при цьому частка коштів, отриманих з бюджету (державного та місцевого) складала від 0,2 до 2,4 %, кошти іноземних інвесторів складали 0,8 – 24% , а інші джерела - від 5 до 31%.



Рис.1 Державні структури, представники яких, згідно з Законодавством України, повинні обов'язково входити до комісії, що розглядає доцільність фінансування інноваційного проекту за кошти державного бюджету

Враховуючи вищевикладене метою даної публікації автори визначили обґрунтування взаємовигідної участі суб'єктів отримання комерційного, економічного, соціального, екологічного і бюджетного ефекту від впровадження інноваційного проекту у консолідованому фінансуванні його розробки та реалізації.

Згідно з чинним законодавством України [3] джерелами фінансування інновацій можуть бути: власні та запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності; кошти Державного бюджету України, кошти місцевих бюджетів; власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ; кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб; інші джерела, не заборонені законодавством України. Бюджетні кошти спрямовуються на здешевлення кредитів, залучених у національній та іноземній валюті, у тому числі за кредитами, залученими від іноземних фінансових установ, для реалізації інноваційних та інвестиційних проектів у реальному секторі економіки; надання державної підтримки для реалізації інвестиційних проектів на умовах співфінансування [3].

Існуючи класифікації джерел фінансування [5,6] передбачають такі класифікаційні ознаки, як форми фінансового забезпечення (державне фінансування; фінансування за рахунок позикових коштів; фінансування за рахунок власних фінансових ресурсів суб'єктів господарювання) [5], методи фінансового забезпечення (державне фінансування та комерційне інвестування) [6]. Деякі дослідники [7,8] розподіляють джерела фінансування інноваційного проекту за видами власності (власні, залучені та позикові фінансові ресурси). Аналіз існуючих підходів до визначення джерел фінансування інноваційних проектів свідчить, що, не зважаючи на глибоку проробку цього питання, вони не у повній мірі враховують такі фактори, як термін фінансування інноваційного проекту, ступінь ризику та взаємозв'язок ефекту, який отримує розпорядник фінансових ресурсів від реалізації інноваційного проекту з його участю у фінансуванні його розробки та реалізації. Разом з тим, на думку авторів даної публікації, останній фактор повинен бути вирішальним при визначенні джерел фінансування інноваційного проекту.

Розгляд складових ефекту від впровадження інноваційного проекту, дозволяє сформулювати сукупність розпорядників фінансових ресурсів, які повинні брати участь у консолідованому фінансуванні інноваційного проекту. Такий підхід дає змогу розширити джерела фінансування інноваційного проекту.

Консолідоване фінансування інноваційного проекту повинно у базуватися на принципі відповідності участі того чи іншого розпорядника фінансових ресурсів економічному ефекту, який він отримує. Тобто обсяги фінансування між отримувачами економічного ефекту (розпорядниками фінансових ресурсів) у при консолідованому фінансуванні повинні розподілятися прямо пропорційно частці очікуваного економічного ефекту у загальному економічному ефекті від реалізації інноваційного проекту:

$$\gamma_{ij} = \frac{E_{ij}}{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n E_{ij}}, \quad (1)$$

де γ_{ij} – частка i -ого ефекту, який отримує j -й розпорядник фінансових ресурсів у загальному ефекті інноваційного проекту;

E_{ij} - очікуваний i -ий ефект інноваційного проекту, який отримує j -й розпорядник фінансових ресурсів при реалізації інноваційного проекту;

m - кількість складових економічного ефекту від впровадження інвестиційного проекту;

n - кількість розпорядників фінансових ресурсів, які отримують економічний ефект від впровадження інноваційного проекту.

Як відомо, ефективність інноваційного проекту містить комерційну, економічну, екологічну та соціальну складові [1].

Так, підприємство – інноватор спрямовує інноваційний проект на отримання комерційного ефекту за рахунок підвищення продуктивності праці, зниження собівартості продукції, підвищення попиту продукції на ринку товарів, робіт та послуг, зниження платежів за забруднення навколишнього середовища, тощо. Оскільки це все призводить до отримання додаткового прибутку у поточному або перспективному періодах, підприємство і вкладає власні кошти у інноваційний проект, або розподіляє витрату власних коштів на більш тривалий період шляхом залучення боргових фінансових ресурсів (банківських або облігаційних кредитів) з подальшим їх погашенням. Разом з тим економічний ефект від впровадження інноваційного проекту отримує не тільки підприємство-інноватор. Так, якщо реалізація інноваційного проекту призводить появи нових робочих місць, зниження захворюваності населення, підвищення заробітної плати на основі зростання продуктивності праці, знижує травматизм та профзахворювання, тощо, це відбивається на рівні виплат по безробіттю; зміні обсягів фонду соціального страхування і пенсійного фонду; зміні витрат, пов'язаних з травматизмом і профзахворюваннями, зменшення виплат допомоги з тимчасової непрацездатності, пенсій по інвалідності, щодо. Якщо соціальний ефект від інноваційного проекту на рівні регіону призводить до зростання платоспроможності громадян, це стимулює розвитку виробництва. При визначенні вартісної оцінки соціального ефекту також доцільно враховувати факт підвищення рівня заробітної плати як на підприємстві, яке впроваджує інновації, так і на підприємствах регіону, що в підсумку призведе до збільшення надходжень в місцеві бюджети за рахунок податку з доходів фізичних осіб.

Ілюстрація якісних характеристик соціального ефекту інноваційного проекту наведена на рис. 2.



Рис. 2 - Економічні наслідки соціального ефекту інноваційного проекту

Тобто, соціальний ефект інноваційного проекту можна розраховувати за наступною формулою:

$$E_c = \Delta\Pi_{\text{дфо}} + \Delta\Pi_{\text{бф}} + \Delta B_{\text{фз}} + \Delta B_{\text{нпр}}, \quad (2)$$

де E_c - соціальний ефект інноваційного проекту, гр. од.,

$\Delta\Pi_{\text{дфо}}$ - збільшення надходжень до місцевих бюджетів від податку на доходи фізичних осіб, гр. од.,

$\Delta\Pi_{\text{бф}}$ - збільшення надходжень до позабюджетних фондів, гр. од.,

$\Delta B_{\text{фз}}$ - зниження виплат з фонду сприяння зайнятості, гр. од.,

$\Delta B_{\text{нпр}}$ - зниження виплат по тимчасовій непрацездатності, гр. од.

З наведеної формули ясно, що участь у консолідованому фінансуванні інноваційного проекту, як отримувачі економічного ефекту від його впровадження повинні брати місцеві бюджети та позабюджетні фонди.

Екологічний ефект інноваційного проекту (зниження кількості викидів відходів у навколишнє середовище, економія природних ресурсів, забезпечення безвідходності виробництва) також мають вартісний вимір, оскільки не тільки знижують екологічні платежі підприємства - інноватора, а і знижує витрати екологічних фондів, витрати бюджету, пов'язані з наслідками забруднення навколишнього середовища, що відбиваються на працездатності та захворюваності громадян.

У існуючих дослідженнях екологічну складову дослідники розглядають, здебільшого, як чинник зниження витрат підприємства. Так, за словами Захарченко Д.А., вартісну оцінку екологічного ефекту необхідно визначати показниками: економія від використання відходів; економія від збільшення часу експлуатації устаткування; економія від зменшення витрат на ремонт устаткування; зменшення витрат у результаті поліпшення екологічного стану навколишнього середовища [9]. Швіндіна Г.А. констатує [10], що витрати споживання природних ресурсів враховують плату за використання природних ресурсів, виплати підприємства на відновлення та відтворення природних ресурсів, концесійні платежі (при виданні природних ресурсів у довгострокову оренду), витрати на зниження або попередження утворення твердих відходів, витрати на зниження або попередження надходження відходів у навколишнє природне середовище, витрати на зниження або знешкодження впливу шкідливих речовин. Тобто, існуючі дослідження не враховують той факт, що екологічний ефект призводить до зменшення захворюваності та смертності населення в регіоні, що в свою чергу відображається як додатковий соціальний ефект у вигляді покращенні якості життя населення регіону, запобігання надмірного відволікання бюджетних коштів на утримання медичних закладів, інтернатів, тощо в умовах підвищеного шкідливого навантаження на навколишнє середовище, здоров'я населення.

Узагальнюючи вищевикладене, можна виділити наступні вартісні характеристики екологічного ефекту інноваційного проекту (рис. 3). Таким чином, екологічний ефект інноваційного проекту доцільно розраховувати за наступною формулою:

$$E_{\text{ек}} = \Delta B_{\text{нз}} + \Delta\Pi_{\text{е}} + \Delta\Pi_{\text{ен}} + \Delta E_c, \quad (3)$$

де $E_{\text{ек}}$ - екологічний ефект інноваційного проекту, гр. од.,

$\Delta B_{\text{нз}}$ - зниження витрат з бюджету на природоохоронні заходи, гр. од.,

$\Delta\Pi_{\text{е}}$ - зниження екологічного податку, гр. од.,

$\Delta\Pi_{\text{ен}}$ - зниження штрафних санкцій за порушення екологічних нормативів, гр. од.,

ΔE_c - додатковий соціальний ефект, гр. од.

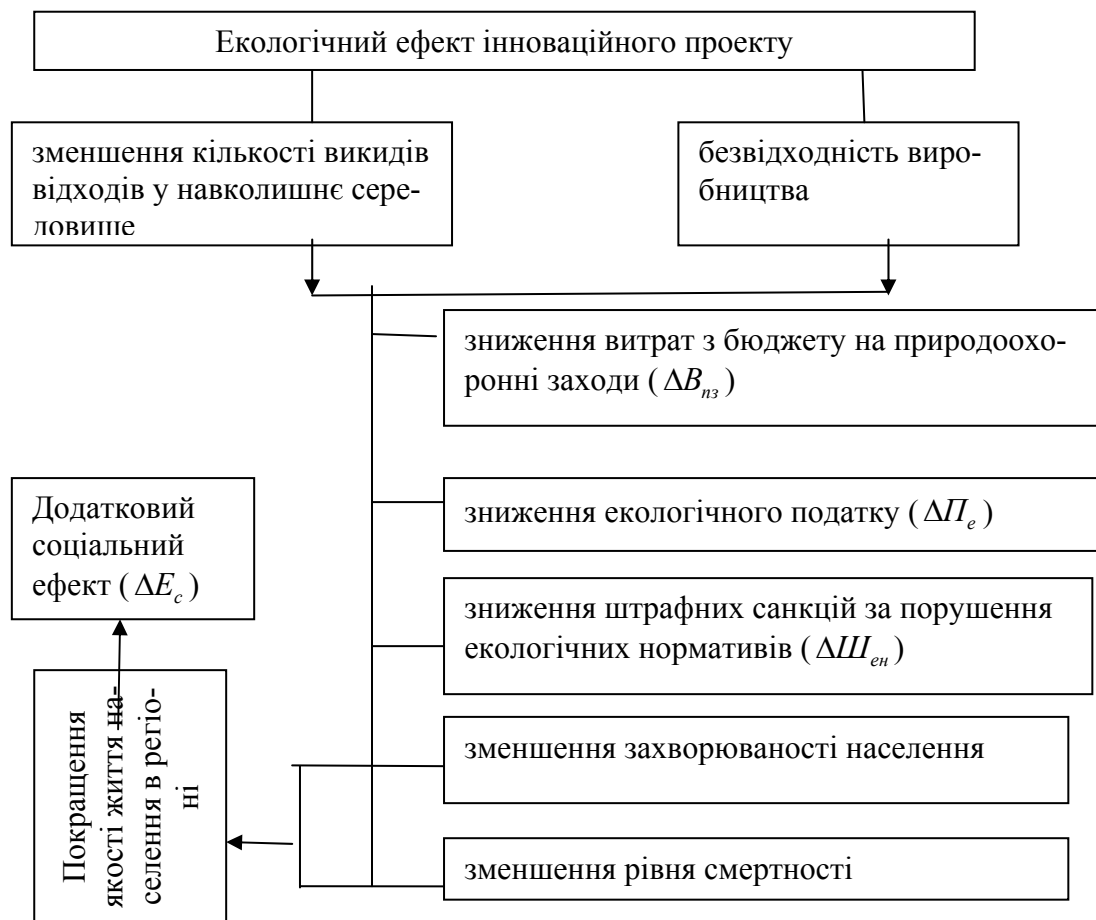


Рис. 3 - Економічні наслідки екологічного ефекту інноваційного проекту

Як і при оцінці соціального ефекту, зміст формули визначає учасників консолідованого фінансування інноваційного проекту. Це, перш за все – підприємство - інноватор, а також екологічні фонди, місцевий та центральний бюджет.

Якщо соціальні або екологічні ефекти інноваційного проекту можна віднести до основних результатів регіональної цільової програми, то може йти мова про часткове фінансування інноваційного проекту за рахунок коштів місцевого бюджету, спрямованих на реалізацію цієї програми. В Дніпропетровській області на 2011 рік діє 71 програма, серед яких можна виділити «Програма охорони навколишнього природного середовища Дніпропетровської області на 2005–2015 роки», «Обласна комплексна програма поводження з відходами», «Програма поліпшення екологічного стану Дніпропетровської області за рахунок зменшення забруднення довкілля основними підприємствами-забруднювачами на 2007–2015 роки», «Програма підтримки сімей та жінок у Дніпропетровській області на 2007–2011 роки», «Обласна програма запобігання та лікування серцево-судинних та судинно-мозкових захворювань на 2008–2012 роки», «Програма поліпшення стану безпеки, гігієни праці та виробничого середовища в Дніпропетровській області на 2008–2011 роки», «Програма зайнятості населення Дніпропетровської області на 2010–2011 роки» та інші [11].

Таким чином, процес визначення джерел фінансування інноваційного проекту (учасників консолідованого його фінансування) на основі визначення частки кожного з учасни-

ків консолідованого фінансування у отриманні економічного ефекту, повинен здійснюватися за такими етапами:

1- розробка інноваційного проекту з усіма виробничими, операційними та фінансовими розрахунками, які в результаті визначають необхідну суму S фінансування проекту з урахуванням інфляції, терміну та ризику проекту.

2- розрахунок ефекту E проекту та його видів, а саме економічного E_e , комерційного E_k , бюджетного E_b , соціального E_c та екологічного E_{ek} :

$$E = \sum E_i = E_e + E_k + E_b + E_c + E_{ek}, \quad (4)$$

де E - загальний ефект інноваційного проекту, гр. од.,

E_i - i -ий ефект інноваційного проекту, гр. од.,

E_e - економічний ефект від реалізації інноваційного проекту, гр. од.,

E_k - комерційний ефект від реалізації інноваційного проекту, гр. од.,

E_b - бюджетний ефект від реалізації інноваційного проекту, гр. од.,

E_c - соціальний ефект інноваційного проекту, гр. од.,

E_{ek} - екологічний ефект інноваційного проекту, гр. од.

3 - визначення частки ефекту кожного з його отримувачів (по видах ефекту)

4 - розрахунок участі кожного з отримувачів економічного ефекту формулою за формулою (ф. 1)

Загальна сума коштів, яка спрямовується на фінансування інноваційного проекту з усіх обраних джерел повинна бути достатньою та відповідати розрахункам на першому етапі:

$$x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_n = S, \quad (5)$$

де x_n - фінансування інноваційного проекту j -м учасником консолідованого фінансування, гр. од.,

S - загальної суми фінансування інноваційного проекту, гр. од.

Використання запропонованого підходу визначення джерел фінансування інноваційних проектів дозволить розширити можливості фінансування інновацій, оцінити вплив інноваційного проекту на соціальний розвиток регіону та його екологічне становище. Обґрунтування складу учасників консолідованого фінансування на підставі розподілу економічного ефекту по факторам його отримання та по розпорядникам фінансових ресурсів дозволить підвищити якість управління регіональними інноваційними проектами.

Подальше дослідження повинно бути спрямоване на удосконалення процесу формування фінансових ресурсів інноваційного розвитку регіону.

Література

1. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования / 2-я редакция. Утв. 21.07.1999 Госстроем России, Минэкономики РФ, Минфином РФ. - М., 1999; (Утверждено Госстрой России Министерство экономики РФ Министерство финансов РФ Госкомпром России от 31 марта 1994 г. N 7-12/47)
2. Методические рекомендации по оценке эффективности научных, научно-технических и инновационных разработок - Постановление Национальной академии наук Беларуси и Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь 3.01.2008 № 1/1
3. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40-IV — Електрон. ресурс/ Режим доступу: URL[^]<http://www.rada.gov.ua/>
4. Статистичний щорічник України за 2009 рік. - К.: Держкомстат, 2010. - 258 с.

5. Кузнецова А.Я. Інвестиційно-інноваційна діяльність та система її фінансового забезпечення.. –Автореферат дис. доктора екон. наук 08.04.01. – Державна установа “Інститут економіки та прогнозування НАН України”, Київ, 2005. – 37с.
6. Юркевич О. М. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в економіці України. – Автореферат дис. кан. екон. наук 08.04.01. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 2006. – 16с.
7. Инновационный менеджмент: Учебное пособие/ Под ред. д.э.н. , проф. Л.Н. Оголевой. – М.: ИНФРА=М, 2004 - 238с.
8. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент: Учеб. Пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 446с.
9. Захарченко Д.О. Методи оцінки соціальної значимості інвестиційного проекту металургійних підприємств. – Автореферат дис. кан. екон. наук 08.00.04 - Приазовський державний технічний університет Міністерства освіти і науки України, Маріуполь, 2008. – 21с
10. Швіндіна Г.О. Екологічний менеджмент в енергетичних господарствах машинобудівних підприємств. – Автореферат дис. кан. екон. наук 08.08.01– Сумський державний університет. - Суми, 2006. – 22с.
11. Перелік діючих у 2011 році регіональних цільових програм/ Електрон. ресурс/ Режим доступу: URL^ <http://oblrada.dp.ua/region-programmes>

Рекомендовано до публікації:
д.е.н., с.н.с. Ляшенко В.І., 02.02.2012 р.

Надійшла до редакції:
05.02.2012 р.



УДК 338.3

Ляшок Н. Ю.

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ КРИЗ

Проведено аналіз особливостей функціонування та розвитку промислових підприємств України в умовах економічних криз. Виділено основні риси та види економічних криз, що мають найсуттєвіший вплив на розвиток підприємств машинобудівного комплексу. Встановлено, що саме у період кризи необхідним та ефективним є розвиток людського капіталу.

Ключові слова: економічна криза, вид кризи, підприємство, людський капітал.

The analysis of functioning features and development industrial enterprises of Ukraine is conducted in the conditions of economic crises. Basic lines and types of economic crises that have the most substantial influence on development of machine-building enterprises complex are distinguished. It is set that exactly in a period a crisis a necessity and effective is development of human capital.

Keywords: economic crisis, type of crisis, enterprise, human capital.

Сучасний стан розвитку наукової управлінської думки характеризується наявністю значної кількості досліджень категорії людського капіталу, умов і засобів його формування, розвитку і використання. Розкриття цих питань висвітлено у роботах таких вітчизняних і зарубіжних учених, як: Т. Шульц, Г. Беккер, Дж.Мінсер, Дж. Коулман, О.Амоша, Е.Лібанова, О.Онiкiєнко, Н.Лук'янченко, М.Бухалков, М.І. Хромов, В.П. Антонюк, О.А. Гришина, О.Г. Голіченко, Ю.А. Корчагін, В. Щетинін, Л.Б. Владикіна, О.В. Кендюхов та ін. Однак, питання проблем використання і розвитку людського капіталу в умовах економічних кризи залишаються недостатньо дослідженими.

Метою статті є обґрунтування необхідності розвитку людського капіталу промислових підприємств в умовах економічних криз.

Для досягнення поставленої мети необхідним є проведення аналізу особливостей функціонування та розвитку промислових підприємств України в умовах економічних криз. Це надасть можливість виділення основних рис та видів економічних криз, що мають найсуттєвіший вплив на розвиток підприємств машинобудівного комплексу.

Економічні кризи відображають гострі суперечності в економіці країни чи економічному стані окремих підприємств. Це кризи надвиробництва, падіння продажів, протиріч у взаємодії економічних агентів ринку, кризи неплатежів, ресурсні кризи, втрати конкурентних переваг. Основними факторами економічної кризи є скорочення загального обсягу промислового виробництва, виробничих потужностей, зростання рівня інфляції, гіперінфляція, зниження ВВП, зовнішньоторговельного обороту, падіння курсів цінних паперів, зниження інноваційної активності підприємств, зростання числа банкрутств підприємств і т.д. [1].

Аналіз макроекономічної ситуації в Україні за період з моменту проголошення її незалежності вказує на деформованість структури виробництва, що забезпечило високі темпи зниження виробництва і призвело до економічної кризи. Виробництво промислової продукції у 1993 р. знизилося на 21%, місячна інфляція складала понад 75% і вважалася найвищою у світі. Так, за 1990-1994 рр. ВВП України скоротився практично на 58%. Це було викликано тим, що Україна успадкувала від СРСР такі риси, як: монополізм, екстенсивний шлях розви-

тку, диспропорційність, для подолання яких необхідним був тривалий час. Науково-технічна і технологічна відсталість, а також низька конкурентоспроможність не дозволили швидко інтегруватися у міжнародний розподіл праці. Для промисловості України характерна висока енергоємність виробництва і залежність від держав-постачальників енергоресурсів. Тільки у кінці 20 ст., у 2001-2002 рр. вдалося стабілізувати економіку і навіть досягти її деякого зростання. Так, за 2001 р. у порівнянні з 2000 р. обсяг валового продукту зріс на 9,1%, промислового виробництва – на 14,2%, сільськогосподарського виробництва – на 9,9% [2].

В українській економіці, яка впродовж 2001-2008 рр. демонструвала позитивну динаміку, водночас спостерігалися порушення макроекономічної рівноваги, оскільки зростання не було обумовлено довгостроковими факторами. Економічне зростання стало не результатом системних внутрішніх реформ, а наслідком впливу сприятливих чинників короткострокового характеру. Щорічні темпи приросту ВВП коливалися від 5,9% у 2000 р. і 5,2% у 2002 р. до 12,1% у 2004 р. і мали хвильовий характер протягом 2005-2009 рр. [2]. Зростання української економіки у 2001-2008 рр. було обумовленим впливом факторів з боку попиту: сприятлива кон'юнктура на зовнішніх ринках металургійної та хімічної промисловості – основних товарних груп українського експорту, що дало основу формування в Україні експортно орієнтованої моделі економічного зростання; проведення приватизації великих інвестиційно привабливих комплексів за низькою номінальною вартістю активів зумовило зростання обсягів інвестицій, зростання прибутку суб'єктів господарювання стало однією з причин збільшення інвестиційного попиту [3].

Виникнення економічної кризи в Україні стало очевидним восени 2008 р. після погіршення ряду економічних показників та повідомлень про фінансові проблеми ряду провідних комерційних банків країни. Так, ЗМІ повідомляли про істотне скорочення попиту на залізо і сталь, що призвело до зменшення обсягів експорту та надходження валюти в українську економіку.

З метою стабілізації фінансового ринку та допомоги комерційним банкам, в період кризи 2008-2009 рр. Національний банк України залучив 16,5 млрд. дол. США кредиту від Міжнародного валютного фонду. Опитування керівництва провідних іноземних інвестиційних компаній, яке було проведено в 2009 р. дослідним центром компанії Appleton Mayer, показало значне погіршення інвестиційного клімату в Україні. Так, за даними дослідження, 69% керівників іноземних інвестиційних компаній не збиралися найближчим часом вивчати питання інвестування в економіку України. При цьому 34% іноземних інвестиційних компаній, які вже працювали у країні, збиралися припинити свою діяльність в Україні, а 26% - заморозити свої проекти [3].

Аналіз ринку праці в Україні за період 2008-2009 рр. показує, що рівень безробіття економічно активного населення працездатного віку в середньому становить 1,8%, навантаження на 1 робоче місце збільшилася на 7-8 осіб. Динаміка попиту на робочу силу за деякими видами економічної діяльності показує, що у промисловості у 2009 р. потреба становила – 620 осіб, що на 42,5% менше, ніж у 2008 р., у сфері торгівлі – у 2009 р. – 148 осіб, що на 10,4% більше, ніж у 2008 р., у освіті – у 2009 р. – 40 осіб, що на 62% менше ніж у 2008 р. Таким чином, спостерігалася тенденція коливання загального попиту на робочу силу за видами економічної діяльності.

Ще однією характерною рисою кризи 2008-2009 рр. було те, що для збереження людського капіталу дуже широко використовувалася неповна зайнятість. Зазначені тенденції на ринку праці також впливали на рівень і на структуру оплати праці персоналу. Індекс номінальної заробітної плати у 2009 р. склав 105,9% порівняно з 133,7% у 2008 р, а реальної – 90,6% у порівнянні з 106,2% у 2008 р. В Україні сума невиплаченої заробітної плати на 1

серпня 2009 склала 1559 млн. грн. [5]. Найбільше заборгували працівникам машинобудівної, металургійної, транспортної та аграрної сфер [10].

Дослідження кризових процесів в економіці за період 2008-2009 рр. дозволило зробити такі висновки [2]: основа наростання макрофінансової нестабільності в Україні міститься насамперед у здійснюваній в попередні періоди економічній політиці; світова фінансова криза наклалася в Україні на фазу посилення внутрішньої політичної кризи, що викликало різке загострення структурних диспропорцій національної економіки; експорто-орієнтована модель економічного росту з переважанням низько технологічного експорту виявилась вельми вразливою щодо раптових змін кон'юнктури на світових ринках; негативні зовнішні чинники було посилено зниженням внутрішнього попиту на продукцію вітчизняної промисловості з боку як населення, так і державного та приватного секторів; вплив кризових явищ на становище соціальної сфери пов'язано із скороченням фінансування соціальних статей. У період кризи виявилися структурні недоліки вітчизняного ринку праці та системи соціального захисту. Таким чином, неузгодженість в період кризи в Україні попиту та пропозиції робочої сили на ринку праці вивела на перший план певний спектр проблем у використанні людського капіталу.

На основі проведеного аналізу виявлено негативні тенденції у використанні людського капіталу як на макрорівні, так і на рівні підприємств в умовах економічної кризи 2008-2009 рр. [4]:

1) на рівні держави: збільшилася кількість незайнятих громадян, які перебувають на обліку у Державній службі зайнятості, підвищився рівень безробіття економічно активного населення, внаслідок чого збільшилася навантаження на одне вільне робоче місце, відбувалося коливання попиту та пропозиції робочої сили в залежності від сфери трудової діяльності ;

2) на рівні підприємств і організацій: скорочення кількості працівників підприємств і організацій, збільшення кількості підприємств і організацій, де використовується неповний робочий день (тиждень) і збільшення кількості працівників, яким надавалися адміністративні відпустки, загострення ситуації в сфері розрахунків з працівниками.

Вказані тенденції на ринку праці супроводжувалися зниженням інноваційної активності вітчизняної економіки, а в першу чергу – промислових підприємств. Найбільш гостро це позначилося на діяльності підприємств машинобудівної галузі, що пов'язано з ростом цін на енергоресурси.

Машинобудування є однією з провідних галузей промисловості, де зосереджено 20% основних засобів промисловості та виробництво інноваційної продукції з високим рівнем доданої вартості. Машинобудування є однією з галузей промисловості України, яка найбільше постраждала внаслідок світової фінансово-економічної кризи. Обсяги виробництва машинобудівної продукції у 2009 р. по відношенню до 2008 р. скоротилися на 44,9%, реалізованої продукції – на 29,5%. Певне відновлення, яке відбулося у 2010 р., досі не забезпечило досягнення передкризового рівня.

Відновлення докризових обсягів виробництва машинобудівної промисловості не відбулося в результаті залежності машинобудівних підприємств і споживачів їхньої продукції від доступу до кредитних ресурсів, повільного введення в дію основних фондів, низького рівня інвестиційної та інноваційної активності машинобудівних підприємств.

Однією з основних причин падіння обсягів реалізованої продукції в основних підгалузях машинобудівної промисловості є також повільне введення нових основних фондів. Так, у 2009 р. у машинобудівній промисловості було введено в дію нових основних засобів на суму 3062 млн. грн, тоді як цей показник за аналогічний період для харчової промисловості склав 7071 млн. грн, металургійної – 5431 млн. грн. Відбулося значне скорочення інвестицій в ос-

новний капітал машинобудівної промисловості, яке складало у 2009 р. порівняно з 2008 р. 57,6%. У 2010 р. інвестиції в основний капітал машинобудівної промисловості зросли на 23,5% порівняно з 2009 р., але їх обсяги не досягли рівня 2007 р. При цьому знижувалась інноваційна активність підприємств машинобудування, що негативно вплинуло на конкурентоспроможність товарів. Якщо у 2007 р. кількість інноваційно активних підприємств у машинобудівній промисловості становила 23,3% від їх загальної кількості, то у 2008 р. вона скоротилася до 21,2%, а у 2009 р. – до 21,1% [2].

Під час кризи відбулося падіння обсягів зовнішньої торгівлі товарами основних підгалузей машинобудівної промисловості. У 2010 р. зростання експорту продукції машинобудування відновилося і склало 25% до 2009 р. Основним фактором зростання було збільшення експорту транспортних засобів в результаті поліпшення економічної ситуації в країнах СНД (основних імпортерів продукції вітчизняного машинобудування). Найбільшим споживачем товарів української машинобудівної промисловості є Російська Федерація. Україна знаходиться в значній залежності від імпорту продукції машинобудування. Так, загальне зростання обсягів імпорту товарів машинобудівної промисловості в 2010 р. по відношенню до 2009 р. становило 39,9% [6].

Країни-лідери з виробництва машинобудівної продукції застосовують різні механізми для відновлення виробництва і забезпечення міжнародної конкурентоспроможності машинобудівної продукції. Випереджаючий вихід з кризи машинобудівних підприємств інших країн посилять такі ризики для вітчизняних машинобудівних підприємств: зростання імпорту в Україну більш конкурентоспроможної машинобудівної продукції через відновлення споживчого попиту з боку реального сектору і домогосподарств за умов поліпшення кредитування і стабілізації фінансової системи, витіснення вітчизняних виробників машинобудівної промисловості з внутрішнього ринку і скорочення їх частки на світових ринках в результаті нездатності швидко адаптуватися до змін світової кон'юнктури; поглиблення науково-технологічного відставання виробництва на підприємствах вітчизняного машинобудування від світових лідерів, «консервування» застарілих технологічних укладів [6].

Однією з основних проблем розвитку вітчизняного машинобудівного комплексу є низька конкурентоспроможність продукції на світових ринках у результаті цінового фактора. При високій якості продукції українськими підприємствами машинобудування підтримуються високі ціни на неї у порівнянні із зарубіжними конкурентами. Це знижує ступінь привабливості вітчизняної продукції як на зовнішніх, так і на внутрішньому ринках. Одним із чинників високого рівня цін вітчизняної машинобудівної продукції є недостатній рівень оновлення технічної бази виробництва. На більшості машинобудівних підприємств спостерігається тенденція морального старіння устаткування. Низький ступінь оновлення основних фондів у машинобудуванні вимагає додаткових ресурсних витрат у процесі виробництва, що впливає на ціну продукції.

Таким чином, проведений аналіз підтвердив, що в умовах кризи найбільш посилилася проблема підвищення конкурентоспроможності вітчизняної машинобудівної продукції на світовому і внутрішньому ринках, що є неможливим без інноваційного розвитку підприємств галузі. Першочерговим завданням має стати заміна застарілого обладнання прогресивним і найменш енергоємним. Технічне переозброєння машинобудівних підприємств може стати головним вектором підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції за рахунок зниження енергоємності виробництва при підвищенні якості. Обмеженням цього виступає те, що керівництвом більшості машинобудівних підприємств не проводиться оцінка можливостей економії при введенні прогресивного інноваційного обладнання. Процес оновлення основних фондів у машинобудуванні може пройти максимально ефективно, якщо при цьому правильно і своєчасно впроваджувати інноваційні технології. Особливо важливим є плану-

вання періоду введення в експлуатацію нового обладнання. Це пов'язано з необхідністю навчання персоналу особливостям роботи на інноваційному обладнанні. Проведений аналіз показав, що підприємства вітчизняного машинобудівного комплексу в значній мірі залежать від зміни цін на енергоресурси і цін на сировину. Найбільш дана тенденція посилюється в умовах економічних криз, передбачення яких може надати підприємству часовий інтервал для підготовки до кризи. Таке передбачення має здійснюватися систематично. Це дозволить у сприятливих економічних умовах інвестувати кошти в інноваційне обладнання та розвиток людського капіталу, що забезпечить стійкість машинобудівних підприємств до кризових ситуацій, пов'язаних з підвищенням цін на енергоресурси.

Кризи іманентно притаманні еволюції будь-якої системи. Питання полягає в тому, що треба робити до і під час кризи, щоб після кризи економіка продовжувала позитивний розвиток. Виходячи з цього, виділяється три типи криз: криза 1-го типу існує в підсистемах, тобто в окремих галузях економіки; криза 2-го типу – це криза системи в цілому, але при збереженні її сутності, 3-го типу – криза системи в цілому зі зміною її сутності. Реакції на світову кризу 2008 р. економік різних країн якісно відрізнялися. У країнах, що розвиваються – це була криза 1-го типу. Так, у Китаї – це була криза 2-го типу першої фази. Для США – це криза 2-го типу другої фази. Росії та Україні вдалося уникнути кризи 3-го типу [7]. В залежності від характеру економічних спадів, охоплення ними різних сфер або галузей народного господарства розрізняють такі види економічних криз [8]: циклічні, проміжні, структурні, часткові, галузеві, сезонні та світові. Згідно з економічною теорією, класичний цикл суспільного відтворення складається з чотирьох фаз: спад, депресія, пожвавлення (відновлення), підйом (активізація інноваційної діяльності). При цьому активізація інноваційної діяльності позначається на фазі підйому, але у роботах [14, 16] доведено, що це є можливим і в умовах економічних криз.

З урахуванням різноманіття причин виникнення циклів вченими економістами пропонуються такі різновиди циклів: Кондратьєва (40-60 років, основна передумова – науково-технічний прогрес та інноваційна діяльність); Кузнеця (20 років, визначальний чинник – зміна галузевої структури і структури відтворення); Жуглера - (7-11 років, результат взаємодії грошово-кредитних чинників); Кітчина (3-5 років, пов'язаний з динамікою запасів товарно матеріальних цінностей на підприємствах, від 1-го до 12 років господарські цикли пов'язані з коливанням інвестиційної активності).

Цикли Кітчина – це короткострокові економічні цикли з характерним періодом 3-5 р. В рамках циклу Кітчина відбувається порушення та відновлення ринкової рівноваги попиту та пропозиції товарів на ринку, якому відповідає певний рівень і співвідношення ринкових цін.

Таким чином, друга хвиля кризи чи друга криза знижувальної хвилі шостого К-циклу за прогнозами планується на період 2012-2015 рр., коли цикли Жуглера, Кузнеця і Кондратьєва будуть знаходитися ще в стані депресії, а цикл Кітчина знову увійде в фазу рецесії. Саме в період цієї кризи можна очікувати обвал нафтових цін. Приблизно, раз на півстоліття входження у фазу падіння відразу чотирьох економічних циклів різної тривалості збігається за часом і виникає ефект резонансу. Так, у 2007-2008 рр. виник ефект резонансу, коли у циклах: Кітчина, Жуглера, Кузнеця і Кондратьєва практично одночасно були пройденими верхні пікові точки розвитку, і почалася фаза спаду. Таким чином, згідно з аналітичними прогнозами циклічного розвитку криза виступає системо-утворюючим фактором для економіки [15].

Основні риси сучасного світового фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр. обумовлені тим, що він мав місце в умовах глобалізації, негативні особливості якої багато в чому визначили глибину і масштаби кризових явищ у світі. При цьому, як зазначає професор Р. Буайе, один з керівників Національного центру наукових досліджень Франції, фінанси стали переважати над реальною економікою. Це зумовило принципово новий характер світо-

вої фінансово-економічної кризи. Вона не просто чергова циклічна, вона структурна [9]. Можна відзначити деякі основні риси цієї структурної кризи. По-перше, вона є наслідком штучного перебільшення ролі фінансового сектору в економічній системі розвинених країн і у світовій економіці в цілому. По-друге, в умовах глобального фінансового ринку фінансові потоки і трансакції виявилися в значній мірі поза контролем держави, а фінансові інститути обслуговували головним чином інтереси своєї верхівки всупереч суспільним потребам [10, 11].

В умовах жорсткої конкуренції на світовому ринку товарів і послуг перемогу забезпечують наукомісткі технологічні інновації. І саме криза є стимулом для переозброєння економіки та зміни її структури на базі новітніх технологій. Успішна реалізація інноваційного шляху виходу з кризи багато в чому залежить від таких факторів, як масштаб інвестицій в наукові дослідження і розробки (НДР), наявність висококваліфікованих кадрів вчених і фахівців та ефективно діючих правових та організаційних інститутів, що формують національну інноваційну систему країни.

Враховуючи проведений аналіз динаміки розвитку економіки та особливостей функціонування промислових підприємств України, можна зробити висновок, що у 1992 р. у промисловості була криза недовиробництва, а криза 2008 р. – мала як циклічний, так і структурний характер. Для підприємств машинобудівної галузі вона більшою мірою проявилася як ресурсна криза, пов'язана з ростом цін на енергоресурси і сировину.

Однією з найголовніших проблем є те, що системи управління більшості підприємств призначені для функціонування у стабільних умовах, коли система працює за принципом коригування відхилень. В умовах економічної кризи така практика себе не виправдовує. У цей момент потрібні чіткі управлінські рішення [12]. Для того щоб успішно функціонувати в умовах економічної кризи, підприємствам необхідний певний набір методів управління, використання яких допоможе впоратися з новими нестандартними завданнями, що постійно виникають в умовах економічної кризи [13].

Умови економічної кризи значним чином вплинули на зниження інноваційної активності вітчизняних промислових підприємств, у першу чергу, машинобудівних. У період кризи в промисловості проводилася політика, спрямована на виживання підприємств, а не на інноваційний розвиток. При цьому не приділялося значної уваги питанням розвитку людського капіталу. В умовах економічних криз керівництвом промислових підприємств не ставилося завдання розвитку людського капіталу, бо не розглядалася можливість інноваційного розвитку в кризовій ситуації, а більш актуальними були проблеми виживання економіки. Така ситуація негативно позначилася на економіці країни в цілому і на стані розвитку вітчизняного промислового комплексу у посткризовий період. Пріоритети розвитку вітчизняної промисловості повинні бути пов'язані зі зміною місця нашої країни на міжнародному ринку праці як власника передових технологій як мінімум в декількох секторах.

Доцільно висунути гіпотезу, під якою необхідно розуміти частково обґрунтоване припущення про сутність і закономірності розвитку того чи іншого процесу, який тимчасово приймається за дійсне.

Базовою умовою висунення гіпотези є доведена у роботі [14] ідея відносно того, що в умовах ресурсної економічної кризи доцільним є оновлення основних виробничих фондів шляхом введення прогресивного високотехнологічного обладнання на заміну морально застарілому. Для того, щоб забезпечити своєчасне введення в експлуатацію нового обладнання, необхідна підготовка людського капіталу до впровадження інноваційних технологій в умовах кризи. Це вимагає прогнозування кризових ситуацій, пов'язаних зі зміною цін на енергоресурси, проведення оцінки економічної доцільності заміни обладнання і розвитку людського капіталу з метою його ефективного використання в умовах кризи.

Основою гіпотези є міжнародний позитивний досвід ефективного використання людського капіталу в кризових умовах, а також доказ російськими вченими можливості інноваційного розвитку в умовах кризи. Обмеженням можливості впровадження у практику господарювання вітчизняних підприємств базисних положень гіпотези є низький рівень розвитку людського капіталу промислових підприємств та неефективність системи управління персоналом в умовах кризи, а також відсутність системності у прогнозуванні кризових тенденцій, що обмежує можливості підприємств щодо підготовки до впровадження інновацій; припущення, висунуте для підтвердження гіпотези полягає в тому, що кризові умови створюють передумови для розвитку та ефективного використання людського капіталу промислових підприємств з метою активізації інноваційної діяльності.

Таким чином, впровадження інноваційного обладнання необхідно здійснювати при підвищенні цін на енергоресурси, тобто у період ресурсної кризи. Важливою є своєчасність визначення типу, виду, циклу і фази економічної кризи з метою вибору найбільш ефективних методів управління людським капіталом для забезпечення його розвитку, що направлено на підвищення інноваційної активності та забезпечення стійкості функціонування промислових підприємств.

Література

1. Новий курс: реформи в Україні. 2010–2015. Національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. – К.: НВЦ НБУВ, 2010. – 232 с.
2. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. – К.: НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
3. Фінансово-економічна криза 2008-2009 рр. в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Фінансовоекономічна_криза_2008_року_в_Україні.
4. Островерхов В. Використання зарубіжного досвіду для вдосконалення концепції зайнятості України в умовах кризи / В. Островерхов // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України: науковий журнал. – Тернопіль: Економічна думка. – 2009. – Вип. 14. – С.62-65.
5. Колесник О.А. Проблеми використання людського капіталу в умовах економічної кризи: регіональні аспекти [Електронний ресурс] / О.А. Колесник. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>.
6. Реструктуризація промисловості України у процесі посткризового віднолення: аналіз. доп. / О.В. Собкевич, А.І. Сухоруков, В.Г. Савенко, С.Л. Воробійов, [та ін.]; за заг. ред. Я.А. Жаліла. – К.: НІСД, 2011. – 112 с.
7. Шварцман М.М. Теории экономических кризисов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mce.su/rus/archive/mce17/sect286/doc62257>.
8. Фролова Т.А. Макроэкономика: конспект лекций / Т.А. Фролова. – Таганрог: ТРТУ, 2006. – 245 с.
9. Boyer R. La crise des subprimes en perspective historique / R. Boyer // Revue de la regulation. – 2009. – №5. – P.167-175.
10. Рынок труда: реакция на кризис (по материалам зарубежных стран) / Ф.Э. Бурджалов, Н.В. Гоффе, И.В. Гришин и др.; под ред. Ф.Э. Бурджалова, Е.Ш. Гонтмахера. – М.: МЭМО, РАН, 2011. – 185 с.
11. Hickel R. Plädoyer für einen regulierten Kapitalismus / R. Hickel // Aus Politik und Zeitgeschichte. – 2009. – № 20. – P.154-168.
12. Фінансово-економічна криза в Україні [Електронний ресурс]]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/2_ANR_2010/Economics/3_57113.doc.htm.
13. Таратута Л.В. Разработка методики учета материальных затрат на предприятиях металлургического профиля в условиях нестабильности рынка [Электронный ресурс] / Л.В. Таратута, К.В. Таратута. – Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Metalurg/2009_19/pdf/METALURG_19_30.pdf/.
14. Ключков В.В. Взаимное влияние экономических кризисов и инновационного развития наукоемкой промышленности / В.В. Ключков // Экономика и математические методы. – 2011. – №3, т.47. – С.117-123.
15. Промышленная политика европейских стран = Industrial policy of the European countries / [под ред. Н.В. Говоровой.]. – М.: Ин-т Европы РАН: Рус. сувенир, 2010. – 214 с. – (Доклады Института Европы = Report of the Institute of Europe / Учреждение Российской академии наук, Ин-т Европы РАН; № 259.
16. Юсим В. Первопричина мировых кризисов / В. Юсим // Вопросы экономики. – 2009. – №1. – С. 28-39.

Рекомендовано до публікації
д.е.н., проф. Лепюю Р.М., 06.03.2012 р.

Надійшла до редакції
18.03.2012 р.

УДК 621.774

Мацкевич Ю. І.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Викладено підходи до формування концептуальних основ управління діяльністю металургійного підприємства, що базуються на системному підході, західних теоріях бізнесу і менеджменту, сучасних пріоритетах розвитку металургійних підприємств України, що дозволяє забезпечити зростання конкурентних переваг і розвиток металургійних підприємств на інноваційній основі.

Ключові слова: управління, системний підхід, принципи, металургійне підприємство.

Approaches to forming of conceptual government bases by activity of metallurgical enterprise are expounded in the article, being based on systems approach, western theories of business and management, modern priorities of development of metallurgical enterprises of Ukraine, that allows providing growth of competitive edges and development of metallurgical enterprises on innovative basis.

Keywords: management, system approach, principles, metallurgical enterprise.

Економічна криза народного господарства України зумовлюється багатьма факторами, серед яких важливе місце займає недосконалість системи управління. Турбулентний характер негативних змін в економіці (інфляція, зростання цін на сировину та матеріали, високі процентні ставки за кредит, зниження купівельної спроможності населення тощо) і висока складність вирішуваних нині завдань посилюють роль наукового управління у стабілізації соціально-економічних процесів і забезпеченні високої ефективності всіх видів виробничо-господарської діяльності. Ефективне і науково обґрунтоване стратегічне управління в умовах сучасної економіки є найважливішим і основним умовою успіху будь-якого підприємства. Істотний внесок у вивчення стратегічного управління на рівні суб'єктів господарювання внесли такі відомі вчені-економісти, як Амоша О., Балабанова Л., Баринів В., Буркинський Б., Гончаров В., Дементьєв А., Захаров А., Купріянов С., Ткаченко В., Тянь Р., Фатхутдінов Р., Холод Б. та інших. Разом з тим потребують подальшого наукового дослідження питання розробки концепції стратегічного управління діяльністю підприємства в умовах сучасної ринкової економіки.

Мета статті - формування концептуальних основ управління діяльністю металургійного підприємства, що базуються на системному підході, західних теоріях бізнесу та менеджменту, сучасних пріоритетах розвитку металургійних підприємств України.

Стратегічне управління можна визначити як управління конкурентними перевагами. При розробці стратегії необхідно, з одного боку, мати чітке уявлення про сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, його позицію на ринку, а, з іншого боку, розуміти структуру національної економіки в цілому і структуру галузі, в якій працює підприємство. Стратегії складаються з ряду підходів і напрямів, що розробляються керівництвом з метою досягнення найкращих показників роботи в одній конкретній сфері діяльності. Поєднання загальних і загально конкурентних стратегій залежить від характеристик галузі, загальної конкурентної позиції підприємства в середовищі, характеристик самого підприємства [1].

Розробка економічних стратегій розвитку підприємств стає все більш актуальним для українських металургійних підприємств, які поставлені в умови жорсткої конкуренції як між собою, так і з іноземними корпораціями. Хоча стратегічне управління саме по собі не забезпечує успіху, проте воно створює умови для виникнення ряду важливих і часто істотних сприятливих чинників для підприємства.

До основних тенденцій стратегічного управління металургійними підприємствами України в сучасних умовах господарювання можна віднести наступні [2,3]:

1. Поділ управління майном (функція власника) і виробництвом (компетенція директора, правління, менеджера). Згідно з українським законодавством, в акціонерному товаристві тільки збори акціонерів-власників може приймати рішення про зміну статутного капіталу, продажу, купівлі, здачі в оренду дорогого (понад 10% загальних активів) майна, розподілі прибутку (після сплати податків), емісії цінних паперів, реорганізації підприємств, відкритті і закритті філій і т.д. У той же час власник (в тому числі фонд державного майна) не вправі втручатися в управління виробництвом (вибір постачальників, збут продукції, набір і звільнення працівників і т.д.). Орендодавець стежить за зміною вартості свого майна, співвідношенням активів і пасивів, прибутків і збитків, внесенням орендної плати, але не може вказувати орендарю умови реалізації продукції та розподілу доходів.

2. Основою стратегії підприємства стає планування доходів і витрат, увага керівників переміщається з постачальницько-виробничої у фінансово-збутову сферу.

Оцінка ефективності виробництва, в кінцевому рахунку, характеризує результативність конкретних проектів та управління підприємством в цілому.

Вона включає чотири основних етапи:

- 1) обчислення виробничих витрат;
- 2) визначення необхідних інвестицій (капіталовкладень);
- 3) прогнозування щорічних доходів з урахуванням зносу активів;
- 4) визначення терміну окупності капіталовкладень та його відповідності нормативу.

3. Поділ функцій стратегічного та оперативного управління виробництвом. Перші здійснює керівник (рада директорів) і штаб (консультативна рада, що не має права давати прямі вказівки виконавцям), другі - правління, директора з виробництва, маркетингу і збуту і т.д., підпорядковані їм відділи управління.

До числа обов'язків керівника належить визначення загальних цілей на основі аналізу та прогнозування ринкових позицій фірми, затвердження відповідних планів і програм, структури управління, концепції маркетингу, основних напрямів НДДКР. Розробка кадрової, соціальної, фінансової, інвестиційної, закупівельної та виробничої (що і як випускати) політики, координація роботи структурних одиниць і служб управління, підбір безпосередньо підлеглих співробітників. Втручання генерального директора в оперативне управління поставками, запасами, календарне планування неприйнятно у ринковій економіці.

Управління майном включає контроль над вартістю майна, активами і розподілом прибутку, визначення стратегії маркетингу та оновлення виробництва. При цьому функція стратегічного управління виконується в штаб-квартирі корпорації, а оперативного управління - залишається на заводі, передається в низові осередки, в цеху, комплексні бригади та інші підрозділи.

Посилюється роль фінансових підрозділів у виробленні стратегічних цілей. В умовах комп'ютеризації фінансова служба об'єднується з бухгалтерією. При відсутності електронно-обчислювальної техніки, суттєво збільшені обсяги робіт бухгалтерії починають гальмувати всю роботу металургійного підприємства. У розвинених країнах, наприклад, 92% компаній відмовилися від ручної виписки документації, розрахунків і т.п. По суті, запроваджується повна комп'ютеризація цих процесів. Здійснюється також поділ завдань перспективної (на 5 років і більше) і поточної (на 1-3 роки) максимізації прибутку.

У свою чергу, завдяки іншій стратегічній орієнтації металургійні корпорації Китаю істотно потіснили Росію на світовому ринку. Вони мали перевагу по таким показникам, як фондоозброєність праці (в 2-5 рази), середній вік обладнання (9,5 років у порівнянні з 17,5), частка витрат на оновлення виробництва (дослідження і розробки, маркетинг, дизайн і реклама, розвиток ринку після початку продажів), питома вага нової продукції, витрат на запобігання браку і т. д.

Для реалізації виділених пріоритетних напрямів стратегічного управління воно повинно спиратися на такі принципи.

Принцип рефлексії. Ефективність стратегічних рішень визначається не тільки ступенем оцінки об'єктивних чинників, але і тим, як враховуються інтереси суб'єктів з їх рефлексіями. Останні відображають розуміння того, як сприймають цінності, інтереси особи, яка приймає рішення, інші виконавці з даної системи. Крім того, необхідно враховувати інтереси суб'єктів із зовні відноситься системи середовища на прийняті рішення.

При цьому, якщо взяти до уваги, що підприємство або інша організаційна форма економічної діяльності в основному управляється людиною з його суб'єктивними інтересами і особливостями, то принцип рефлексії повинен бути визнаний одним з основних при підготовці стратегічних рішень. Його застосування виходить далеко за рамки моделювання. Він може використовуватися при визначенні достовірності та цінності інформації на етапі стратегічного моніторингу, при стратегічному аналізі компонентів зовнішнього середовища, розробці планів впливу на зовнішнє середовище.

Принцип самоорганізації. Підприємство як система може функціонувати не тільки зменшуючи небажані відхилення, але і збільшуючи бажані за допомогою позитивного зворотного зв'язку. Система, яка використовує принцип самоорганізації, знаходить в флуктуації зовнішнього середовища корисні для себе стимули і підсилює їх в контурах з позитивним зворотним зв'язком. Самоприсилення йде там, де відбувається виникнення нових негативних зв'язків, які стабілізують систему, тобто відбуваються структурні зміни, які ведуть до нового рівня гомеостазису або до коливань. Система самоорганізується, якщо про її елементи можна стверджувати, що вони самі приймають рішення. В результаті між елементами виникають деякі відносно стійкі об'єднання, які дають їм певні переваги.

Аналіз конкретних прикладів таких систем дає можливість виділити принцип самоорганізації, яка дозволяє виявити механізм автономної циклічної самопідтримки і запустити його для каталізації цілеспрямованої самоорганізації. Він має на увазі свідомий облік тенденцій, які органічно властивий людським колективам. Таке трактування принципу самоорганізації використовується в теорії систем і може бути застосована при розробці інструментів і методів стратегічного управління.

Принцип обмеженої раціональності. Основне дестабілізуючий вплив на сформовану парадигму прийняття рішень в економічних системах створює ідея про обмежену можливість особи, яка приймає рішення (ОПР), переробляти інформацію, а таким чином, обмеженість в реалізації принципу «повної раціональності». Крім того, при прийнятті стратегічних рішень ЛПР має справу з дуже специфічною інформацією, яка за визначенням не може бути повністю достовірною і достатньою. З іншого боку, сам факт прийняття «раціонального» рішення не є гарантією його виконання елементами системи. До сих пір не існує задовільною та повної моделі раціональної поведінки.

Серед типових недоліків підходу, заснованого на принципі «повної раціональності», слід виділити такі:

- менеджери прагнуть приймати надмірно деталізовані стратегічні рішення, засновані на критерії оптимальності, тобто виключають альтернативність;
- ЛПР приймають рішення, що виключає паралелізм і конкурентність між підрозділами того самого підприємства при розробці нових зразків продукції тощо;
- ЛПР не прагнуть використовувати творчі можливості кожного робітника, а вимагають жорсткого дотримання інструкцій на всіх рівнях управління зверху вниз.

Звідси випливає доцільність використання при стратегічному управлінні принципу «обмеженої раціональності», при якому рішення виробляється на основі прогностичної інформації та знаннях про тенденції зміни економічних інтересів елементів, що складають систему

і компоненти зовнішнього середовища. Ці рішення підлягають коригуванню у міру надходження нових даних до моменту початку реалізації рішення і подальшої адаптації в ході реалізації. Цей принцип накладає обмеження на застосовність класичних моделей дослідження операцій і теорії оптимального управління для розробки інструментів і методів стратегічного управління.

Принцип самовизначення. Підприємство є відкритою системою, оскільки його функціонування неможливе без взаємодії із зовнішнім середовищем, під яким розуміється сукупність всіх об'єктів, зміна властивостей яких впливає на підприємство, а також тих об'єктів, чий властивості змінюються в результаті роботи підприємства. Співвідношення активності прямого і непрямого впливу різний. Якщо вплив системи на середовище незначне, то говорять про домінування середовища над системою. Високоорганізовані адаптивні системи мають таку здатність змінювати зовнішнє середовище, щоб зміна власної поведінки системи не була необхідною. Вони здатні адаптувати зовнішні умови для досягнення власних цілей. Ці системи реалізують принцип самовизначення, який полягає в тому, що система сама по собі не тільки визначає своє положення в зовнішньому світі (зовнішньому середовищі), а й оцінює свій вплив на цю середу, тобто є активним її елементом.

Принцип диверсифікації. Цей принцип передбачає, з одного боку, одночасне розвиток різноманітних видів засобів виробництва, а з іншого - концентрацію різноманітних видів діяльності. Його суть полягає не тільки в диверсифікації виробництва, в об'єднанні різноманітних областей і видів матеріального виробництва в одному підприємстві, а й у включенні в нього сфер та видів діяльності невиробничої сфери, зокрема фінансової, сфери послуг і т.п. Цей принцип у своїй матеріальній реалізації спрямований як на залучення в оборот незв'язаних ресурсів підприємства, так і може сприяти ефективному перерозподілу ресурсів між різноорієнтованими видами діяльності, найбільш повного використання виробничого потенціалу, зайнятості населення.

Принципове значення диверсифікації полягає в тому, що вона є одним із засобів вирішення основного протиріччя економічної науки - уявлення про рідкості ресурсів і необмеженість потреб. Інакше кажучи, вона сприяє, з одного боку, вирішення проблеми раціонального використання ресурсів шляхом більш повного залучення у виробничий оборот всіх наявних ресурсів підприємства, а з іншого - пов'язана з найбільш ефективним розподілом ресурсів між альтернативними варіантами використання.

Крім того, цей принцип може застосовуватися при виборі джерел інформації, форм організації виробництва, експертів. Він визначає диференціацію фахівців стратегічного впливу, постачальників, оптових торговців, видів реклами, виробників технологій і т.д.

Таким чином, при розробці інструментів і методів, за допомогою яких реалізуються технологічні етапи стратегічного управління, слід передбачати різноманітність, як дії, так і того, що робиться, що дозволить підприємству забезпечити своє виживання в умовах екстремальної нестабільності зовнішнього оточення.

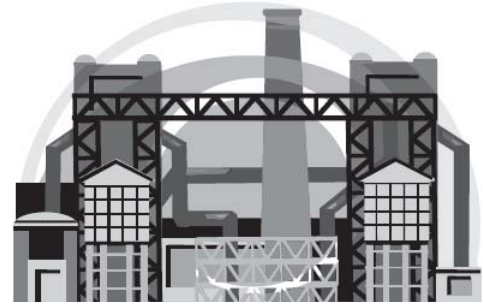
Принцип резервування ресурсів. В літературі пропонуються два різних підходи до вдосконалення систем стратегічного управління. Критика чисто збутової орієнтації неминуче призводить до того, що на перший план в числі факторів успіху підприємства висуваються його ресурси та управління ними. Принципова відмінність ресурсного підходу визначається тим, що потреба в ресурсах аж ніяк не є похідною від ринкового положення фірми; швидше її ресурсний потенціал зумовлює успішне становище на ринку. Інакше кажучи, процес стратегічного мислення знаходить прямо протилежну спрямованість, тобто стратегічне управління підприємством зводиться до управління його ресурсами. Для ефективного управління необхідно мати резерви, а щодо управління ресурсами треба мати у своєму розпорядженні резерви ресурсів.

Література

1. Гаркуша А. Формирование эффективной стратегии развития конкурентоспособности горно-металлургического комплекса Украины [Электронный ресурс] / А. Гаркуша / Режим доступа: <http://www.nbuu.gov.ua/>
2. Довгань Л. Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління: Навчальний посібник.–К.: Центр учбової літератури, 2009.–440 с.
3. Дударь А.П. Методологические основы стратегического управления в сфере обмена при переходе к рынку [Электронный ресурс] / Дударь А.П./ Режим доступа: http://www.nbuu.gov.ua/Articles/kultnar/knp200124/knp24_57.doc
4. Казачков І. Проблемні аспекти впровадження системи стратегічного управління на вітчизняних металургійних підприємствах [Електронний ресурс] / І. Казачков / Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua/>

*Рекомендовано до публікації
д.е.н., проф. Андрієнко В.М., 11.02.2012 р.*

*Надійшла до редакції
18.02.2012 р.*



УДК 658.5.011

Єрмошкіна О.В., Горяча О.І.

ДИНАМІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Проведено критичний аналіз існуючих наукових підходів до визначення сутності та мети управління ресурсним потенціалом підприємства (РПП). Сформульовано принципові позиції щодо сутності процесу управління РПП. Запропоновано модель оцінки РПП та механізм управління ним на основі забезпечення розвитку та протидії старінню.

Ключові слова: ресурсний потенціал, модель, механізм управління, життєвий цикл.

A critical review of existing approaches to determining the nature and purpose of the resource potential of the enterprise was conducted. The crucial issues of the managerial process in the field of resource potential were defined. A model of evaluation of resource potential and mechanism of dynamic management based on the maintenance of development and anti-aging were proposed.

Keywords: resource potential, model, mechanism of management, life cycle.

Динаміка показників фінансово-господарчої діяльності промислових підприємств протягом 2008-2010 р.р. вказує на те, що більшість промисловість України й досі знаходиться в кризовому стані. Поступове збільшення кількості збиткових промислових підприємств (40,3% та 41,8% за результатами 2009 та 2010 р.р. відповідно), як наслідок збільшення обсягу поточних зобов'язань (115,55% у 2009 р порівняно з 2008 р.), при чому здебільшого за рахунок зростання обсягів кредиторської заборгованості (82% у загальній сумі поточних зобов'язань), негативна динаміка показників інвестицій в основний капітал (67,6% у 2009 р порівняно з 2008 р.) та показника інноваційної активності промислових підприємств (10,7% та 10,8 % за результатами 2009 та 2008 р.р. відповідно р.), і, як наслідок завищений рівень зношеності основних фондів (ступінь зносу ОФ промисловості за 2009 р. становив 61,8%,) є яскравим свідченням того, що у сучасних умовах для промислових підприємств тактичні цілі простого тимчасового, у короткостроковій перспективі, виживання, превалюють над стратегічними цілями розвитку. Та брак коштів спонукає підприємства не лише до відмови від реалізації стратегічних планів на користь забезпечення своєчасного вирішення поточних завдань, а й до пошуку внутрішніх ресурсів і можливостей з метою їх подальшого використання. За таких умов чи не найважливішою стає проблема ефективного управління ресурсним потенціалом промислових підприємств.

Дослідженню питання управління потенціалом присвячено численні роботи українських і зарубіжних вчених, а саме О.Ареф'єва, І. Бакум, С. Гуткевич, Н. Краснокутська, Є.Лапін, І. Лисий, О. Сухай, Р. Фещур, С. Харченко В. Хомяков, С. Чимшит та ін.. Незважаючи на значний обсяг наукових робіт у вказаній сфері питання динамічного управління ресурсним потенціалом промислового підприємства є недостатньо вивченим і потребує подальшого дослідження.

Метою даного дослідження є вивчення існуючих підходів до управління ресурсним потенціалом промислових підприємств, основних елементів системи управління, та формування загальної динамічної моделі управління ресурсним потенціалом промислових підприємств.

Як показує практика, лише в 10% випадків кризові явища на підприємстві спричинені «хворобою» економіки країни в цілому, тобто близько 90% припадає на сферу управління. [1] Однак, незважаючи на актуальність і необхідність для промислових підприємств адекватного визначення внутрішніх можливостей та впровадження механізму ефективного їх використання, відсутність адаптованих до сучасних економічних умов комплексних підходів до управління ресурсним потенціалом негативно впливає на якість управлінських рішень і є суттєвим уповільнювачем розвитку підприємств у відповідності до нових вимог економічної ситуації та ринку.

У визначенні суті управління потенціалом вчені не мають єдності у поглядах. У самому загальному вигляді сутність управління визначається як процес цілеспрямованого, планомірного впливу на конкретну систему, здійснюваного різними методами з метою підтримки її у визначеному стійкому стані або переходу в новий (бажаний) стан відповідно до цілей підприємства з урахуванням властивих їй об'єктивних властивостей і закономірностей. [2] Управління потенціалом С. Чимшит вважає цілеспрямованим формуванням складу та структури утворюючих елементів потенціалу і встановлення взаємозв'язків між ними. [3] Управління економічним потенціалом підприємства Лапін Є.В. розглядає як процес прийняття і здійснення управлінських рішень, спрямованих на раціональне використання, оптимізацію і нарощування економічного потенціалу підприємства з метою досягнення поставлених цілей і забезпечення стійкого функціонування і розвитку підприємства. [4]. При дослідженні питання управління потенціалом виявлено декілька підходів, що використовують вітчизняні та зарубіжні вчені. Деякі дослідники у якості основних виділяють такі підходи, як системний, процесний та ситуаційний. [5,6] Інші розширюють спектр дослідження порівнюючи додатково комплексний, функціональний, маркетинговий, підприємницький, природний, інноваційний, нормативний, інтеграційний, динамічний, поведінковий, структурний, стратегічний та ін. Розглянемо основні з них з акцентом на сутність та цільову спрямованість підходу (Табл. 1)

Таблиця 1

Аналіз основних наукових підходів до управління потенціалом підприємства

№ п/п	Науковий підхід	Сутність наукового підходу до управління потенціалом підприємства	Цільова спрямованість управління потенціалом відповідно до наукового підходу
1	Системний підхід	Потенціал підприємства розглядається як система, елементів якої взаємодіють з врахуванням синергетичного ефекту. Вимоги до функціонування системи встановлюють на підставі попереднього визначення параметрів продукції підприємства («вихід» системи) та ресурсів, що використовуються для її виробництва, і факторів зовнішнього середовища, у якому функціонує підприємство («вхід» системи).	1) Забезпечення визначеного рівня продукції підприємства («виходу» системи) досягається в результаті: забезпечення високої якості ресурсів, що використовуються для її виробництва, і факторів зовнішнього середовища, у якому функціонує підприємство («входу» системи), високої якості реалізації процесу і взаємодії системи з зовнішнім середовищем.
2	Структурний підхід	Формування потенціалу як структури, з визначенням значимості і пріоритетності її елементів з метою встановлення раціонального співвідношення і підвищення обґрунтованості розподілу ресурсів між ними.	Формування структури потенціалу підприємства з урахуванням значимості її елементів з метою ефективного розподілу ресурсів між ними.

№ п/п	Науковий підхід	Сутність наукового підходу до управління потенціалом підприємства	Цільова спрямованість управління потенціалом відповідно до наукового підходу
3	Інтеграційний підхід	Формування потенціалу підприємства як системи з високим коефіцієнтом тісноти взаємозв'язку між його елементами.	Досягнення цілісності потенціалу як системи в результаті посилення взаємозв'язків, об'єднання та посилення взаємодії між окремими його елементами.
4	Оптимізаційний підхід	Визначення кількісних і якісних оцінок і встановлення залежності між окремими елементами потенціалу за допомогою економіко-математичних і статистичних методів обробки інформації.	Формування потенціалу підприємства на підставі посилення взаємозв'язків між окремими його елементами з метою підвищення рівня залежності між ними.
5	Функціональний підхід	В основі підходу є метод функціонально-вартісного аналізу. Існуюча або потенціальна потреба розглядається як сукупність функцій або дій, що потрібно виконати для її задоволення, після чого розробляється декілька альтернативних моделей формування потенціалу для її виконання.	Максимізація ефективності сукупних витрат у процесі формування потенціалу та виконання визначеної сукупності функцій.
6	Процесний підхід	Управління потенціалом розглядається як серія безперервних взаємопов'язаних управлінських функцій, що являють собою процес по досягненню цілей підприємства. Сума всіх функцій являє собою процес управління. При цьому увага фокусується на взаємозв'язку окремих дій, кожна з яких, у свою чергу, є процесом.	Спрямований на вирішення проблем і задач підприємства процес управління потенціалом, який є сукупністю взаємопов'язаних управлінських функцій, що динамічно змінюються в просторі й часі.
7	Відтворювальний підхід	В основі підходу є постійне відтворення виробничого процесу з орієнтуванням на показники кращої аналогічної продукції, представленої на ринку. Основним елементом є обов'язкове застосування бази порівняння в процесі планування відтворювального процесу.	Безперервне відтворення потенціалу з меншою ресурсомісткістю та більш якісними властивостями результатів виробництва для задоволення вимог споживачів.
8	Комплексний підхід	Управління потенціалом підприємства зорієнтоване на забезпечення його сталого розвитку з урахуванням технічних, екологічних, економічних, організаційних, соціальних, психологічних та інших аспектів діяльності підприємства.	Досягнення заздалегідь визначеного рівня показників розвитку підприємства (економічного, соціального, екологічного розвитку тощо).
9	Інноваційний підхід	Процес управління потенціалом підприємства зорієнтований на активізацію його інноваційної діяльності. Акцент на формуванні складових потенціалу, що сприяють відновленню (активізації) його інноваційної діяльності.	Відновлення (активізація) інноваційної діяльності підприємства з метою досягнення його сталого розвитку.
10	Маркетинговий підхід	Формування потенціалу, його складових та встановлення зв'язків між ними відповідно до результатів аналізу та прогнозів ринкових потреб та конкурентоспроможності виробника.	Підвищення якості кінцевого результату відповідно до ринкових вимог.
11	Ситуаційний підхід	Заснований на альтернативності досягнення цілей і забезпеченні максимальної адаптації до умов конкретної ситуації в процесі формування потенціалу підприємства. Розробка специфічної, унікальної, якщо це необхідно, організаційної структури, що відповідає конкретним умовам і вимогам ситуації.	Підвищення ефективності вирішення проблем і задач підприємства на підставі формування потенціалу підприємства, максимально адаптованого до реальних умов його функціонування.
12	Нормативний підхід	Встановлення індикативних показників для утворюючих складових потенціалу, що повинні відповідати вимогам обґрунтованості, комплексності, ефективності і перспективності застосування.	Досягнення визначених індикативних показників для утворюючих складових потенціалу.

Складено за [3, 7, 8]

Дослідження сутності процесу управління ресурсним потенціалом дозволило сформулювати такі принципи позиції щодо управління ресурсним потенціалом:

1) Ресурсний потенціал підприємства (РПП) повинен розглядатись, як організована сукупність потенційних можливостей з формування, накопичення, розподілу та використання ресурсів підприємства у раціональному співвідношенні між їх видами, що структурно, функціонально і організаційно взаємодіють у процесі досягнення цілей підприємства на певному етапі його розвитку. Кожний вид ресурсів надає сукупність можливостей досягнення підприємством поставлених перед ним цілей. Оскільки підприємство є цілісною системою, то в результаті взаємодії всіх складових ресурсного потенціалу досягається ефект синергії, тобто виникають нові властивості, якими кожен окремих вид ресурсу не володіє.

2) До основних характеристик РПП відносяться динамічний характер існування РПП (циклічність розвитку окремих елементів по стадіям життєвого циклу); наявність внутрішньоструктурних зв'язків та взаємного впливу елементів; схильність до вичерпання (особливо для підприємств ГМК); підпадає під вплив комплексу зовнішніх та внутрішніх факторів; характеризується складним комплексом взаємопов'язаних показників та ступенем реалізації РПП.

3) Процес оцінки обсягів та динаміки РПП та його складових передбачає постійне порівняння фактичного рівня РПП, еталонного рівня РПП та планового (цільового) РПП.

Графічно модель формування РПП представлена на рис. 1. У «вершині» конусу РПП $=0$, тобто це пункт відліку або момент початку формування РПП. Процес формування РПП розпочинається з формування кожної з його складових, а саме – кожної з 8 груп ресурсів. Процес формування складових РПП є процесом формування РПП в-цілому. У процесі формування РПП приймають участь усі складові РПП, при цьому кожна має свою швидкість та стадії формування та розвитку, що впливає на швидкість формування та розвитку РПП в-цілому. Перетин «конусу РПП» у кожен окремих проміжок часу – це «еталонний» обсяг РПП, необхідний для функціонування підприємства на існуючій стадії життєвого циклу РПП.

Як видно з Рис. 1, у кожен окремих проміжок часу кожна складова РПП має свій обсяг, що відповідає її стадії життєвого циклу, яка не завжди співпадає з стадією життєвого циклу РПП в-цілому, і не завжди є достатньою для «еталонного» обсягу РПП, що відображає (є індикатором) проблеми підприємства на відповідній стадії життєвого циклу. У такому разі «нестача» однієї складової вимушено компенсуються «перевитратами» іншої складової (або декількох складових) таким чином, аби загальний обсяг РПП у кожен окремих проміжок часу відповідав потребам нормального функціонування підприємства на існуючій стадії життєвого циклу, тобто давав змогу досягати мети функціонування підприємства та вирішувати поставлені перед ним стратегічні і тактичні задачі кожного проміжку часу. В іншому випадку темпи розвитку підприємства значно уповільнюються.

Загальний обсяг РПП визначається обсягом фігури, що позначена на Рис. 3 червоною лінією і залежить від темпів та стадії розвитку кожної окремої складової РПП.

Перспективи розвитку кожної складової РПП задано вектором кожного відповідного «ребра» конусу РПП. Досягнення «еталонного» обсягу РПП залежить від стадії життєвого циклу підприємства з урахуванням виконання основних завдань управління РПП – забезпечення розвитку РПП та протидія старінню через забезпечення розвитку та протидію старінню кожної з складових РПП.

РПП, який на момент t повністю відповідає потребам підприємства і є достатнім для забезпечення цільового темпу розвитку підприємства приймається як цільовий ($P_{ц,t}$).

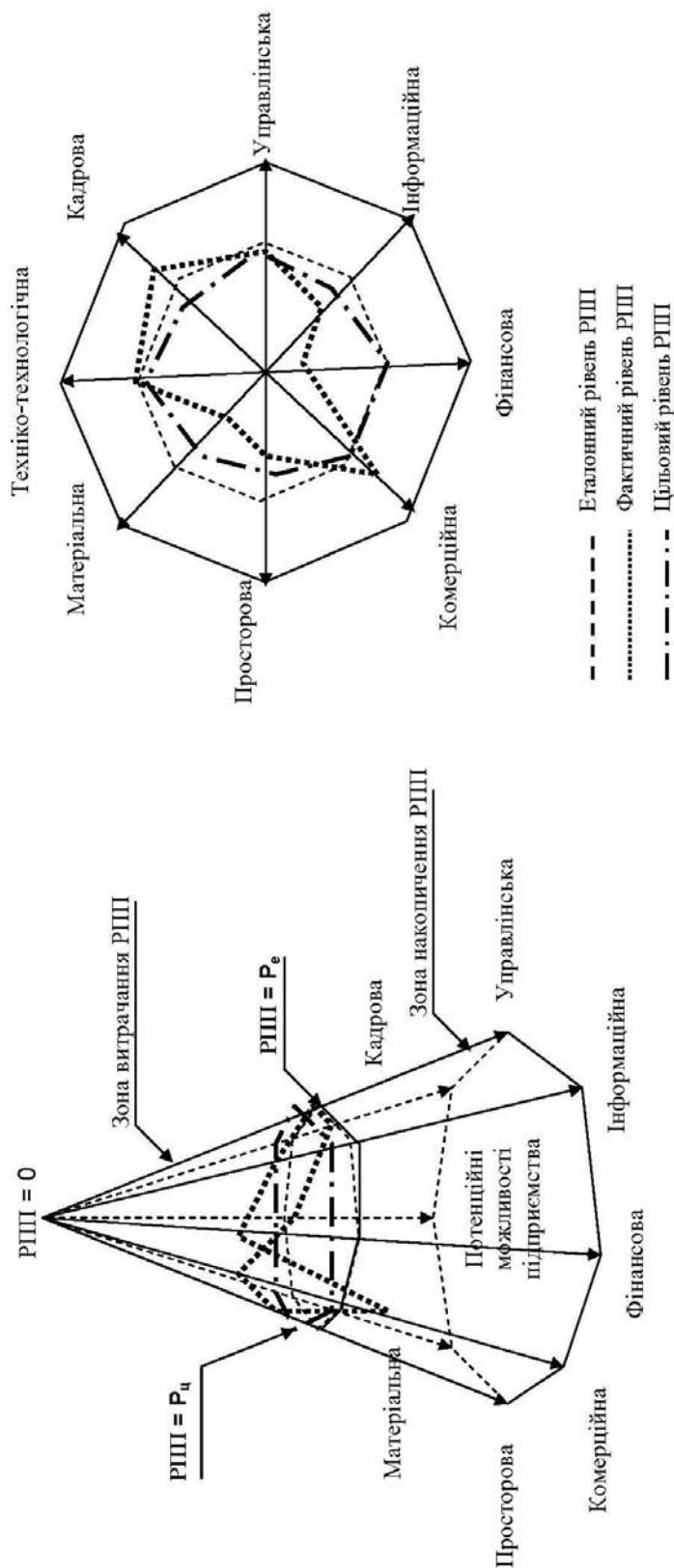


Рис. 1. Графічна модель оцінки рівня ресурсного потенціалу підприємства для моменту t

Реальний потенціал підприємства на момент t , який відображає реальний рівень розвитку окремих складових РПП з урахуванням потенційних можливостей ($P_{ф,t}$) повинен бути максимально наближеним до $P_{ц,t}$.

Слід врахувати, що цільовий обсяг $P_{ц,t}$ – це потенціал, який встановлюється самим підприємством в певній мірі суб'єктивно. Тому вважаємо за доцільне ввести ще один рівень РПП ($P_{ц,t}$) – еталонний РПП, який відображає рівномірність розвитку окремих елементів РПП.

Таким чином, відмінність $P_{ф,t}$ від $P_{ц,t}$ відображає невідповідність потенціалу підприємства цільовим вимогам існування. Тобто, якщо $P_{ф,t} > P_{ц,t}$, це свідчить про або надлишкове формування (накопичення)ресурсів, або про невідповідність системи планування на підприємстві. В даному випадку увага повинна приділятися виявленню тих компонентів (елементів), які є надлишково розвинуті і чи є їх рівень оптимальним.

Ситуація $P_{ф,t} < P_{ц,t}$ свідчить про дефіцит РПП, що обумовлює проблеми у забезпеченні сталого розвитку підприємства. В даному випадку докладному аналізу підлягають окремі компоненти РПП, які обумовлюють недостатній рівень РПП підприємства.

Еталонний рівень РПП $P_{ел,t}$ дає змогу оцінити викривлення у розвитку окремих складових та є основою для проведення більш детального аналізу окремих компонентів РПП.

4) Управління РПП повинно розглядатись, як складний упорядкований, систематичний процес розробки, прийняття, реалізації та контролю управлінських рішень щодо цілеспрямованого впливу на складові ресурсного потенціалу з метою досягнення еталонного для даного інтервалу часу (оперативного, тактичного, стратегічного) рівня потенціалу за кожною його складовою задля найбільш повної реалізації потенційних можливостей підприємства. На відміну від існуючих запропонований підхід передбачає систематичність, складність та упорядкованість процесу управління РПП; підкреслює цілеспрямованість впливу на складові РПП; встановлює за мету досягнення еталонного значення ресурсного потенціалу за окремими складовими та враховує відповідні часові інтервали процесу управління; представляє факт досягнення еталонного значення рівня потенціалу за окремими складовими та у сукупності, як необхідну умову для найбільш повної реалізації потенційних можливостей підприємства.

Виходячи з запропонованого підходу до оцінки обсягу РПП необхідно розглядати декілька можливих варіантів управління (табл. 2).

Відповідно, для характеристики процесу управління ресурсним потенціалом на основі системно-цільового підходу доцільно ґрунтуватись на динамічних математичних моделях, які враховуватимуть тривалість життєвого циклу окремих складових ресурсного потенціалу. В цьому контексті потребують визначення ті економічні, технологічні, соціальні, інноваційні параметри, які будуть свідчити про перехід від однієї стадії розвитку ресурсного потенціалу та його складових до іншої, а також про необхідність застосування заходів щодо розвитку чи протидії їх старінню.

Механізм управління РПП на основі забезпечення розвитку та протидії старінню доцільно ґрунтувати на комплексі динамічних моделей, які передбачають забезпечення максимізації приросту рентабельності власного капіталу підприємства в кожен певний момент t при сукупному використанні всіх елементів потенціалу. Сутність оптимального управління полягає в тому, що по кожному елементу РПП необхідно встановити два критичних моменти розвитку (рис. 2):

- $t = 1$ – момент, коли підприємству необхідно впроваджувати заходи щодо протидії старінню, тобто заходів, що у періоді t_2 дозволять підприємству перейти у формуванні та використанні i -го виду потенціалу на принципово новий рівень функціонування;

Таблиця 2

Варіанти управління РПП залежно від оціночного рівня РПП

Варіанти стану фактичного потенціалу	Можливі варіанти управлінських рішень
Фактичний потенціал і-го ресурсу, який є меншим за цільовий для даного періоду часу, обмежує можливості підприємства або унеможливорює досягнення поставлених цілей.	Нарощувати потенціал до еталонного рівня за рахунок пошуку нових можливостей залучення і-го виду ресурсу: 1) покращити використання наявного обсягу і-го виду ресурсу з подальшою переоцінкою потенціалу. 2) компенсувати нестачу потенціалу за і-им видом ресурсу за рахунок інших потенціалів.
Фактичний потенціал і-го ресурсу дорівнює цільовому рівню для даного періоду часу.	Використовувати наявний потенціал згідно з поставленими цілями підприємства.
Фактичний потенціал і-го ресурсу більший за цільовий для даного періоду часу що може свідчити про: - можливості використання надлишку потенціалу за і-им видом ресурсів для компенсації нестачі за іншими видами; надлишкове (неефективне) формування і-го виду ресурсу.	1) Визначити шляхи використання надлишку потенціалу за і-им ресурсом для компенсації нестачі потенціалу за іншими видами потенціалами. 2) Визначити шляхи оптимізації використання надлишку потенціалу (оптимізація обсягів, якості, тощо.)

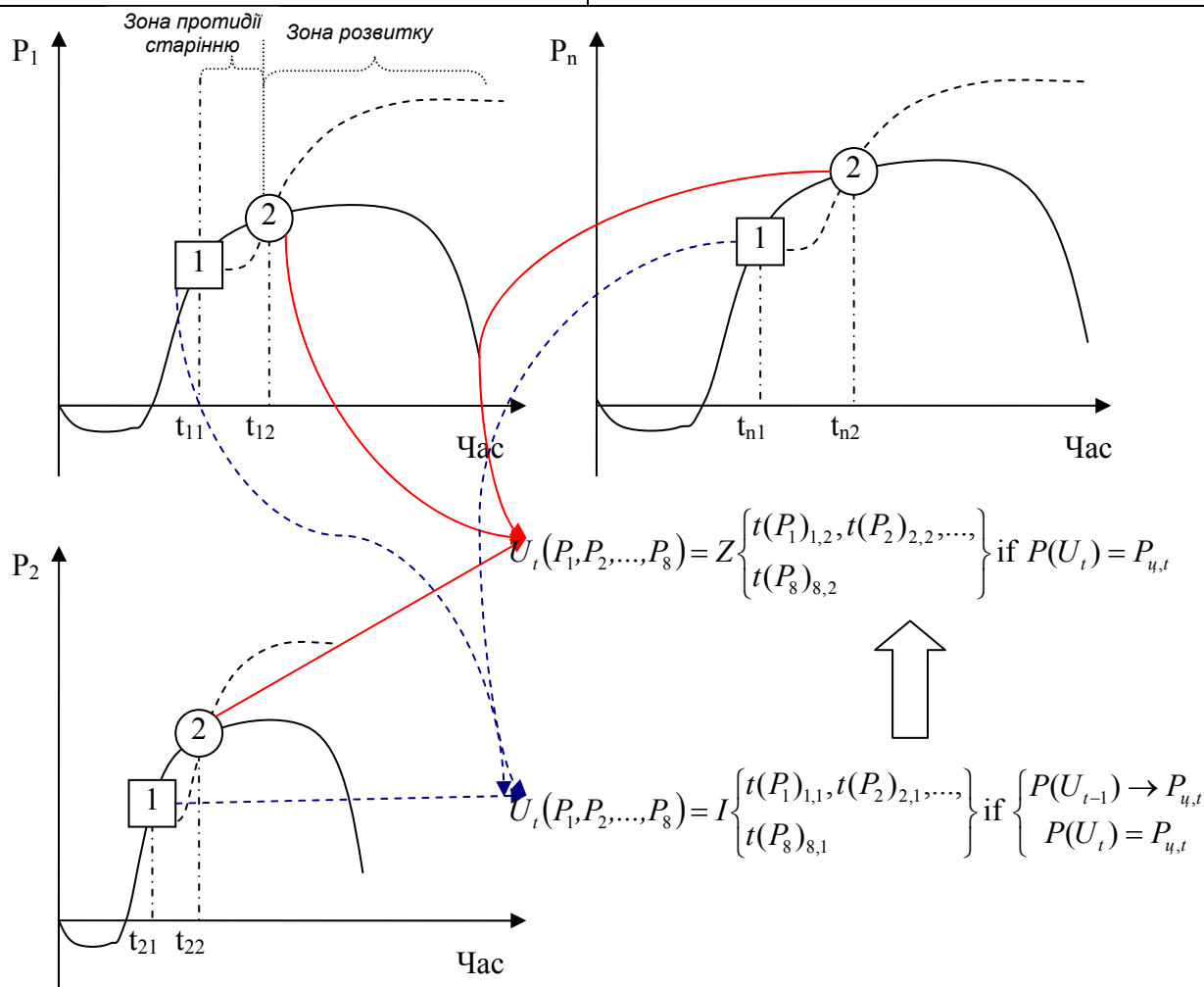


Рис. 2. Механізм управління РПП на основі забезпечення розвитку та протидії старінню

- $t = 2$ – момент, коли підприємство має відмовитись від використання існуючого потенціалу (ресурсу) задля забезпечення подальшого сталого розвитку відповідного елементу РПП.

Запропонований підхід передбачає, що по кожному елементу РПП можливі три рішення: впровадження; сумісне використання; перехід на нові ресурси. Відповідно, по кожному елементу формується функція цілі наступного виду (1), яка передбачає максимізацію приросту рентабельності власного капіталу підприємства, що забезпечується реалізацією потенціалу i -го виду ресурсів в процесі реалізації в кожному періоді управління t рішення щодо використання існуючих ресурсів; переходу на нові ресурси або сумісного їх використання:

$$\Delta ROE_i = f(P_i) = \begin{cases} f(P_i) \\ f(P_i) + f(P_i^I) \rightarrow \max \\ f(P_i^I) \end{cases} \quad (1)$$

Таким чином, в процесі формування певного набору управлінських рішень щодо кожного елементу РПП постає питання щодо подовження фази розвитку та скорочення фази протидії старінню. В процесі моніторингу розвитку окремих складових РПП необхідно виявляти перші ознаки старіння, які поступово будуть призводити до старіння РПП в цілому. Відповідно по кожному елементу ресурсного потенціалу пропонуються наступні ознаки старіння (табл. 3).

Таблиця 3

Ознаки старіння окремих складових РПП

Складова	Базові індикатори	Напрямок зміни
Техніко-технологічна складова	Фондовіддача	↓
	Фондоозброєність	↓
	Фондомісткість	↑
	Кількість позапланових ремонтів	↑
	Вартість ремонтів, у т.ч. позапланових	↑
	Кількість (час) простоїв, пов'язаних з виходом обладнання з ладу	↑
	Впровадження нових розробок, у т.ч. нового обладнання	0
	Вартість нематеріальних активів	↓
	Ступінь зносу основних фондів по групах	≥ 50 % ↑
Кадрова складова	Плинність кадрів	↑
	Середній вік працюючих	↑
	Продуктивність праці	↓
	Кількість незаповнених вакансій на посади, які потребують нових знань та вмінь	↑
	Сума штрафних санкцій, які застосовуються до персоналу різного управлінського рівня	↑
	Співвідношення штрафних санкцій та бонусів, які виплачуються персоналу різного рівня	↑

Продовження табл. 2

Складова	Базові індикатори	Напрямок зміни
Управлінська складова	Час, необхідний для доведення рішення від керуючого органу до виконавця	↑↑
	Кількість рівнів управління	↑↑
	Співвідношення реального рівня керованості до встановленої норми керованості	↑↑
	Гнучкість керуючої системи	↓↓
	Кількість управлінських рішень, які приймаються для виправлення попередніх помилок управління	↑↑
	Кількість управлінських рішень, які приймаються в умовах підвищеної терміновості	↑↑
	Кількість внутрішніх регулюючих документів, які залишаються не реалізованими	↑↑
Інформаційна складова	Рівень корисності інформації, що отримується	↓↓
	Час на обробку інформації	↑↑
	Швидкість обігу інформації	↓↓
	Частка електронного документообігу в загальному документообігу підприємства.	↓↓
Просторова складова	Обсяг розвіданих запасів	↓↓
	Якість природної сировини	↓↓
	Складність розробки родовища	↑↑
	Вигідність розташування об'єктів нерухомості	↓↓
	Стан комунікацій	↓↓
Фінансова складова	Власний капітал	↓↓
	Фінансовий ліверідж	↑↑
	Власний оборотний капітал	↓↓
	Фінансовий стан	↓↓*
	Кредитний рейтинг підприємства	↓↓
	Кількість відмов за кредитними заявками	↑↑
	Присутність на фондовому ринку	↓↓
	Кількість власних викуплених акцій	↑↑
	Кількість облігацій, викуплених андеррайтером	↑↑
	Курс акцій	↓↓
	Ринкова вартість компанії	↓↓
Комерційна складова	Рівень попиту на продукцію підприємства	↓↓
	Кількість контрактів, укладених за період	↓↓
	Кількість контрактів не виконаних (несвоєчасно виконаних) за період з вини підприємства	↑↑
	Кількість контрактів, по яких висунуто рекламачії, претензії, штрафи, пені на користь покупця	↑↑
	Співвідношення фактичного та планового обсягу збуту	↓↓
	Співвідношення фактичного та планового обсягу виручки від реалізації	↓↓

Продовження табл. 2

Складова	Базові індикатори	Напрямок зміни
	Тривалість фінансового циклу	>>0 та ↑
	Оціночний обсяг гудвілу	↓
	Кількість клієнтів	↓
	Питома вага постійних клієнтів у клієнтській базі	↓
	Співвідношення контрактів продажу, укладених на умовах відстрочки платежу, та контрактів на купівлю матеріалів, укладених на умовах передплати.	↑
Матеріальна складова	Енергоємність	↑
	Матеріаломісткість (за основними матеріалами)	↑
	Матеріаломісткість (за допоміжними матеріалами)	↑
	Матеріаломісткість (за покупними напівфабрикатами)	↑
	Матеріаломісткість (за запасними частинами)	↑
	Якість енергетичних ресурсів	↓
	Якість основних матеріалів	↓
	Якість допоміжних матеріалів	↓
	Якість покупних напівфабрикатів	↓
	Якість запасних частин	↓

Перелічені вище ознаки повинні оцінюватись у комплексі по кожній складовій. Крім того доцільним є співставлення зміни ознак старіння за різними елементами РПП, що дасть змогу більш адекватно оцінювати темпи старіння.

Таким чином, запропонований механізм оцінки та управління РПП дозволить продовжити фазу розвитку підприємства, що забезпечить можливість постійного сталого зростання рентабельності власного капіталу підприємства та зміцнення його конкурентоспроможності. До подальших напрямів дослідження слід віднести формування механізму оцінки рівня кожної складової РПП на основі моніторингу наведених вище ознак.

Література

1. Харченко С.В. Управлінські аспекти забезпечення результативності використання потенціалу підприємства /С.В. Харченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. -№ 8. – С. 141 – 149.
2. Фесенко І.А. Організаційно-економічний механізм управління ресурсним потенціалом вугледобувних підприємств / Фесенко І.А. // Вісник економічної науки України. – 2010. –№1 (17).- С. 138-142
3. Чимшит С.И. Управление потенциалом сложных социально-экономических систем./ Чимшит С.И. – Д.: Монолит, 2008. – 362 с.
4. Лапін Є.В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.07.01 – “Економіка промисловості” / Є.В. Лапін. – Х., 2006. – 37 с.
5. Литвиненко С.Л. [Теоретичні підходи до вдосконалення процесу ресурсного забезпечення підприємств](#)/ Литвиненко С.Л., Габрієлова Т.Ю.// Проблеми системного підходу в економіці: Електронне наукове фахове видання – 2010. - № 3.

6. Лугова О.І. Проблеми управління потенціалом сільськогосподарських підприємств/ Лугова О.І.// Вісник Житомирського державного технологічного університету – 2010. - № 3 (53). – С.64-67
7. Маринич І.А. Наукові підходи до формування потенціалу підприємства / Маринич І.А., Кадилович Н.Р. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.15. – С. 220-224
8. Судомир С. М. Методологічні засади до формування управління потенціалом як системної цілісності/ Судомир С. М.// Інноваційна економіка: Всеукраїнський науково-виробничий журнал .– 2010. - № 3 (17).- С. 83-85.

*Рекомендовано до публікації:
д.е.н., проф. Швецем В.Я. 05.02.2012 р.*

*Надійшла до редакції:
12.02.2012 р.*

УДК 005.935:006.015.5

Ізвєкова І.М., Король Г.О., Зелікман В.Д.

**ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ КОНТРОЛЬНО-МОТИВАЦІЙНОГО
МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДУВАННЯ**

Запропоновано методичні підходи до визначення річного економічного ефекту від застосування контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції в умовах підприємств машинобудування на основі економіко-математичної моделі

Ключові слова: якість продукції, контрольно-мотиваційний механізм, економіко-математична модель, річний економічний ефект.

The methodical approaches to determination of the annual economic effect from the using of motivational control mechanisms to ensure product quality was suggested in machine building enterprises conditions on the basis of economical mathematical model

Keywords: product quality, motivational control mechanisms, economical mathematical model, annual economic effect.

В сучасних умовах багато підприємств машинобудування опиняються у складному становищі внаслідок зниження конкурентоспроможності продукції, яку вони виготовляють. Така ситуація виникає здебільше з-за низького рівня якості продукції та якості роботи виробничого персоналу, що викликано недостатньою зацікавленістю робочих у результатах своєї праці. Це визначає необхідність підвищення дієвості системи мотивації виробничого персоналу до випуску продукції заданої якості, яка повинна здійснюватися за результатами праці кожного робітника.

Оскільки продукція підприємств машинобудування складається з окремих деталей та складальних одиниць, контроль якості яких здійснюється за кожною технологічною операцією, що виконується, як правило, окремим робітником, то для мотивації доцільно використовувати такі індивідуальні показники, які б відображали результати праці кожного конкретного робітника за операційним контролем якості продукції. Це обумовлює специфіку та необхідність розробки методичних підходів до визначення економічного ефекту від удосконалення систем контролю якості продукції та відповідної мотивації виробничого персоналу підприємств машинобудування.

Науковці в системах мотивації основного виробничого персоналу до забезпечення якості продукції, в основному, пропонують використовувати узагальнюючі та непрямі показники [1-13]. Питання ж здійснення мотивації основного виробничого персоналу підприємств машинобудування до випуску продукції відповідного рівня якості за результатами його операційного контролю в зазначених роботах не розглядаються. Тому автором доведена необхідність посилення зв'язку між результатами контролю якості продукції та діючою на підприємствах машинобудування системою мотивації основного виробничого персоналу до її забезпечення шляхом створення контрольно-мотиваційного механізму [14]. В дослідженні [15] запропоновано доповнити систему мотивації виробничого персоналу підприємств машинобудування індивідуальним показником відшкодування втрат від браку, спричинених кожним робітником при виготовленні деталей, складальних одиниць та виробів, який визначається за результатами операційного контролю і відображає формування якості продукції на кожній операції технологічного циклу. При розробці системи мотивації персоналу до випуску продукції відповідного рівня якості з використанням запропонованого показника оцінювання передбачається зменшення суми нарахованої заробітної плати кожного робітника основного виробничого персоналу на суму відшкодування втрат від браку, понесених з його вини. Це створить умови для ефективного функціонування контрольно-мотиваційного меха-

нізму забезпечення якості продукції.

Ефективність впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції в умовах підприємств машинобудування повинна бути підтверджена наявністю річного економічного ефекту. Величина річного економічного ефекту формується під впливом багатьох факторів, в тому числі в залежності від суми відшкодування винуватцями втрат від браку, яка розраховується за кожним випадком виправного та невиправного браку по конкретній операції технологічного циклу, на якій він був виявлений [16]. Оскільки питання впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції в умовах підприємства машинобудування в наукових працях в зазначеному аспекті не розглядалося, то й врахуванню всіх факторів, під впливом яких формується економічний ефект від застосування цього механізму, не приділялося достатньо уваги. Складність цих розрахунків обумовлює доцільність побудови економіко-математичної моделі та створення на цій основі методичних підходів до визначення річного економічного ефекту від застосування контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції.

Метою даної роботи є розробка методичних підходів до визначення річного економічного ефекту від застосування контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції в умовах підприємств машинобудування на основі економіко-математичної моделі.

Економічний ефект від впровадження будь-яких заходів дорівнює отриманим при цьому результатам, зменшеним на понесені витрати. Застосування запропонованого контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції на підприємстві машинобудування дозволило знизити кількість браку та підвищити рівень якості деталей, складальних одиниць та готових виробів, а також зменшити збитки підприємства від випуску бракованої продукції шляхом їх відшкодування винуватцями, внаслідок чого виникає певна сума економії. Ця сума економії і є результатом, отриманим від застосування запропонованого контрольно-мотиваційного механізму.

При цьому виникають одноразові витрати підприємства, які пов'язані з розробкою алгоритмів та внесенням змін до існуючого програмного забезпечення розрахунків із заробітної плати. До цих одноразових витрат відносяться: матеріальні витрати, пов'язані з виконанням робіт; заробітна плата інженеру відділу автоматизованої системи управління підприємством, який займався розробкою алгоритму та внесенням доповнень до програмного забезпечення; нарахування на зарплату інженера єдиного соціального внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування та ін.

Виходячи з цього, річний економічний ефект від застосування запропонованого контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції розраховується як сума річної економії зменшена на суму одноразових витрат, розподілених на весь термін корисного використання доповненого програмного забезпечення, та визначається за формулою [17]:

$$Ef = E - 1/T_k \times K_d, \quad (1)$$

де E – загальна сума річної економії за рахунок застосування запропонованого контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, грн.;

T_k – термін корисного використання доповненого програмного забезпечення, роки;

K_d – сума одноразових витрат підприємства на впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, грн.

Загальна сума річної економії за рахунок застосування запропонованого контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції на підприємстві машинобудування визначається наступним чином [17]:

$$E = \Delta Пб - \Delta Пв, \quad (2)$$

де $\Delta Пб$ - приріст прибутку (зменшення збитків) внаслідок функціонування контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, грн.;

$\Delta Пв$ – приріст поточних витрат внаслідок експлуатації доповнень та внесення змін до програмного забезпечення розрахунку заробітної плати, грн.

До складу поточних витрат, пов'язаних з експлуатацією доповнень та змін до програмного забезпечення розрахунку заробітної плати, відносяться витрати на електроенергію, заробітну плату, нарахування на неї, амортизація обладнання та програмного забезпечення, а також накладні витрати. Однак, вважаючи на дуже нетривалу роботу щодо доповнень до програмного забезпечення, цими поточними витратами можливо зневажити.

Тому, сума річної економії внаслідок застосування запропонованого контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції в умовах підприємства машинобудування визначається як приріст прибутку (зменшення збитків) від застосування запропонованого механізму:

$$E = \Delta Пб. \quad (3)$$

Приріст прибутку (зменшення збитків) внаслідок функціонування контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції виникає від зниження суми упущеного прибутку з-за зменшення кількості браку та підвищення рівня якості продукції, а також від зменшення збитків підприємства при випуску бракованої продукції, яка підлягає та не підлягає виправленню, шляхом їх відшкодування винуватцями:

$$\Delta Пб = \Delta Пу + \Delta Зв + \Delta Зн, \quad (4)$$

де $\Delta Пу$ – зміна суми упущеного прибутку, грн.;

$\Delta Зв$ – зміна понесених підприємством збитків, внаслідок випуску бракованої продукції, яка підлягає виправленню, грн.;

$\Delta Зн$ – зміна понесених підприємством збитків, внаслідок випуску бракованої продукції, яка не підлягає виправленню, грн.

Упущений прибуток підприємства виникає при зривах графіків відвантаження продукції кінцевому споживачеві та порушенні договірних зобов'язань внаслідок випуску бракованої продукції, що викликає зменшення обсягу годної та збільшення обсягу недовідвантаження продукції. Зміна суми упущеного прибутку розраховується як різниця обсягу невідвантаженої продукції внаслідок допущення браку виробів помноженого на прибуток від реалізації одиниці продукції після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції:

$$\Delta Пу = Пу' - Пу = Qp' \times (Ц' - C') - Qp \times (Ц - C), \quad (5)$$

де $Пу'$, $Пу$ – сума упущеного прибутку відповідно після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, грн.;

Qp' , Qp – обсяг невідвантаженої продукції внаслідок допущення браку виробів відповідно після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, шт.;

$Ц'$, $Ц$ – ціна виробу відповідно після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, грн./шт., оскільки при цьому змінюється тільки кі-

лькість браку, а якість кожної конкретної одиниці продукції залишається незмінним, то $\Pi' = \Pi$;

C' , C – собівартість виробу відповідно після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, грн./шт.

Оскільки від можливості виправлення браку залежить склад витрат, що відносяться на втрати від браку, розрахунок зміни понесених підприємством збитків внаслідок випуску бракованої продукції, яка підлягає та не підлягає виправленню, необхідно здійснювати окремо.

Якщо брак не підлягає виправленню, то до витрат від такого браку необхідно віднести всі прямі витрати з оплати праці, які були понесені при виготовленні забракованої деталі або складальної одиниці, та витрати на перескладання виробу, до складу якого входить забракована деталь або складальна одиниця, скориговані на коефіцієнт перерахунку прямих витрат у загальні, а також матеріальні витрати. Прямі витрати з оплати праці визначаються як сума розцінок за виконання технологічних операцій з нарахуваннями у фонди страхування, що були понесені від першої операції технологічного циклу до операції, на який було допущено брак. Витрати на перескладання готового виробу складаються із витрат з оплати праці робітників складальних дільниць. Якщо до складу готового виробу входять декілька забракованих деталей, то витрати на перескладання розподіляються між ними. Матеріальні витрати, що були понесені при виробництві конкретної деталі або складальної одиниці, розраховуються як вартість витрачених матеріалів скоригованих на вартість брухту, що відшкодовується при утилізації деталі або складальної одиниці. Втрати від браку, який не підлягає виправленню, розраховані за всіма випадками браку, допущеного на будь-якій операції по кожній деталі та складальній одиниці, складають суму понесених підприємством збитків внаслідок випуску бракованої продукції, яка не підлягає виправленню.

Зміна понесених підприємством збитків внаслідок випуску бракованої продукції, яка не підлягає виправленню, визначається за формулою:

$$\Delta Z_n = Z_n' - Z_n = \left(\sum_{k=1}^K \left(\left(\sum_{j=1}^n R'_{kj} \times s' + H'_k / z'_k \right) \times a' + (M'_k - L'_k) \right) \times Q_n' \right) - \left(\sum_{k=1}^K \left(\left(\sum_{j=1}^n R_{kj} \times s + H_k / z_k \right) \times a + (M_k - L_k) \right) \times Q_n \right), \quad (6)$$

де Z_n' , Z_n – сума понесених підприємством збитків, внаслідок випуску бракованої продукції, яка не підлягає виправленню, відповідно після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, грн.;

k – забракована деталь або складальна одиниця, що входить до складу готового виробу ($k = \overline{1; K}$);

j – номер технологічної операції (за моделлю), передбаченої процесом виробництва деталі або складальної одиниці ($j = \overline{1; J}$);

n – номер технологічної операції, на якій допущено брак деталі або складальної одиниці ($n = \overline{1; N}$);

R'_{kj} , R_{kj} – розцінка за виконання технологічної операції для кожної деталі або складальної одиниці, що входить до складу виробу відповідно після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, грн., оскільки зміст технологічних операцій не змінюється, то розцінки також не змінюються, тобто $R'_{kj} = R_{kj}$;

s' , s – коефіцієнт коригування на нарахування у фонди страхування відповідно після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, дол.

од., оскільки дані приводяться у зіставленому виді, то прийнято, що $s'=s$;

H'_k, H_k – витрати на перескладання готового виробу відповідно після та до впровадження, грн./шт., оскільки зміст технологічних операцій не змінюється, то витрати на перескладання виробу також не змінюються, тобто $H'=H$;

z'_k, z_k – кількість забракованих деталей, які входять до складу одного виробу відповідно після та до впровадження, шт., оскільки конструкція готового виробу не змінюється, то $z'=z$;

a', a – коефіцієнт перерахунку прямих витрат у загальні відповідно після та до впровадження, дол. од.;

M'_k, M_k – матеріальні витрати на виробництво деталі або складальної одиниці відповідно після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, грн./шт., оскільки дані приводяться у зіставленому виді, то прийнято, що $M'_k=M_k$;

L'_k, L_k – вартість брухту, що відшкодовується при утилізації деталі або складальної одиниці, відповідно після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, грн./шт., оскільки дані приводяться у зіставленому виді, то прийнято, що $L'_k=L_k$;

$Q_{H'_k}, Q_{H_k}$ – кількість деталей, брак яких не підлягає виправленню, відповідно після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, шт.

Отже, формула (6) для визначення зміни понесених підприємством збитків внаслідок випуску бракованої продукції, яка не підлягає виправленню, дещо спрощується та набуває наступного виду:

$$\Delta Z_H = \sum_{k=1}^K \left(\sum_{j=1}^n R_{kj} \times s + H_k / z_k \right) \times (a' \times Q_{H'_k} - a \times Q_{H_k}) + (M_k - L_k) \times (Q_{H'_k} - Q_{H_k}). \quad (7)$$

При визначенні понесених підприємством збитків внаслідок випуску бракованої продукції, яка підлягає виправленню, до них необхідно віднести всі витрати, які будуть понесені в процесі виправлення браку. Тому на відміну від невивиправного браку до втрат від браку, який підлягає виправленню, не включається вартість вихідних матеріалів, оскільки вони не утилізуються як при невивиправному браку, а повністю використовуються при здійсненні виправлень деталі або складальної одиниці. Тобто, до втрат від такого браку відносяться всі прямі витрати з оплати праці, які були понесені при виправленні браку цієї деталі або складальної одиниці, та витрати на перескладання виробу, скориговані на коефіцієнт перерахунку прямих витрат у загальні. Розрахунок прямих витрати з оплати праці з коригуванням на нарахування у фонди страхування базується на тому, що до втрат від виправного браку відносяться витрати на оплату праці тільки тих робітників, які будуть виконувати операції по виправленню браку, а саме, починаючи з операції, на який його було допущено, та закінчуючи операцією, на який виявлено брак.

Зміна понесених підприємством збитків внаслідок випуску бракованої продукції, яка підлягає виправленню, визначається за формулою:

$$\Delta Z_B = Z_B' - Z_B = \left(\sum_{k=1}^K \left(\sum_{j=n}^V R'_{kj} \times s' \times b'_k + H'_k / z'_k \right) \times a' \times Q_{B'_k} \right) - \left(\sum_{k=1}^K \left(\sum_{j=n}^V R_{kj} \times s \times b_k + H_k / z_k \right) \times a \times Q_{B_k} \right), \quad (8)$$

де $Зв'$, $Зв$ – сума понесених підприємством збитків, внаслідок випуску бракованої продукції, яка підлягає виправленню, відповідно після та до впровадження контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції, грн.;

V – номер технологічної операції, на якій виявлено брак деталі або складальної одиниці ($v = 1; \overline{V}$);

b'_k , b_k – коефіцієнт складності виправлення відповідно після та до впровадження, дол. од., оскільки зміст технологічних операцій не змінюється, то коефіцієнт складності виправлення також не змінюються, тобто $b' = b$;

Qv'_k , Qv_k – кількість деталей, брак яких підлягає виправленню, відповідно після та до впровадження, шт.

Формула (8) для визначення зміни понесених підприємством збитків внаслідок випуску бракованої продукції, яка підлягає виправленню, також дещо спрощується:

$$\Delta Z_v = \sum_{k=1}^K \left(\left(\sum_{j=n}^V R_{kj} \times s \times b_k + H_k / z_k \right) \times (a' \times Qv'_k - a \times Qv_k) \right). \quad (9)$$

Висновки. Впровадження запропонованого контрольно-мотиваційного механізму забезпечення якості продукції робітниками в умовах одного з підприємств машинобудування Дніпропетровщини на прикладі конкретного виробу забезпечило зменшення витрат підприємства за рахунок скорочення фонду оплати праці в середньому на 6,21% та річний економічний ефект на суму 153220,68 грн., який було визначено за допомогою розробленої економіко-математичної моделі.

Перспективою подальших досліджень є адаптація запропонованого підходу до умов підприємств різних видів економічної діяльності.

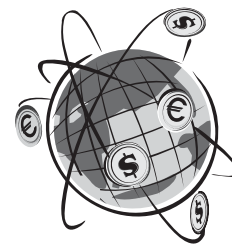
Література

1. Антончук Д. До питання впливу трудової мотивації на економічний розвиток держави / Д. Антончук // Україна: аспекти праці. - 2003. - №8. - С.31-35.
2. Медведев И.А. Организация и планирование производства в сталеплавильных цехах / И.А. Медведев. - М.: Металлургия, 1983. - 144 с.
3. Полянский А.В. Организация производства, труда и управления в черной металлургии: Справ. изд. / А.В. Полянский, Д.А. Горелов, А.С. Гугель и др. - К.: Техніка, 1986. - 232 с.
4. Попов Д.И. Внедрение бригадного хозрасчета на предприятиях черной металлургии / Д.И. Попов, В.А. Головко. - М., 1987. - 23с.
5. Абрамов В.М. Мотивация і стимулювання праці в умовах переходу до ринку / В.М. Абрамов, В.М. Канюк, А.М. Колот. - Одеса: ОКФА, 1995. - 96с.
6. Аптекарь С.С. Хозяйственный расчет и экономическое стимулирование в черной металлургии / С.С. Аптекарь. - К.: Техніка, 1972. - 200с.
7. Батищев В. Формы и системы оплаты труда: нелегкий выбор / В. Батищев // Бизнес. -2005.- №5.- С.139-154.
8. Маслова Н.С. Коллективные формы материального стимулирования в промышленности СССР / Н.С. Маслова. - М.: Наука, 1966. - 238с.
9. Мицкевич А. Сбалансированная система мотивации / А. Мицкевич // Экономические стратегии. - 2005. - №8. - С.90-95.
10. Замазий С. Премирование работников / С. Замазий // Налоги и бухгалтерский учет. - 2006. - № 29. - С.41-50.
11. Колот А.М. Мотивация персоналу / А.М. Колот. - К.: КНЕУ, 2002. - 337с.
12. Посадсков Е.Л. Оплата труда в условиях коллективного подряда: опыт новосибирских предприятий/ Е.Л. Посадсков, В.Г. Шульженко. - М.: Экономика, 1990. - 108с.
13. Деревянко В. И. Экономические факторы интенсификации металлургического производства / В. И. Деревянко, Г. Ф. Кулагин, Л. А. Богомолов и др. - М.: Металлургия, 1987. - 72с.

14. Ізвекова І.М. Функції управління якістю продукції на підприємствах машинобудування / І.М. Ізвекова, Г.О. Король, Н.П. Потрус, Т.В. Кравченко // Економічний простір: Збірник наукових праць. - №53. – Дніпропетровськ; ПДАБА, 2011. – С. 213 – 224.
15. Ізвекова І.М. Стимулювання персоналу підприємства машинобудування до забезпечення якості продукції / І.М. Ізвекова // Проблеми реалізації науково-творчого потенціалу молоді: пошуки, перспективи. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених і студентів 17 лютого 2012 р. – Дніпропетровськ: ІМА-прес, 2012. – С. 50 – 52.
16. Ізвекова І.М. Документування процесу визначення втрат від браку продукції підприємства машинобудування / І.М. Ізвекова, Г.О. Король, Н.П. Потрус. // Збірник наукових праць „Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ”, 2011. - №2 (26). – С. 34 – 39.
17. Разумов И.М. Организация, планирование и управление предприятием машиностроения / И.М. Разумов, Л.А. Глаголева, М.И. Ипатов, В.П. Ермилов. – М.: Машиностроение, 1982. – 544 с.

*Рекомендовано до публікації
д.е.н., проф. Ковальчуком К.Ф. 02.03.12р.*

*Надійшла до редакції
03.03.2012 р.*



УДК 336.71

Андрющенко І.Є.

ПЕРЕТВОРЕННЯ БАНКАМИ ГРОШОВИХ РЕСУРСІВ ПІД ВПЛИВОМ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО ЕФЕКТУ КАПІТАЛОВКЛАДЕНЬ

Розглянуто процеси накопичення і залучення грошових ресурсів, які перетворюються під впливом зовнішнього і внутрішнього ефектів капіталовкладень, проведений аналіз дії цих чинників на інвестиційну функцію українських банків дає можливість впливу банківського контролю на економіку в цілому.

Ключові слова: банківські капіталовкладення, банківські інвестиції, норма прибутковості, фінансування, ефекти капіталовкладень

The process of accumulation and mobilization of resources that are under the influence of external and internal effects of investments are considered. The analysis of these factors on the investment function of Ukrainian banks, the possibility of exposure of the banking control on the economy as a whole is presented.

Keywords: bank investment, rate of return, financing, the effects of capital

Сучасна банківська система України є для вітчизняного бізнесу джерелом перерозподілу фінансових ресурсів. Банки здійснюють істотний вплив на економіку країни, виступають учасниками господарської діяльності та інсайдерами багатьох підприємств.

У свою чергу, великі промислові підприємства створюють свої банки, намагаючись таким чином акумулювати фінансові ресурси регіонів. У якості господарів банків, підприємства, як інсайдери, отримують обмежений доступ до залучених ресурсів. Таким чином, вітчизняні банки не мають змоги повною мірою задовольнити фінансові потреби капіталовкладень в економіку країни. Вітчизняні банки за участі іноземного капіталу фінансують великих позичальників на умовах повного їх обслуговування, що є невигідним для інсайдерів вітчизняних банків.

Теоретичні та прикладні аспекти формування банківських капіталовкладень за рахунок інвестицій досліджено в наукових працях таких вітчизняних та зарубіжних учених, як Дж. Ван Гиг[1], Р.С. Дзарасов, Д.В. Новоженев [3], Д.М. Кейнс [4], В.М. Усоскін [6], але ці дослідження не повною мірою висвітлюють аспекти формування банківських капіталовкладень за рахунок інвестицій, тому вважаємо доцільним:

- дослідити зовнішній ефект капіталовкладень для економіки в цілому;
- дослідити внутрішній ефект капіталовкладень, довгострокові перспективи бізнесу й інвестиційні стимули інтеграції банків.

У великому вітчизняному бізнесі процеси накопичення й залучення грошових ресурсів перетворюються під впливом зовнішнього і внутрішнього ефектів капіталовкладень. Розділення цих явищ ґрунтується на традиційній для системного аналізу диференціації системи і зовнішнього середовища. Особи, що ухвалюють рішення, можуть впливати на контрольовану систему, а їх можливості впливати на зовнішнє середовище обмежені [1, с. 30, 31]. Відповідно, зовнішній ефект капіталовкладень відображає наслідки банківського контролю за економікою. Внутрішній ефект капіталовкладень характеризує дію великих банків на контрольовані ними сектори економіки. Розглянемо докладніше модифікацію процесів накопичення

й залучення банками грошових коштів для інвестицій під впливом зовнішнього ефекту капіталовкладень.

Пропозиції від банківських установ залежать від одержаного ними в минулому прибутку. Зміцнення банківського контролю різко погіршило макроекономічні умови господарювання українських фірм і скоротило їх прибутковість. У 90-х рр. XX століття в нашій країні різко виросли доходи нечисленних комерційних банків. Одні переважно споживали грошові ресурси внутрішнього виробництва, а інші орієнтовані на розміщення заощаджень за кордоном [2, с.43-47]. Звуження місткості внутрішнього ринку створило диспропорцію сукупного попиту і пропозиції на грошові ресурси. В результаті у більшості банківських організацій скоротилися можливості збуту і накопичення капіталу. Таким чином, зовнішній ефект капіталовкладень пов'язаний з тим, що ті ж самі банки стали доступні за вищою внутрішньою і зовнішньою ставкою відсотка, ніж у разі більш рівномірного розподілу доходів[3, с.58-60].

Отже, зовнішній ефект капіталовкладень відображає тягар макроекономічної кризи, виражений через пропозицію банківських установ.

Тепер доцільно розглянути внутрішній ефект капіталовкладень. Він характеризує скорочення пропозицій грошових ресурсів під впливом вилучення їх великими банками. Розміри цих накопичень залежать від особливостей споживчої поведінки і стратегії заощадження капіталу цими суб'єктами. Також обсяги грошових ресурсів збільшують конфлікти між великими банками. Через акумуляцію грошових ресурсів банки вимушені додатково підвищувати ціни на капітал, що залучається, щоб накопичити бажаний обсяг вільних грошових коштів. Таким чином, внутрішні капіталовкладення пов'язані зі збільшенням витрат внутрішнього накопичення капіталу.

Отже, в кожному конкретному банку ступінь погіршення умов фінансування капіталовкладень залежить від масштабів залучення банківських ресурсів.

Витрати вмісту залучених банківських ресурсів великі. Грошові кошти звичайно притягуються із зовнішнього ринку капіталу і за користування ними необхідно платити банківським клієнтам позиковий відсоток. Але в реальності якщо банк не зможе вигідно розмістити грошові кошти клієнтів, то позиковий відсоток є частиною залучених банком грошових коштів, при мобілізації яких банківська організація зазнає втрат. У деяких випадках сюди можна додати витрати на переказ грошей за рубіж і назад за складними фінансовими схемами. Сума платежів за позиковий капітал відображає приріст втрат при залученні банком вільних грошових коштів. У цілому ці засоби обходяться банку дорожче, ніж власний капітал. Але банк не може відмовитися від цих не вигідних фінансових ресурсів. Залучаючи грошові ресурси, банки входять у нові регіони, завойовують фінансові ринки, залучають нових клієнтів і т.д.

Насправді банки - кредитори при визначенні умов надання капіталу намагаються оцінити стан позичальників і врахувати ризики їх діяльності. Короткострокові орієнтовані великі позичальники, що вилучають велику частину фінансових ресурсів на ринку, можуть різко погіршити становище банку. Стан банку може погіршати при визначенні процентної ставки за короткостроковим кредитуванням, якщо були залучені довгострокові грошові ресурси. Процентна ставка на довгострокові грошові кошти вища, ніж на короткострокові залучені. Виняток можуть становити міжбанківські (нічні) ресурси.

У великому вітчизняному бізнесі процеси формування портфелів інвестиційних проєктів теж перетворюються під впливом зовнішнього і внутрішнього ефекту капіталовкладень.

Запропоновані Дж. Кейнсом і А. Ейхнером функції попиту на інвестиції є безперервними [4, с.40-45]. Таке формулювання не визначає залежності вільних грошових коштів від капіталовкладення. Попит на банківські ресурси припускає, що він є абстракцією певного

дискретного ряду проектів. Спрощена безперервна форма розподілу банківських активів відображає дію на ресурсний попит макроекономічних чинників, облік наслідків банківського контролю в конкретній активній операції. Великі банки вибирають окремі проекти з потенційної сукупності на підставі певних критеріїв. При цьому різні альтернативи порівнюються одна з одною. Щоб врахувати ці процеси, необхідно перейти від безперервної форми вкладення капіталу до дискретної. Це і буде головною модифікацією початкової моделі. Далі попит на інвестиції подаватиметься як дискретна залежність наведених витрат і внутрішньої норми прибутковості сукупності проектів[5, с.100-107].

Банк визначає попит на інвестиції у два основні етапи. На першому вибираються кращі варіанти реалізації окремих проектів. Річ у тому, що однієї і тієї ж мети можна досягти декількома альтернативними способами. При цьому банком повинні прораховуватися і застосовуватися різні заплановані рішення, моделі устаткування, способи організації виробництва і т.д.

Ці альтернативи звичайно порівнюються на підставі IRR, приведених витрат на залучення банківських пасивів, розподілу активів і термінів окупності, тобто банківської маржі. Також враховуються чистий дисконтований дохід, критерії ризикованості та іноді інші показники.

Обсяги кредитування дрібних банків обмежені низкою чинників. Вони часто реалізують варіанти проектів, що втілюють невеликі за масштабами потужності, відсталі фази технічного прогресу, меншу владу над ринками і повільні темпи нарощування виробництва. На практиці звичайно порівнюються не два, а більша кількість варіантів інвестицій. У результаті з них вибирається найбільш переважний. При цьому зіставляються наведені витрати і внутрішні норми прибутковості проектів. Зіставлення різних інвестиційних проектів приведені на рис. 1.

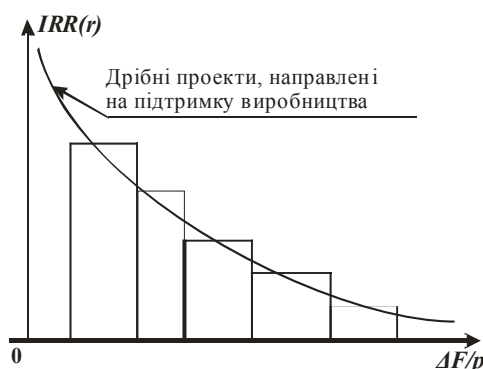


Рис.1. Графік функції попиту на інвестиції

На рис. 1 графік функції попиту на інвестиції складається зі сходинок. Їх висота дорівнює IRR різних проектів, а довжина - наведеним витратам, необхідним для реалізації цих вкладень. Ці показники в різних заходах відрізняються, тому що вони реалізуються різними банківськими організаціями, специфіка діяльності яких залежить від регіону, інвестиційної привабливості, ресурсної незалежності, місця розташування, технологічного рівня виробництва, концентрації активів тощо. Суцільна лінія, що відповідає безперервній функції, випрямляє ступінчастий графік функції попиту на інвестиції. Внутрішня норма прибутковості невеликих проектів, направлених на підтримку виробництва, вельми велика. Сукупність цих заходів позначена суцільною лінією.

Описувана функція попиту на інвестиції є такою, що монотонно зменшується. На рис. 1 IRR проектів досить швидко падає зі зростанням сукупного обсягу капіталовкладень. При збільшенні кредитного портфелю найбільш прибуткові напрями капіталовкладень шви-

дко вичерпуються, і банку доводиться реалізовувати менш прибуткові активні операції. Отже, зростання масштабу окремих проектів звичайно підвищує їх прибутковість, а збільшення інвестиційного портфелю знижує його прибутковість.

Графік на рис. 1 ґрунтується на припущенні, що всі інвестиційні заходи, що зіставляються, взаємонезалежні. Саме це дозволяє упорядковувати проекти по IRR і не розглядати їх можливі зв'язки один з одним. На практиці зустрічаються комплекси взаємодоповнювальних проектів, які можуть бути прийняті або знехтувані тільки одночасно. Також іноді здійснюються взаємовпливаючі інвестиційні заходи, при спільній реалізації яких виникають додаткові (системні) позитивні або негативні ефекти. Ці результати не з'являються при здійсненні кожного з проектів окремо і, отже, не відображаються в показниках їх ефективності. Щоб зіставити взаємодоповнювальні і взаємовпливаючі інвестиційні заходи з іншими проектами, необхідно розрахувати показники ефективності, що характеризують ці групи капіталовкладень у цілому. Це достатньо просто зробити для груп взаємодоповнювальних проектів, склад яких однозначно визначений. Складніше йде справа з взаємовпливаючими інвестиційними заходами, які можуть утворювати різні можливі поєднання. У цих випадках здійснюється повний або обмежений перебір всіх комбінацій таких капіталовкладень, оцінюється їх ефективність і вибирається краще поєднання. Пізніше воно розглядається як єдиний проект. У результаті до складу дискретного графіка функції попиту на інвестиції включаються сходинок, що характеризують IRR сукупностей декількох взаємозв'язаних проектів.

Слід враховувати, що при порівнянні різних інвестиційних заходів один з одним враховуються не тільки наведені витрати і IRR, але й інші критерії, які згадувалися вище при описі процедур зіставлення різних варіантів капіталовкладень. Також інвестиційний попит уточнюється за допомогою аналітичних процедур, заснованих на класифікації проектів. Отже, за допомогою описаних двох етапів розрахунків корпорація може порівнювати варіанти одного й того самого проекту й різні інвестиційні заходи один з одним.

Наведені міркування доводять, що функцію попиту на інвестиції можна представити у двох формах: безперервній і дискретній. Перша з них є абстрактнішим описом можливостей вкладення капіталу, а друга - конкретнішим. При цьому слід враховувати, що і дискретна форма кривої не вичерпує всієї глибини проблеми, оскільки вона враховує лише два основні показники проектів - наведені витрати і IRR. Інші характеристики капіталовкладень теж аналізуються при плануванні бізнес планів.

На рис. 1 функція попиту на інвестиції є такою, що рівномірно зменшується. Проте іноді у складі графіків цих залежностей з'являються довгі горизонтальні ділянки, пов'язані з реалізацією великих проектів. Така ситуація характерна для банків, об'єднаних у галузі з високою концентрацією виробництва і значними темпами науково - технічного прогресу. У цих випадках у галузевих компаній періодично виникає потреба створювати нові великі потужності і радикально модернізувати існуючі виробництва для впровадження більш передових технологій. Це дозволяє збільшувати масштаб і підвищувати якість основних фондів. У результаті зростає їх продуктивність і економічність. У таких проектів висока IRR.

Сходинок, що позначають ці капіталовкладення, звичайно знаходяться у верхній і середній частині кривої попиту на інвестиції, а нижні ділянки цієї залежності відображають переважно проекти, пов'язані зі створенням невеликих низькоякісних активів. Втім, висока IRR інвестиційного заходу не завжди свідчить про його зв'язок з останніми етапами науково - технічного прогресу у великому масштабі. Як уже зазначалося вище, найбільш прибуткові - дрібні проекти, направлені на підтримку виробництва. Впорядкування сукупності інвестицій по IRR дозволяє приблизно ранжувати створювані активи за їх якістю, і масштабом. У свою чергу ці характеристики об'єктів капіталовкладень впливають на форму кривої попиту на інвестиції. У банківських установах, що фінансують галузі зі значною концентрацією ви-

робництва і високими темпами науково - технічного прогресу, графіки цих залежностей більш пологі, ніж у компаній стабільних секторів економіки з незначною концентрацією активів[6, с.67-68].

Окрема горизонтальна ділянка графіка функції попиту на інвестиції може виявитися такою довгою, що буде паралельною осі абсцис, аж до перетину з кривою пропозиції інвестиційних фондів. Якщо пряма продовжиться далі від цієї точки, то банк не зможе накопичити і залучених фінансові ресурси необхідні для реалізації такого великого проекту. Є два підходи до вирішення цієї проблеми. По-перше, банк може відмовитися від реалізації такого проекту. У перспективі це, ймовірно, погіршить ринкові позиції цієї компанії і навіть може призвести її до банкрутства. По-друге, декілька банків можуть об'єднати свої зусилля для спільної мобілізації капіталу і розширення бізнесу. Це основа злиття і поглинання ділових структур. У даний час хвилі науково - технічного прогресу викликають періодичні буми концентрації великого бізнесу розвинених країн.

Цей феномен доцільно розглянути на прикладі виробництва напівпровідників [8, с.171-181]. У цій галузі відбувається особливо швидкий науково-технічний прогрес, відображений у відомому законі Мура. Він свідчить, що швидка мініатюризація мікродіодів сприяє подвоєнню їх продуктивності і місткості кожні 18-24 місяці. Це „правило великого пальця” в 1965р. сформулював глава корпорації „Intel” Р. Мур.

Отже, в корпорації цієї галузі довжина горизонтальної ділянки кривої попиту на інвестиції збільшувалася з кожним новим витком закону Мура. У результаті навіть у найбільших компаній пропозиція інвестиційних фондів стала недостатньою для реалізації таких проектів.

Тоді для розроблення чіпа на 256 мегабайт об'єдналися три головні конкуренти, що домінували у світовій електроніці, - „IBM”, „Siemens” і „Toshiba”. „Метою цього є розділити витрати і ризики ” - пояснював представник останньої компанії [7, с. 177]. Якщо закон Мура збереже свою силу і надалі, то до 2012 р. на ринку з'явиться чіп на 64 гігабайти, виробляти який буде завод вартістю в 3 мільярди доларів США. Такі дорогі потужності, наприклад, у нашої країни не зможе створити самостійно жоден банк. Для кредитування такого проекту на Україні довелося б об'єднати вільні грошові ресурси багатьох банків під керівництвом банку - менеджера.

Це може привести до створення абсолютної монополії, тому що найбільш довершену і дешеву продукцію випускатиме один завод на планеті [8, с.171-181].

У нашої країни це неможливо з двох причин:

- банки в країні існують у результаті жорсткої конкуренції і є розрізненими;
- три мільярди доларів США для наших банків, усіх разом узятих, є не підйомною сумою для інвестування.

На сьогодні попит на банківські інвестиції залежить від очікуваного в майбутньому прибутку. За існуючих макроекономічних умов в Україні капіталовкладення в банківській системі менш сприятливі. Економічне пожвавлення останніх років не може радикально поліпшити становище. У результаті обсяги продажу товарів і їх прибутковість залишаються значно нижчими, ніж вони могли б бути. Попит більшості фірм на інвестиції в таких умовах стабільно невисокий. Цій ситуації сприяють три основні механізми. По-перше, через низьку прибутковість продаж IRR можливих проектів. Це зменшує висоту сходинок графіка функції попиту на інвестиції. По-друге, внаслідок скорочення попиту на продукцію обмежене число інвестиційних можливостей (наприклад, невелика кількість виробництв, які необхідно побудувати для задоволення потреб депресивного ринку). Це зменшує кількість сходинок графіка функції попиту на інвестиції. По-третє, скорочення попиту на продукцію спонукає банки вибирати з можливих варіантів реалізації проектів менш масштабні. Це одночасно зменшує IRR і здійснені витрати на проекти. В результаті скорочуються висота і ширина сходи-

нок графіка функції попиту на інвестиції, оскільки зовнішній ефект капіталовкладень пов'язаний із зменшенням внутрішньої норми прибутковості і обсягів кредитування. Ці явища впливають на весь кредитний портфель банку.

Тепер доцільно досліджувати вплив внутрішнього ефекту капіталовкладень на формування кредитного портфелю. Банківські установи, в своїй більшості, максимізували свої доходи в короткостроковому і, рідше, в середньостроковому тимчасовому періоді. Короткострокова орієнтація і небажання скорочувати поточні доходи спонукає банки відмовлятися від реалізації інвестицій з тривалими термінами окупності і значними здійсненнями витрат. З цих причин на практиці звичайно здійснюються невеликі капіталовкладення, що дозволяють підтримувати і трохи розвивати активні операції комерційних банків. Це скорочує загальний попит на інвестиції.

Надзвичайно короткострокові капіталовкладення можуть взагалі не здійснюватися. У таких випадках банки реалізують лише аварійні заходи, без яких активи миттєво припиняють функціонувати як джерело доходу. Це призводить до дуже швидкого руйнування банківського стереотипу, що склався, і втрати певного кола банківських клієнтів. Проте деякі великі банки з авантюрним складом характеру реалізують таку стратегію поведінки, якщо їм періодично вдається з низькими витратами захоплювати державний або приватний бізнес. Цю ситуацію можна пояснити таким прикладом. Хай приватизується стабільно працююче підприємство, залишкова вартість активів якого дорівнює 5 мільйонам доларів США. Припустимо, банку вдалося отримати цей бізнес у власність, заплативши державі і чиновникам тільки 1 мільйон доларів США. При цьому така особа може, не здійснюючи ніяких інвестицій, щорічно витягувати з підприємства 2 мільйони доларів США. Незабаром, наприклад, через 5 років, основні фонди компанії повністю руйнуватимуться. Але за цей час сумарний дохід банку, за вирахуванням витрат на привласнення власності, становитиме 9 мільйонів доларів США. Прикладом може бути Мелітопольський м'ясокомбінат і акціонерний банк „Еліта”. Різниця лише в грошових вкладеннях.

Можна виділити два основні механізми зменшення інвестиційного портфелю. По-перше, при порівнянні різних способів здійснення окремих проектів кредитування великі банки віддають перевагу короткостроковим невеликим варіантам, довгостроковим і великим. По-друге, великі банки встановлюють нормативні значення термінів окупності і здійснених витрат на проекти. Таким чином, внутрішній ефект капіталовкладень пов'язаний із зменшенням внутрішньої норми прибутковості, масштабів і числа реалізованих інвестиційних проектів.

При зіставленні інвестиційних заходів один з одним банки виключають їх з портфелю капіталовкладень нерівномірно. Дрібні високодохідні проекти, пов'язані з підтримкою виробництва, майже завжди реалізуються, а від більших заходів часто відмовляються.

Висновки:

1. Зовнішній ефект капіталовкладень відображає наслідки банківського контролю для економіки, пов'язаний з негативною дією окремих банків на контрольовані регіони й економічні сектори, зменшує внутрішні норми прибутковості й обсяги кредитування.

2. Внутрішній ефект пов'язаний з мобілізацією власних банківських ресурсів для капіталовкладень. У цьому випадку за відсутності капіталовкладень банк несе витрати накопичення. Внутрішній ефект також пов'язаний з відмовою банків від великих фінансових проектів з тривалими термінами окупності. У результаті різко погіршуються довгострокові перспективи бізнесу і зникають інвестиційні стимули інтеграції банків.

Література.

1. Ван Гиг Дж. Прикладная общая теория систем / Дж. Ван Гиг Т.1. – М.: Мир, 2001.
2. Гелбрейт Дж. Новое индустриальное общество / Дж. Гелбрейт – М.: ООО "Издательство АСТ"; ООО "Транзит книга"; Terra Fantastica, 2004.
3. Дзарасов Р.С. Крупный бизнес и накопление капитала в современной России / Р.С. Дзарасов, Д.В. Новоженов – М.: Едиториал РСС, 2005.
4. Кейнс Д.М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранные произведения / Д.М. Кейнс / Предисл., коммент., сост. А.Г. Худокомов. – М.: Экономика, 2003.
5. Уильямсон О.И. Логика экономической организации / О.И. Уильямсон // Природа фирмы / Под ред. О.И. Уильямсона и С.Дж. Унтера. – М.: Дело, 2001.
6. Усоскин В.М. Современный коммерческий банк/ В.М. Усоскин – М.: ИПЦ «Вазар-Ферро», 2004.
7. Eichner A.S. The megacorp and oligopoly: micro foundations of macro dynamics. – Cambridge, London, N.Y., Melbourne: Cambridge University Press, 2004.
8. Greider W. One world, ready or not: the manic logic of global capitalism. – N.Y.: Simon & Schuster, 2008.

Рекомендовано до публікації
д.е.н., Метеленко Н.Г. 20.02.12

Надійшла до редакції
03.03.2012

ФІНАНСИ ГАЛУЗІ ТА ПІДПРИЄМСТВА



УДК 338.124.4

Белопольска Т.В.

ФОРМИ І МЕТОДИ ФІНАНСУВАННЯ ОБ'ЄКТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглядаються питання формування ефективних форм і методів управління об'єктами соціальної інфраструктури промислових підприємств, сприяючих розвитку корпоративної системи соціального захисту і зростанню їх ринкової вартості

Ключові слова: соціальна інфраструктура, корпоративна система, ринкова вартість, розвиток, форми управління, методи управління.

The questions of forming of effective forms and methods of management by the objects of social infrastructure of industrial enterprises co-operant to development of the corporate system of social defense and growth of their market value are examined.

Keywords: social infrastructure, corporate system, market value, development, forms of management, methods of management.

На сучасному етапі розвитку економіки України значно зростає роль соціального захисту в забезпеченні ефективності функціонування промислових підприємств і досягнення їх соціально-економічної стійкості. В умовах, коли через політичну і економічну нестабільність, фінансових труднощів держава не може виконувати покладені на неї функції соціального захисту, необхідно розширенні соціальної складової діяльності промислових підприємств.

Проте погіршення фінансово-економічного положення підприємств і суперечності, що загострилися, між необхідністю збереження трудового потенціалу і прагненням звільнитися від соціальних витрат, зумовили ліквідацію соціальної політики у виробничій сфері на більшості підприємств. Так, в період з 1995 по 2010 рр. витрати промислових підприємств на соціальні потреби скоротилися більш ніж на 42 %, ліквідовано понад 31 % об'єктів соціальної інфраструктури, а 27 % з них передано на баланс місцевих органів влади. В результаті порушилися пропорції розвитку економічної і соціальної сфер суспільства.

У зв'язку з цим особливу актуальність придбавають питання трансформації соціальних функцій промислових підприємств відповідно до нових умов господарювання, орієнтації на підвищення конкурентоспроможності підприємств, потреби у висококваліфікованих кадрах і появою нових видів соціальної діяльності. Зокрема це торкається об'єктів соціальної інфраструктури, наявність яких сприяє підвищенню якості життя працівників підприємства, здешевленню соціальних пільг для них, підвищенню продуктивності праці, отриманню додаткового прибутку на ринку послуг, формуванню корпоративної культури і позитивного іміджу підприємства.

Питання управління соціальною політикою підприємств і розвитку соціальної сфери розглянуті в роботах Аверіна А.Н., Амоши О.І., Бабіча А.М., Булеєва І.П., Батуріна Л.А., Жіленко І.Н., Кибанова А.Я., Клейнера Г.Б., Кузнецова А.Л., Одегова Ю.Г., Льовашова В.І., Мисляєва І.Н., Павлова А.І., Пашкова В.К., Попкова А.А., Брейлі Р., Гапенські Л., Майерса

З., Хана Д., Холта Р. і ін. Проте питання управління об'єктами соціальної інфраструктури підприємства на сьогоднішній день не одержали достатнього розвитку. Вимагають методологічного обґрунтування і відповідного інструментарію реалізації механізми управління об'єктами соціальної інфраструктури в контексті соціальної, кадрової, фінансової політики розвитку промислового підприємства.

Таким чином, питання формування ефективних форм і методів управління об'єктами соціальної інфраструктури промислових підприємств, сприяючих розвитку корпоративної системи соціального захисту і зростанню їх ринкової вартості, є актуальними.

Пріоритетною задачею підвищення ефективності функціонування об'єктів соціальної інфраструктури металургійних підприємств є визначення раціональних джерел фінансування їх діяльності. При цьому необхідно відзначити, що механізм управління джерелами фінансування об'єктів соціальної інфраструктури промислового підприємства лежить в площині фінансового менеджменту. Оскільки підприємства в нестабільних умовах вітчизняного оподаткування і нормативно-правового регулювання мають різні інтереси в питаннях регулювання величини і динаміки прибутку, інтересів власників, контролю за курсовою вартістю акцій, дивідендної політики, при формуванні фінансового забезпечення соціальної політики необхідно спиратися на напрями фінансового менеджменту.

Як правило, на підприємствах є декілька об'єктів соціальної інфраструктури, які, так чи інакше, одержують грошові кошти від самого підприємства. Для формування ефективного механізму управління фінансуванням об'єктів соціальної інфраструктури вважаємо за необхідне умовно розділити їх залежно від здатності відтворювати фінансові ресурси на дотаційні і ті, що самоокуповуються. При цьому вважатимемо, що дотаційні об'єкти є невід'ємним елементом соціальної інфраструктури підприємства, що реалізують його соціальну політику.

Якщо розглядати основні джерела надходжень грошових коштів, які виникають між підприємством, дотаційними і тими, що самоокуповуються, об'єктами соціальної інфраструктури, то тут слід виділити два основні види надходжень:

а) грошові кошти в рахунок оплати послуг (продукції), що надаються працівникам підприємства або членам їх сімей на пільгових умовах;

б) грошові кошти на розвиток (оновлення матеріально-технічної бази) дотаційних і тих, що самоокуповуються, об'єктів соціальної інфраструктури.

Засоби, що виділяються промисловим підприємством об'єктам соціальної інфраструктури, формуються за рахунок чистого прибутку і фондів забезпечення майбутніх витрат і платежів. Хай є деяка сума S^T , призначена для фінансування об'єктів соціальної інфраструктури.

У періоді T

$$S^T = S_D^T + S_C^T, \quad (1)$$

де S_D^T - сума, що виділяється металургійним підприємством на період часу T для фінансування дотаційних об'єктів соціальної інфраструктури;

S_C^T - сума, що виділяється металургійним підприємством на період часу T для фінансування об'єктів соціальної інфраструктури, що самоокуповуються;

T – даний період часу (рік, півріччя, квартал).

У свою чергу суми S_D^T і S_C^T матимуть наступну структуру:

$$S_D^T = S_{D_0}^T + S_{D_p}^T, \quad (2)$$

$$S_C^T = S_{C_o}^T + S_{C_p}^T \quad (3)$$

де $S_{D_o}^T$ і $S_{C_o}^T$ - засоби, що виділяються дотаційним і тим, що самоокуповуються, об'єктам соціальної інфраструктури в рахунок оплати послуг (продукції), наданих працівникам підприємства або членам їх сімей в період часу T ;

$S_{C_p}^T$ і $S_{D_p}^T$ - засоби, що виділяються дотаційним і тим, що самоокуповуються, об'єктам соціальної інфраструктури на розвиток (оновлення матеріально-технічної бази) у момент часу T .

Величини $S_{D_o}^T$ і $S_{C_o}^T$ повинні визначатися виходячи з соціальних потреб працівників і портфеля соціальних послуг промислового підприємства на основі встановлених нормативів.

Розглянемо модель планування і розподілу фінансів дотуючим і тим, що самоокуповуються, об'єктам соціальної інфраструктури промислового підприємства. Нехай a_i – ідентифікатор співробітника промислового підприємства ($i = \overline{1, N}$, де N – загальна кількість співробітників). Введемо бульову змінну λ_i^k , яка визначає категорію співробітника i ($k = \overline{1, K1}$, де $K1$ – кількість категорій співробітників промислового підприємства):

$$\lambda_i^k = \begin{cases} 1, & \text{якщо } i \text{ співробітник належить } k - \text{ій категорії співробітників;} \\ 0, & \text{у протилежному випадку.} \end{cases}$$

Обмеження

$$\sum_{k=1}^{K1} \lambda_i^k = 1$$

визначає взаємно-однозначну відповідність співробітника і категорії, до якої він належить.

Кожній k -ій категорії співробітників поставимо у відповідність $U^k = \{u_l^k\}$ - множину послуг (продуктів), якими він може скористатися на об'єктах соціальної інфраструктури ($l = \overline{1, L}$, L - потужність множини послуг (продуктів)). Кожному елементу поставимо у відповідність величини:

c_l^k - ціна l -ої послуги для k -ої категорії співробітників.

$$c_l^k = \begin{cases} 0, & \text{якщо } l - \text{а послуга не надається } k - \text{ій категорії співробітників;} \\ \text{натуральне число,} & \text{у протилежному випадку.} \end{cases}$$

δ_l^k - частина ціни l -ої послуги, що оплачується промисловим підприємством k -ій категорії співробітників в рамках соціального пакету ($\delta_l^k \in (0, 1]$).

Величина $(1 - \delta_l^k)$ визначає частину ціни l -ої послуги, яку співробітник k -ої категорії оплачує самостійно. Тоді величина

$$S = \sum_{i=1}^N \sum_{k=1}^{K1} \sum_{l=1}^L \lambda_i^k c_l^k \cdot \delta_l^k \quad (4)$$

визначає суму грошей, яку промислове підприємство повинне витратити на надання послуг співробітникам в рамках соціального пакету. По іншому, S – це сума грошей, яку промислове підприємство повинне перерахувати на рахунки об'єктів соціальної інфраструктури.

Розглянемо питання планування надходжень грошових коштів на об'єкти соціальної інфраструктури промислового підприємства. Нехай $P = \{p^j\}_{j=1}^J$ - множина об'єктів соціальної інфраструктури промислового підприємства (J – потужність множини P). Введемо булеву змінну

$$\gamma_l^j = \begin{cases} 1, & \text{якщо } l \text{ послуга надається } j\text{-им об'єктом,} \\ 0, & \text{у протилежному випадку.} \end{cases}$$

Для подальшої формалізації потрібно величина, що визначає кількість послуг l -ого вигляду, що надаються j -им об'єктом у періоді T . Значення визначається за формулою:

$$c_l = c_l^k \left[\delta_l^k + (1 - \delta_l^k) \right] = c_l^k,$$

(за умови, що $c_l^k \neq 0 \quad \forall k$).

Таким чином

$$S^j = \sum_{l=1}^L \gamma_l^j \cdot c_l \cdot d_l^j$$

визначає плановані надходження грошових коштів від надання послуг j -им об'єктом соціальної інфраструктури промислового підприємства.

Якщо позначити через $\bar{d}_l^j$ фактично надану кількість послуг в даному періоді T , то

$$\bar{S}^j = \sum_{l=1}^L \gamma_l^j \cdot c_l \cdot \bar{d}_l^j$$

визначає фактичне надходження грошових коштів від надання послуг j -им об'єктом, а величина

$$\Delta^j = S^j - \bar{S}^j$$

може використовуватися для класифікації об'єктів соціальної інфраструктури.

Вважатимемо, що якщо $\Delta^j < 0$, то об'єкт соціальної інфраструктури дотаційний, якщо $\Delta^j \geq 0$ - об'єкт соціальної інфраструктури такий, що самоокуповується.

Дотаційність і самоокуповування об'єктів соціальної інфраструктури визначається за наслідками діяльності за попередній період. Отже, якщо планування фінансування об'єктів соціальної інфраструктури здійснюється на період T , то в основу розрахунків враховуються показники їх діяльності за період $(T-1)$. Передбачається, що $T > 1$. Виходячи з припущення, що не всі співробітники скористалися соціальним пакетом, фактично перерахована сума грошей на рахунки об'єктів соціальної інфраструктури буде:

$$\bar{S} = \sum_{i=1}^N \sum_{k=1}^{K1} \sum_{l=1}^L \lambda_i^k c_l^k \cdot \delta_l^k \cdot \tau_{il}, \quad (5)$$

$$\text{де } \tau_{il} = \begin{cases} 1, \text{ якщо } i - \text{й співробітник скористався } l - \text{ю послугою соціального пакету,} \\ 0, \text{ в протилежному випадку.} \end{cases}$$

У подальших формулах використовуємо верхній індекс для позначення періоду, за який здійснюються розрахунки.

Величина

$$\bar{\Delta}^{(T-1)} = S^{(T-1)} - \bar{S}^{(T-1)},$$

розрахована на підставі формул (4) – (5) визначає економію грошових коштів від невикористаних елементів послуг соціальних пакетів співробітниками промислового підприємства.

У прийнятих раніше позначеннях

$$S^T = S_{D_0}^T + S_{C_0}^T \quad (6)$$

де ліва частина розраховується за формулою (4).

Виходитимемо з припущення, що сума S^T фінансово забезпечена. Для планування виділення фінансових коштів на розвиток підприємств, що самоокуповуються, може використовуватися кількісна оцінка їх значущості експертами. З множини P всіх об'єктів соціальної інфраструктури промислового підприємства виділимо тих, що самоокуповуються, і представимо їх у вигляді множини P_c :

$$P_c = \{p_c^i : \forall_i \exists_j p_c^i = p^j, p^j \in P, \Delta^i \geq 0, i = \overline{1, I}\}$$

Таким чином, $P_c \in P$ і I – потужність P_c .

Нехай λ_i - експертна оцінка значущості і i -ого об'єкту соціальної інфраструктури промислового підприємства, що самоокуповується. Тоді планований об'єм фінансових коштів на розвиток i -ого об'єкту соціальної інфраструктури промислового підприємства S_{Cp}^T може бути визначений за формулою:

$$S_{Cp}^T = \frac{S_{Cp}^T}{\sum_{i=1}^I \lambda_i} \cdot \lambda_i$$

Об'єктивнішим є стимулювання (виділення більшого об'єму фінансових коштів на розвиток) об'єктів соціальної інфраструктури, послуги (продукції), яких затребувані більшою мірою, ніж у інших. Як оцінка затребуваності послуг (продуктів) може розглядатися фінансово-економічні показники діяльності об'єктів соціальної інфраструктури (наприклад, рентабельність, прибуток і т.д.).

Нехай Γ_i - фінансово-економічний показник p_c^i - ого об'єкту соціальної інфраструктури промислового підприємства, який прийнятий у якості критерію оцінки його діяльності, а X_i - заявлена потреба у фінансових ресурсах на його розвиток. Вважатимемо, що на множині значень Γ_i введено відношення «бути краще»: запис $\Gamma_i \succ \Gamma_{i+1}$ означає, що r_i – *и й*

фінансово-економічний показник об'єкту p_c^i кращий за об'єкт p_c^{i+1} . Необхідність введення відношення «бути краще» визначається тим, що деякі показники вважаються «кращими» при великих кількісних значеннях абсолютних величин, інші – при менших.

Побудуємо множину

$$\bar{P}_c = \{p_c^i : \forall i \exists j p_c^i = p_c^j, p_c^j \in P_c, r_i \succ r_{i+1}\}.$$

Елементи множини $\bar{P}_c$ такі ж як і P_c , проте, вони впорядковані по критерію «бути краще». Сформулюємо задачу розподілу фінансових коштів об'єктам соціальної інфраструктури, що виділяються на їх розвиток, з урахуванням їх фінансово-економічних показників.

Нехай Γ_i - нормовані (приведені до певної шкали) коефіцієнти, що визначаються на основі значень Γ_i . Позначаємо через x_i об'єм фінансових ресурсів, що виділяються і-ому об'єкту соціальної інфраструктури промислового підприємства. Тоді задача розподілу фінансових ресурсів для них формулюється таким чином. На множині $\bar{P}_c$ об'єктів соціальної інфраструктури, що самоокуповуються, розподілити фінансові ресурси, що виділяються на їх розвиток, максимізувавши сумарну корисність від їх використання.

Формальна поставка задачі:

$$f(x) = \max \sum_{i=1}^I \Gamma_i x_i \quad (7)$$

$$\sum_{i=1}^I x_i \leq S_{Cp}^T \quad (8)$$

$$0 \leq x_i \leq x_i \quad (9)$$

Максимальна корисність від використання фінансових ресурсів, що виділяються, досягатиметься в тому випадку, якщо на початку буде забезпечений фінансуванням об'єкт $\bar{P}_c$ з якнайкращим значенням, далі наступний $\bar{p}_{i+1}$ і т.і. Обмеження (8) визначає неперевикнення загального об'єму фінансових ресурсів і прийнятих до розподілу. Обмеження (9) обмежує виділення фінансових коштів p_i об'єкту з урахуванням заявленої потреби.

Описаний метод і модель розподілу фінансових коштів об'єктам соціальної інфраструктури, що виділяються на їх розвиток, з урахуванням фінансово-економічних показників, лежать в основі побудови інформаційної системи управління.

Література

1. Гуров В.М. Невідкладні заходи промислової політики в чорній металургії України / В.М. Гуров, В.С. Власюк, О.В. Крайніков, С.С. Поважнюк // Актуальні проблеми економіки. – 2002. – №3. – С. 2-13.
2. Павлова А.І. Методологічні основи формування корпоративної соціальної політики / А.І. Павлова // Економіка України. – 2006. – №7. – С. 29-32.
3. Тернавський Ю.І. Основні результати розвитку персоналу підприємства / Ю.І. Тернавський // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми економіки та управління у промислових регіонах». - Донецьк, 2008. - С.169-171.

Рекомендовано до публікації

д.е.н., проф. Андрієнко В.М., 11.02.2012 р.

Надійшла до редакції

18.02.2012 р.

УДК 336.226.12

Іваницька М.П.

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ПРОБЛЕМИ НАПОВНЕННЯ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ ЗА РАХУНОК ПОДАТКУ З ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Проаналізовано сучасні реалії та проблеми наповнення державного бюджету за рахунок податку з прибутку підприємств. Подано тенденції, причини та проблеми надходження податку з прибутку підприємств до Державного бюджету у зв'язку із змінами податкового законодавства

Ключові слова: державний бюджет, доходи державного бюджету, податок на прибуток підприємств, ставка податку на прибуток підприємств.

Modern realities and problem of filling state budget from corporate income taxes are analyzed. Current trends, causes and problems of generation of income tax to the state budget due to changes in tax laws are considered.

Keywords: state budget, incomes of state budget, income tax, the income tax rate.

Механізм оподаткування прибутку підприємств, який застосовують в Україні, має істотні недоліки: наявність двох паралельних обліків – бухгалтерського та податкового, неефективна ставка податку на прибуток тощо. Адже, податки є основним джерелом наповнення Державного бюджету та важливим інструментом державного регулювання економіки, тому особливої актуальності на цей час набуло вирішення проблеми оптимізації механізмів прибуткового оподаткування, що передбачає розроблення теоретичної концепції податкової політики та обґрунтування напрямів її реформування.

Значний теоретичний внесок у розвиток сучасних наукових підходів до побудови оптимальної системи прибуткового оподаткування закладено у роботах видатних учених-економістів: П. Самуельсона, Дж. Б'юкенена, А. Сміта, Дж. Кейнса, В. Петті, А. Лаффера, А. Пігу, Д. Рікардо та інших. Свої наукові дослідження щодо напрямів реформування податкової системи в умовах ринкової економіки України, оптимізації прибуткового оподаткування присвятили відомі українські економісти: О. Васирик, В. Федосов, В. Опарін, В. Вишневський, Л. Демиденко, І. Луніна, А. Даниленко, О. Данілов, Ю. Іванов, А. Крисоватий, В. Дем'янишин, П. Мельник, А. Соколовська, Л. Шабліста, В. Андрущенко.

Мета дослідження полягає в аналізі сучасних реалій та проблем наповнення державного бюджету України за рахунок податку з прибутку підприємств.

2011 рік - це рік Податкового кодексу України. Одним з основних аргументів його прийняття була регламентація відносин, що виникають у сфері оподаткування - встановлення вичерпного переліку податків і зборів, що стягуються в Україні, визначення порядку їх адміністрування та необхідність зближення податкового і бухгалтерського обліку.

З 1 квітня 2011 року набрав чинності розділ III Податкового кодексу України, присвячений податку на прибуток підприємств. У порівнянні з іншими податками, податок на прибуток піддався найбільшим змінам. Кодексом передбачається застосування принципів бухгалтерського обліку для визнання більшості категорій доходів і витрат, формування в податковому обліку собівартості реалізованих товарів (робіт, послуг) відповідно до правил бухгалтерського обліку, а також відмовлення від відображення в податковому обліку попередніх оплат. Податковим кодексом України на період з 1 квітня 2011р. до 1 січня 2016р. введені «податкові канікули». Однак варто розуміти, що такі «канікули» не є повним звільненням визначеної категорії підприємств від усіх податків. У даному випадку Податковим кодексом України передбачене звільнення від сплати тільки податком на прибуток окремих категорій платників[1]

Податок на прибуток підприємств – це прямий податок, який сплачують підприємства з прибутку, що, згідно до Податкового кодексу України, визначається шляхом зменшення суми доходів звітного періоду на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та суму інших витрат звітного податкового періоду. Тобто обчислений шляхом вилучення із суми доходу, що враховується для визначення об'єкту оподаткування суми витрат підприємства, що враховуються у визначенні суми об'єкта оподаткування.

Податок на прибуток посідає друге місце після податку на додану вартість за значущістю у доходах Державного бюджету. Структура доходів загального фонду Державного бюджету України в 2004-2010 рр. (рис. 1) свідчить про тенденцію до зниження питомої ваги податку на прибуток. Питома вага податку на прибуток у 2010 р. знизилась до 19,4 % проти 24,7 % у 2009 р. Унаслідок негативного впливу світової фінансово-економічної кризи на обсяги зовнішньої торгівлі України відбулася переорієнтація економіки на внутрішній ринок, що відповідним чином відображається на структурі наповнення бюджету. У 2010 р. спостерігалось значне погіршення фінансового стану підприємств, як наслідок – фактичний обсяг прибутку підприємств виявився на 148,6 млрд. грн. меншим за прогнозний. Навіть тиск держави на підприємства не допоміг виконати планові показники надходжень податку на прибуток підприємств до Державного бюджету у зв'язку із зниженням прибутку підприємств майже на третину.

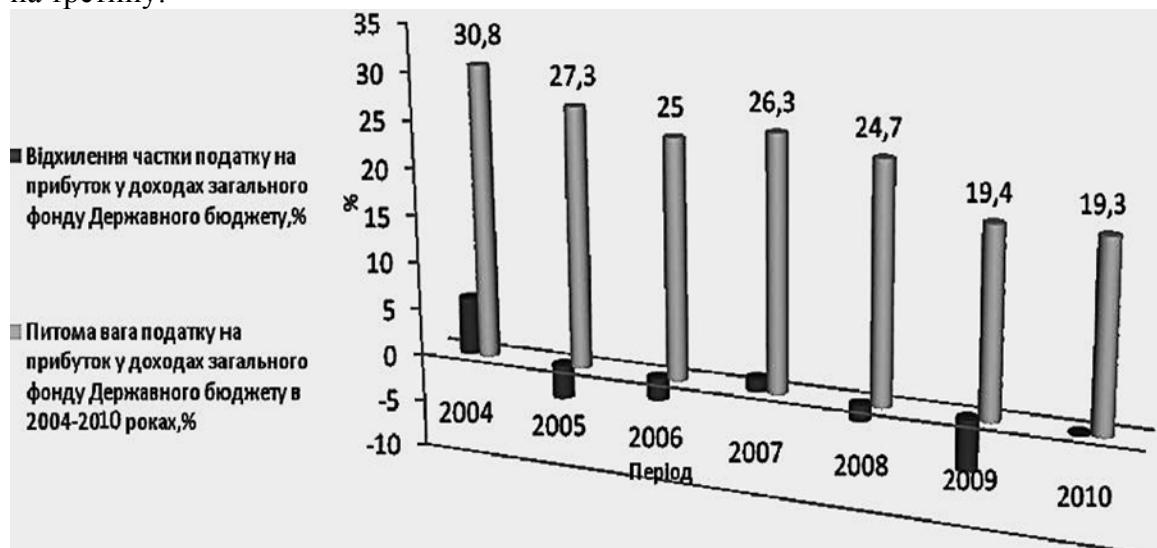


Рис. 1. Питома вага податку на прибуток у доходах загального фонду Державного бюджету України у 2004-2010 рр., % [2]

До загального фонду Державного бюджету в 2009 р. надійшло 76,6 % податку на прибуток від запланованих надходжень. На зменшення обсягу надходжень податку на прибуток у 2009 р. вплинули такі фактори:

- посилення світової фінансової кризи, яке призвело до істотного зменшення зовнішнього попиту та падіння обсягів виробництва у експортно-орієнтованих секторах економіки (насамперед у хімічному та металургійному);
- спад обсягів промислового виробництва протягом 2009 р. на 21,9 %;
- задеклароване від'ємне значення об'єкта оподаткування за підсумками 2008 р. в сумі 37,2 млрд. грн.

У 2010 р. Державний бюджет України отримав 39969,2 млн. грн. податку на прибуток підприємств, що на 7399,4 млн. грн. більше, ніж у 2009 р.

На надходження податку на прибуток підприємств у 2010 р. вплинуло задеклароване від'ємне значення об'єкта оподаткування за підсумками 2009 р., згідно зі зведеною декларацією по Україні, в сумі 49,4 млрд. грн. Також на стан сплати податку на прибуток вплинуло введення у дію Закону України від 23.06.2009 № 1533-VI "Про внесення змін до деяких законів України з метою подолання негативних наслідків фінансової кризи", яким запроваджено збільшення величини страхового резерву банків від 20 % до 100 %, що, своєю чергою, призвело до збільшення витрат і, як наслідок, спричинило стрімкий приріст збитків банків за результатами роботи 2009 р. та, відповідно, негативно вплинуло на надходження податку на прибуток банківських організацій у 2010 р. [3] Надходження податку на прибуток банківських організацій скоротились на 1,9 млрд. грн. у 2010 р. Більшість недоліків сплати податку на прибуток усунув ухвалений 2 грудня 2010 р. Податковий кодекс України.

Податковий кодекс України фактично декларує податкову політику держави, коли на високому рівні тримається не податок на прибуток, а інші податки і збори, вважаючи, що поступове зниження податку на прибуток дасть змогу утримати конкурентний рівень українських підприємств, що, своєю чергою, з часом знизить тінізацію економіки.

Ефективність зменшення ставок податку на прибуток пояснює концепція А. Лаффера: якщо податкова ставка зростає, бізнес або йде у тінь, або згортається і навпаки [4., С.33]. Зменшення ставки податку на прибуток приведе до збільшення коштів, які залишаються в розпорядженні підприємства після сплати податку на прибуток, і до збільшення надходжень до бюджету з цього податку.

В Україні ставка податку на прибуток є вищою, ніж її середнє значення у країнах Європейського Союзу (рис. 2.)

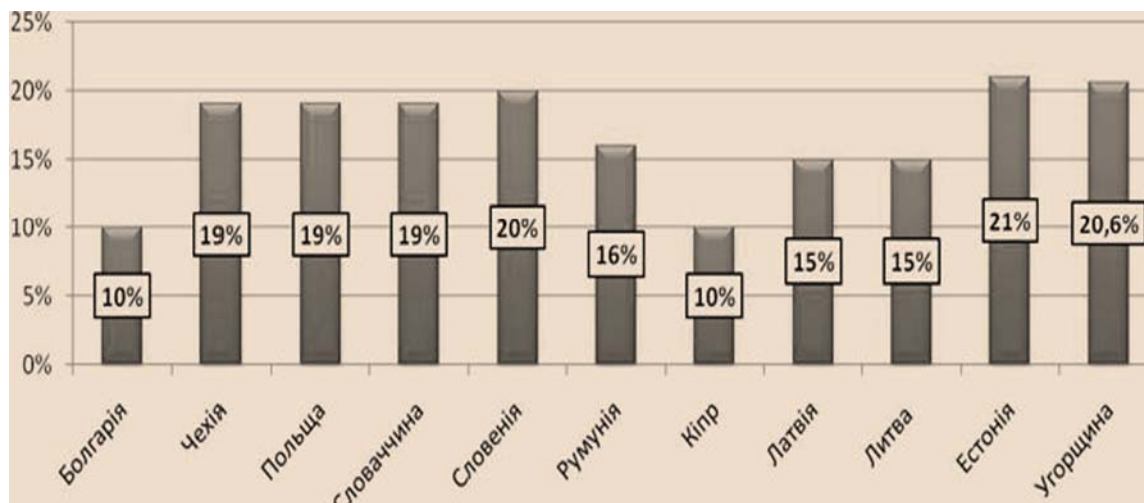


Рис. 2. Ставки податку на прибуток у деяких країнах ЄС [5]

У дослідженні «Легкість ведення бізнесу», у рамках якого оцінювались податки і обов'язкові відрахування, які середнє підприємство зобов'язане сплачувати щорічно, а також адміністративне навантаження на підприємства. А саме:

- податок на доходи,
- відрахування до фонду соціального захисту,
- податок на робочу силу, який сплачує працедавець,
- податок на нерухомість,
- податок на передачу правового титулу,
- податок на дивіденди,
- податок на приріст капіталу,

- податок на фінансові угоди,
- податок на збір відходів,
- податок на утримання шляхів.

Україна посідає 145 місце із 183 країн. Це на 2 пункти вище, аніж у попередньому році, де наша держава була 147. Хоча такі показники важко назвати дуже престижними, адже Україна серед країн СНД випередила лише Узбекистан, який на 150 місці. При цьому, наприклад, Білорусь значиться на 68 місці, Російська Федерація – 123.

Аналіз свідчить, що зростання загального рейтингу легкості ведення бізнесу України відбулося за рахунок підвищення у рейтингах за кількома категоріями. Зокрема, на 18 пунктів (з 136 місця у 2010 році до 118 місця у 2011 році) зріс рейтинг за категорією «реєстрація підприємств». На 2 пункти (з 181 місця у 2010 році до 179 місця у 2011 році) підвищено категорію «отримання дозволів на будівництво». Водночас знизилися рейтинги за критеріями «реєстрація власності» (на 4 пункти), «кредитування» (на 2 пункти), «захист інтересів» (на 1 пункт) та «ліквідація підприємств» (на 5 пунктів). На жаль, за рейтингом у категорії «Сплата податків» у звітні-2011, як і в звітні-2010, Україна посідає 181 місце із 183 країн, тобто є заледве не останньою. Замикає список Білорусь, яка посіла 183 місце, а Російська Федерація вишла на 105 позицію.

За кількістю платежів ми маємо 181 місце, за витратами часу – 174-і (657 годин у рік), а за узагальненою ставкою податку – посідаємо 149 місце (55,5% корпоративного прибутку).

Проте низка змін у податковому законодавстві можуть призвести до зниження суми і частки податку на прибуток підприємств у доходах Державного бюджету. Так, до витрат, що враховуються під час обчислення об'єкту оподаткування податком на прибуток, відносять суми єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ), що є єдиним консолідованим платежем до Пенсійного фонду, який містить декілька внесків на соціальне та пенсійне страхування. Нарахування ЄСВ у відсотках від суми заробітної плати залежить від класу професійного ризику виробництва (всього 67 класів), встановленого для роботодавця за основним видом його діяльності і становить від 36,76 % до 49,7 %. До цієї реформи податкове навантаження на фонд оплати праці, що включалося до валових витрат підприємства, становило 36,8 % (32 % – до Пенсійного фонду) України: 1,9 % – до Фонду з безробіття; 2,9 % – до Фонду з нещасних випадків).

Збільшення податкового навантаження на заробітну плату приведе до збільшення витрат підприємства, а отже, до зменшення суми податку на прибуток. До витрат, що враховуються під час обчислення об'єкта оподаткування, відповідно до ст. 138 та ст. 150.1 Податкового кодексу України віднесено від'ємне значення об'єкта оподаткування (збиток) за результатами попереднього податкового періоду, що приведе до зменшення суми податку на прибуток. За результатом розрахунку об'єкта оподаткування підприємства за підсумками податкового року, сума від'ємного значення підлягає врахуванню до витрат першого календарного кварталу наступного податкового року. Розрахунок об'єкта оподаткування за наслідками півріччя, трьох кварталів та року здійснюється з урахуванням зазначеного від'ємного значення попереднього року у складі витрат таких податкових періодів наростаючим підсумком до повного погашення такого від'ємного значення.

Значною проблемою сплати податку на прибуток є відсутність взаємоузгодженості між існуючим податковим і бухгалтерським обліком. Наслідком цього є різниця (відповідно до національного стандарту 17 "Податок на прибуток"), яка виникає між бухгалтерським і податковим прибутком, та має назву податкової різниці (постійної або тимчасової) у визначенні активів, зобов'язань, статей доходів і витрат підприємства, і внаслідок чого – відмінність між обліковим і оподатковуваним прибутком. Різниця, яка виникає внаслідок таких ро-

зходжень, має істотний вплив на прибуток підприємств і спричиняє труднощі та розбіжності в його оподаткуванні.

У новому Податковому кодексі податок на прибуток підприємств зазнав "революційних" змін, що пов'язані із необхідністю усунення економічно необґрунтованих розбіжностей між правилами податкового обліку і положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку щодо визнання й оцінки доходів і витрат. Перехід від методу "першої події" на метод "нараховувань та співставлень" при визнанні доходів та витрат у податковому обліку дасть змогу значно скоротити тимчасові різниці між податковим та бухгалтерським облікуючого тарифу на природний газ для споживачів усіх форм власності (що збільшують ціну електроенергії та газу), а також податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, істотно збільшує податкове навантаження на населення, чим зменшує його платоспроможність (купівельну спроможність) та веде до маргіналізації. Посилення маргіналізації населення за одночасного збільшення витрат, а отже, і ціни та товари, роботи і послуги підприємств, неминуче призведе до зниження рівня споживання населенням товарів, робіт і послуг, а отже, до зниження доходів підприємств.

Проте, у вересні 2011 року податківці зібрали до загального фонду Державного бюджету 2,4 млрд. грн. податку на прибуток – вдвічі більше, ніж передбачалося плановим завантаженням. З початку року зібрано 38,8 млрд. грн. цього податку. Це в 1,6 рази більше, ніж минулого року. Зростання надходжень пов'язані з пожвавленням вітчизняної економіки. Адже, поліпшення ситуації зафіксовано у всіх основних галузях господарства. Наприклад, від підприємств металургійної галузі з початку року надійшло податку на прибуток на 194,5% більше, ніж у минулому році. Збільшилися на 120,4% надходження і від виробництва електроенергії, газу та води.

Зростання надходжень з податку на прибуток порівняно з минулим роком спостерігається також в галузі машинобудування та металообробки (на 35,5%), хімічній та нафтохімічній промисловості (на 28,1%), сільському господарстві, мисливстві та лісовому господарстві (на 68,4%), будівництві (на 20,5%).

Прогноз доходів зведеного бюджету на 2012 рік становить 428,5 млрд. грн. (28,5% у ВВП), що на 0,2 відсоткового пункту менше врахованого при затвердженні бюджету на 2011 рік (28,7% ВВП).

Варто зазначити, що у 2012 році відбудеться значне зменшення фіскального навантаження на економіку. Податковим кодексом скасовано 20 видів податків. У свою чергу, запроваджені новації у податковій сфері сформували підґрунтя для збільшення прогнозу доходів Державного бюджету України на 2012 рік на 12,6%. Таким чином, загальний інвестиційний ресурс від надання преференцій суб'єктам господарювання становить 46,9 млрд. гривень, а саме:

- зниження ставки податку на прибуток з 23% до 21% - 4,3 млрд. грн.;
- звільнення від оподаткування податку на прибуток виробників, підприємств окремих галузей - 0,4 млрд. грн.;
- "Податкові канікули" для малого бізнесу у вигляді нульової ставки податку на прибуток – 0,5 млрд. грн.;
- звільнення від сплати податку на додану вартість окремих операцій - 21,9 млрд. грн.;
- звільнення від сплати ввізного мита згідно міжурядових угод про вільну торгівлю – 3,2 млрд. грн.;
- звільнення від сплати ввізного мита товарів, що використовуються для виробництва устаткування альтернативних джерел енергії, галузеві пільги – 0,3 млрд. грн.

Отже, податкова система України є непрозорою, з дуже неефективним адмініструванням. По суті, вона сьогодні блокує ефективний конкурентоспроможний розвиток нашої дер-

жави. Як підтверджують міжнародні експерти, серед 183 держав, податкова система України має антирейтинг за номером 181. Щодо прийнятого Податкового кодексу, то відбувся деякий позитив стосовно більш збалансованих прав платників податків і держави. Важливо, щоб у змісті Податкового кодексу були чітко зафіксовані наші пріоритети, найголовнішим з яких є формування умов для розвитку потужного середнього класу як основи для стабільності, демократії, платоспроможності внутрішнього ринку і наявності людей, які вміють захищати свої права.

Податковий кодекс України спричиняє нові проблеми забезпечення виконання загального фонду Державного бюджету в частині податку на прибуток підприємств. Проблема збільшення дохідної бази Державного бюджету, зокрема за рахунок податку з прибутку підприємств, повинна вирішуватись комплексно з урахуванням податкового навантаження на населення та підприємства, а також із врахуванням оптимальних надходжень від податку з прибутку підприємств до Державного бюджету. Використовуючи досвід країн ЄС в оподаткуванні прибутку підприємств, доречно було б залучити для впровадження нововведень експертів з найбільш розвинених європейських країн

Таким чином, зміни у податковому законодавстві України спричинили низку нових проблем, що дає підстави стверджувати про ймовірність зниження суми, частки та значення податку на прибуток підприємств у доходах Державного бюджету.

Література:

1. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 р., № 2755-VI. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>
2. Міністерство фінансів України. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.minfin.gov.ua/>.
3. Закону України "Про внесення змін до деяких законів України з метою подолання негативних наслідків фінансової кризи" від 23.06.2009 № 1533-VI. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/g=2755-17>
4. Литвиненко Є.О. Податкове стимулювання інвестиційної діяльності промислових підприємств // Фінанси України. 2004. – № 11. – С. 33-34.
5. Молдован О. Податок на прибуток: на що чекати бізнесу.// Економічна правда.[Електронний ресурс] . – <http://www.epravda.com.ua/publications/2010/12/8/261230>
6. Закон України "Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування" № 2464-VI. від 08.07.2010 р. [Електронний ресурс]. – <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?17>
7. Комітет ВРУ з питань бюджету. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.budget.rada.gov.ua/>.
8. Педь І.В. Податкова конкуренція : монографія / І.В. Педь. – К. : Вид-во "Експерт-Консалтинг", 2009. – 416с.
10. Соколовська А. Податкова система держави: теорія і практика становлення : монографія / А. Соколовська. – К. : Вид-во "Знання-Прес", 2004. – 454 с.\
11. KyivPost. Які податки платитимемо після нового року? / PostKyiv. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.kyivpost.ua/business/article/yaki-podatkiplatitimemo-pislya-novogoroku.html>.

Рекомендовано до публікації
д.е.н., проф. Дем'янишин В.Г., 22.01.2012р.

Надійшла до редакції
10.02.2012 р.

УДК 330.142:338.45

Дубей Ю.В.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І СТРУКТУРИ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Визначено процес організації оборотних активів, його принципи. Проаналізовано динаміку і структуру оборотних активів машинобудівних підприємств. Розкрито джерела відтворення оборотних активів. Обґрунтовано напрями удосконалення управління оборотними активами.

Ключові слова: оборотні активи, капітал, власний, машинобудівне промислове підприємство, відтворення, організація

The process of organization of current assets and its principles are defined. The dynamics and structure of current assets of machine-building enterprises is analyzed. The sources of renewing the current assets are discovered. The directions for improvement of current assets management are based.

Keywords: current assets, capital, equity, machine-building industrial plant, renewing, organization

Машинобудівний сектор є єдиним постачальником капітальних ресурсів на підприємства інших галузей національної економіки, забезпечуючи будь-яке виробництво машинами та обладнанням, а населення - предметами споживання. Сьогодні неможливо уявити собі сферу людського життя, в якій тим чи іншим чином не використовувалася би продукція галузей машинобудування. Від ступеня розвиненості машинобудування, в кінцевому підсумку, залежить стійкість і ефективність розвитку інших секторів і всієї економіки в цілому [1, с. 86]. Переважну частину активів машинобудівних підприємств становлять оборотні активи.

Кириченко Д. акцентує увагу на тому, що підприємства машинобудування активно впроваджують інструменти і філософію систем «ощадливе виробництво» і «шість сигм», кайдзен, основною метою використання яких є організація функціонування з мінімальними вкладеннями ресурсів як в основні, так і в оборотні кошти, із дотриманням високого рівня якості вироблюваної продукції [2, с. 94]. Пропозиції Прушківської Е., Богми О. стосуються створення кластеру енергетичного машинобудування у Запорізькій обл. із метою проведення комплексної заміни застарілого обладнання у секторі виробництва й передачі електроенергії, проведення заходів з модернізації й реконструкції підприємств промислового сектору регіону, а також житлово-комунального господарства [3, с. 28]. Погоджуємося з Мордвінцевою Т., Чалою К., що наявність у підприємства достатніх оборотних коштів є необхідною передумовою його нормального функціонування [4, с. 220]. Управління оборотними коштами полягає в забезпеченні безперервності процесу виробництва і реалізації продукції з оптимальним розміром оборотних коштів.

Єршова Н. акцентує увагу, що одним із основних негативних факторів, характерних практично для всіх промислових підприємств, є нестача власних оборотних коштів [5, с. 69]. І хоча загальна забезпеченість підприємств всіх галузей промисловості власними оборотними коштами останні роки має позитивну динаміку, вона не достатня. Єфремова Н., Золотарьова О., Недашківська К. пропонують шляхи формування ефективної системи управління оборотними коштами: спостереження і постійний контроль за фактичним рівнем оборотних коштів; діагностика відхилень елементів оборотних коштів від запланованого рівня; виявлення внутрішньовиробничих і внутрішньогосподарських резервів підвищення ефективності використання оборотних коштів; забезпечення керівництва підприємства, підрозділів і функціональних служб достатньою інформацією для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та оперативного регулювання процесу трансформації елементів оборотних коштів; розрахунок і врахування нормативів оборотних коштів (виробничих, збутових та грошових ресурсів) [6, с. 143].

Здійснюючи управління оборотними активами на будь-якому підприємстві, варто значну увагу приділити вибору оптимального рівня і раціональної структури даних активів з урахуванням специфіки діяльності кожного підприємства та впливом різного роду факторів [7, с.103]. З огляду на викладене вище, актуальним і недостатньо вирішеним науковим завданням є ідентифікація особливостей складу, структури оборотних коштів машинобудівних підприємств з метою їх раціональної організації.

Метою статті є визначення специфічності оборотних активів машинобудівних підприємств для ефективного управління ними.

Ефективність організації та управління оборотними коштами підприємства залежить від рівня організаційності та узгодженості процесів аналізу оборотних коштів підприємства в попередньому періоді, планування оборотних коштів, контролю за виконанням планів та прийняттям управлінських рішень щодо підвищення ефективності використання оборотних коштів [8, с.151].

Сформована в даний час система організації оборотних активів побудована на таких принципах:

- по-перше, визначення планової потреби і розміщення оборотних активів по окремих елементах і підрозділах - розрахунок оптимальної потреби оборотних активів, що забезпечила би безперервність процесу виробництва, виконання планових завдань при ритмічній роботі (розробка довгострокових діючих норм і щорічних нормативів);

- по-друге, коригування розрахованих і діючих нормативів з урахуванням мінливих умов господарювання (зміна обсягу виробництва, ціни використовуваних сировини і матеріалів, паливних і енергетичних ресурсів, постачальників і споживачів, форм застосування розрахунків);

- по-третє, наявність раціональної системи фінансування оборотних активів - формування оборотних активів за рахунок власних ресурсів і позикових коштів у розмірах, що забезпечують нормальний фінансовий стан підприємства;

- по-четверте, контроль за раціональним розміщенням і використанням оборотних активів - проведення аналізу ефективності кругообігу використання коштів із метою прискорення їхньої оборотності.

Потреба в оборотному капіталі залежить від таких чинників: розмір грошових надходжень, витрат на різні види діяльності, часовий розрив між витратами та надходженнями, ефективність управління дебіторською та кредиторською заборгованістю тощо. До факторів, що впливають на структуру оборотних активів, відносять: вид діяльності підприємства; галузь, в якій функціонує підприємство; особливості та тривалість операційного циклу; трудомісткість та матеріаломісткість продукції; форми розрахунків, що застосовує підприємство; відстань до споживачів продукції та постачальників сировини тощо.

У табл. 1 наведено склад і структуру оборотних коштів промислових підприємств станом на 01.01.2011 р. і на 30.09.2011 р. Протягом досліджуваного періоду машинобудівні підприємства мали більшу питому вагу оборотних активів в запасах товарно-матеріальних цінностей (відповідно 33,5% і 39,09%) порівняно з промисловими (відповідно 25,58% і 26,50%). Серед машинобудівних підприємств за вказаними показником найбільша питома вага приходилася на підприємства, які спеціалізуються на виробництві машин та устаткування (відповідно 37,10% і 44,54%), найменша – на підприємства, що виробляють транспортні засоби та устаткування (відповідно 30,54% і 35,26%). Машинобудівні підприємства протягом аналізованого періоду мали меншу частку дебіторської заборгованості у структурі оборотних активів (відповідно 52,05% і 49,06%) порівняно з промисловими (відповідно 64,86% і 63,27%).

Таблиця 1

Склад і структура оборотних коштів промислових підприємств (побудовано за даними [1])

Назва галузі	Оборотні активи-всього		запаси		дебіторська заборгованість		поточні фінансові інвестиції		грошові кошти		інші оборотні активи	
	Млн. грн.	Струк-тура, %	Млн. грн.	Струк-тура, %	Млн. грн.	Струк-тура, %	Млн. грн.	Струк-тура, %	Млн. грн.	Струк-тура, %	Млн. грн.	Струк-тура, %
станом на 01.01.2011 р.												
Промисловість	582926	100	149089	25,58	378103	64,86	10110	1,73	29933	5,13	15692	2,69
у т. ч. машинобудування, виробництво:	89968	100	30135	33,50	46832	52,05	3414,7	3,80	7286,5	8,10	2299,9	2,56
машин та устаткування	34339	100	12741	37,10	16940	49,33	1381,8	4,02	2621,3	7,63	653,9	1,90
електричного, електронного та оптичного устаткування	16769	100	5527,9	32,96	8748,7	52,17	301,8	1,80	1558,9	9,30	632	3,77
транспортних засобів та устаткування	38860	100	11866	30,54	21142	54,41	1731,1	4,45	3106,3	7,99	1014	2,61
станом на 30.09.2011 р.												
Промисловість	651437	100	172618,6	26,50	412175,5	63,27	10863,5	1,67	38864,2	5,97	16915,2	2,60
у т. ч. машинобудування, виробництво:	99450,8	100	38877,4	39,09	48794,1	49,06	3182,4	3,20	5924,1	5,96	2672,8	2,69
машин та устаткування	37853	100	16861,3	44,54	16363,4	43,23	1187	3,14	2539,2	6,71	902,1	2,38
електричного, електронного та оптичного устаткування	18716,9	100	6897,5	36,85	9734	52,01	149,4	0,80	1384,6	7,40	551,4	2,95
транспортних засобів та устаткування	42880,9	100	15118,6	35,26	22696,7	52,93	1846	4,30	2000,3	4,66	1219,3	2,84

Серед машинобудівних підприємств за вказаним показником найменша питома вага приходилася на підприємства, які спеціалізуються на виробництві машин та устаткування (відповідно 49,33% і 43,23%), найбільша – на підприємства, що виробляють транспортні засоби та устаткування (відповідно 54,41% і 52,93%). Машинобудівні підприємства мають більшу частку поточних фінансових інвестицій (відповідно 3,8% і 3,2%) порівняно з промисловими (1,73% і 1,67%), а також грошових коштів: машинобудівні – 8,1% і 5,96%, промислові – 5,13% і 5,97%.

Питома вага інших оборотних активів у структурі активів коливається приблизно на одному рівні – 2,5%. Станом на 01.01.2011 р. (рис. 1-2) виробничі запаси є найбільш вагомою статтею запасів товарно-матеріальних цінностей промислових підприємств (55,53%) і машинобудівних підприємств (47,89%), але машинобудівні підприємства мають також значну вагу незавершеного виробництва (32,31%) порівняно з промисловими (16,69%). Частка готової продукції машинобудівних підприємств (16,49%) незначно менша порівняно з промисловими (19,73%).

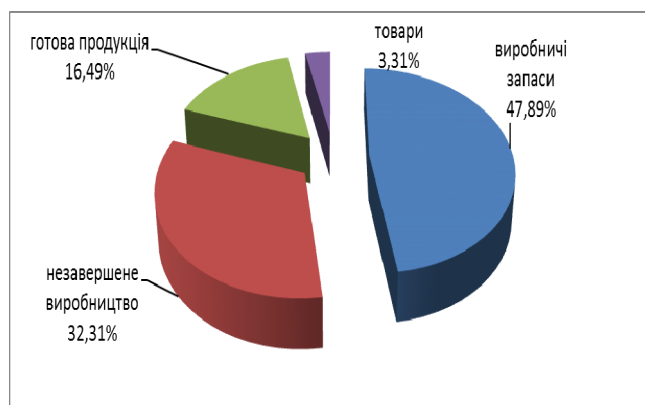


Рис.1. Структура запасів машинобудівних підприємств станом на 01.01.2011 р.

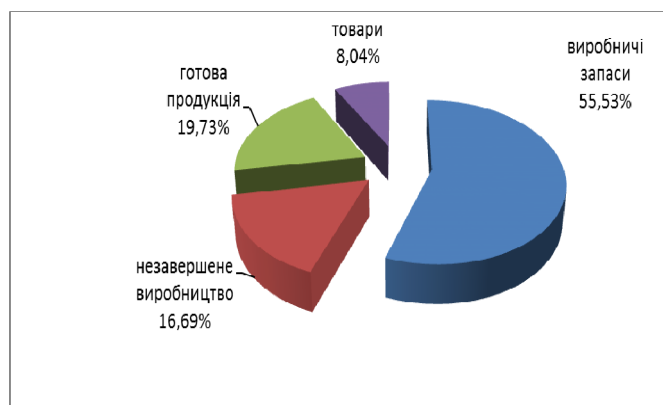


Рис.2. Структура запасів промислових підприємств станом на 01.01.2011 р.

У табл. 2 наведено динаміку питомої ваги підприємств машинобудування у оборотних активах промисловості. Протягом 9 міс. 2011 р. загалом вона незначно скоротилася – із 15,43% до 15,27%. Найбільша частка приходить на поточні фінансові інвестиції – відповідно 33,78% і 29,29% на початок і кінець аналізованого періоду, найменша – на дебіторську заборгованість – відповідно 12,39% і 11,84%. За внеском у обсяг активів промислових підприємств підгалузі машинобудування ранжуються таким чином: виробництво транспортних засобів та устаткування, виробництво машин і устаткування, виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування. Протягом аналізованого періоду величина власного оборотного капіталу машинобудівних підприємств зросла з до 21542,9 млн. (табл. 3).

Станом на 01.01.2011 р. величина короткострокових кредитів, отриманих промисловими підприємствами (73981 млн. грн.) перевищувала розмір власного оборотного капіталу (44804,8 млн. грн.). Частка короткострокових кредитів у ВОК машинобудівних підприємств за 9 міс. 2011 р. скоротилася з 72,29% до 52,22% і є меншою порівняно з промисловими підприємствами. Серед машинобудівних підприємств найбільшу роль короткострокові кредити грають для відтворення оборотних активів підприємств, що займаються виробництвом транспортних засобів та устаткування – їх частка у ВОК становить відповідно 113,57% і 67,09%.

Таблиця 2

Питома вага підприємств машинобудування у оборотних активах промисловості

Статті оборотних активів	Дата	Галузь національної економіки			
		Машинобудування, всього	у т.ч. , виробництво:		
			машин та устаткування	електричного, електронного та оптичного устаткування	транспортних засобів та устаткування
Оборотні активи-всього, у т.ч.	01.01.11	15,43	5,89	2,88	6,67
	30.09.11	15,27	5,81	2,87	6,58
запаси	01.01.11	20,21	8,55	3,71	7,96
	30.09.11	22,52	9,77	4	8,76
дебіторська заборгованість	01.01.11	12,39	4,48	2,31	5,59
	30.09.11	11,84	3,97	2,36	5,51
поточні фінансові інвестиції	01.01.11	33,78	13,67	2,99	17,12
	30.09.11	29,29	10,93	1,38	16,99
грошові кошти	01.01.11	24,34	8,76	5,21	10,38
	30.09.11	15,24	6,53	3,56	5,15
інші оборотні активи	01.01.11	14,66	4,17	4,03	6,46
	30.09.11	15,8	5,33	3,26	7,21

Таблиця 3

Динаміка джерел відтворення оборотних активів промислових підприємств

Статті оборотних активів	Дата	Галузь національної економіки				
		Промисловість	у т.ч. машинобудування			
			всього	у т.ч. виробництво:		
				машин та устаткування	електричного, електронного та оптичного устаткування	транспортних засобів та устаткування
Поточні зобов'язання, млн. грн.	01.01.11	538121,2	72527,5	25302,6	13808,1	33416,8
	30.09.11	574005,3	77907,9	27963,6	14632,3	35312
Власний оборотний капітал (ВОК), млн. грн.	01.01.11	44804,8	17440,5	9036,4	2960,9	5443,2
	30.09.11	77431,7	21542,9	9889,4	4084,6	7568,9
Короткострокові кредити банків, млн. грн.	01.01.11	73981	12608,4	4119	2307,6	6181,8
	30.09.11	60035,3	11249,5	3990,1	2181,1	5078,3
Частка короткострокових кредитів у ВОК, %	01.01.11	165,12	72,29	45,58	77,94	113,57
	30.09.11	77,53	52,22	40,35	53,4	67,09

На основі проведеного дослідження отримано такі наукові висновки.

1. Оборотні активи машинобудівних підприємств становлять майже сьому частину оборотних коштів промисловості. Статті оборотних активів машинобудівних підприємств і промислових підприємств за питомою вагою ранжуються у такій послідовності: дебіторська заборгованість, оборотні активи в запасах товарно-матеріальних цінностей, грошові кошти, поточні фінансові інвестиції. Утім машинобудівельні підприємства мають меншу частку дебіторської заборгованості за рахунок зростання частки запасів товарно-матеріальних цінностей, поточних фінансових інвестицій і грошових коштів. У цілому структура оборотних коштів машинобудівних підприємств є більш раціональною порівняно з промисловими. У структурі запасів машинобудівних і промислових підприємств найбільшу роль відіграють виробничі запаси, утім для машинобудівних підприємств притаманна висока питома вага незавершеного виробництва.

2. Позитивною тенденцією для машинобудівних і промислових підприємств є зростання протягом 9 міс. 2011 р. величини власного оборотного капіталу, скорочення обсягу короткострокових кредитів та їх частки у власному оборотному капіталі, негативною тенденцією є зростання дебіторської і кредиторської заборгованості.

3. Специфіка структури оборотних активів машинобудівних підприємств вимагає удосконалення підходів: до нормування виробничих запасів, незавершеного виробництва, готової продукції, до надання комерційних кредитів і управління дебіторською заборгованістю, оптимізації залишків грошових коштів і поточних фінансових інвестицій.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є обґрунтування механізмів управління відтворенням та оптимізацією оборотних активів машинобудівних підприємств.

Література

1. Півень А.І. Фактори кризового стану підприємств машинобудівної галузі [Текст] / А. І. Півень // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. - 2009. - № 4 (8). - С.85-96.
2. Кириченко Д.О. Інструменти вдосконалення виробництва на підприємствах машинобудування [Текст] / Д.О. Кириченко // Проблеми економіки. - 2010. - № 4. - С.92-97.
3. Прушківська Е.В. Аналіз найбільш перспективних для створення на території запорізького регіону кластерів / Е. В. Прушківська, О.С. Богма // Економічний вісник НГУ. - 2007. - № 2. - С. 26-31.
4. Мордвінцева Т.В. Підвищення ефективності використання оборотних активів за рахунок введення процедур інвентаризації виробничих запасів [Текст] / Т.В. Мордвінцева, К.С. Чала // Сталій розвиток економіки. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. - 2011. - №1. - С.219-222.
5. Єршова Н.Ю. Оцінка стану підприємств промисловості на основі статистичного аналізу [Текст] / Н.Ю. Єршова // Вісник Харківського національного університету. - 2008. - № 802. - С.68-71.
6. Єфремова Н. Напрями побудови ефективної системи управління оборотними коштами підприємства [Текст] / Н. Єфремова, О. Золотарьова, К. Недашківська // Економічний аналіз. - 2011. - Вип. 8. - Ч. 2. - С.141-145.
7. Ковальчук Н.О. Особливості управління оборотними активами на вітчизняних підприємствах [Текст] / Н.О. Ковальчук // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії. - 2011. - Вип. 1 (20). - С.99-106.
8. Шурпенкова Р. К. Сутність та основи організації аналізу оборотних коштів [Текст] / Р. К. Шурпенкова, О. Й. Іваньчук // Вісник Запорізького національного університету. - 2010. - №3(7). - С.150-154.
9. Оборотні активи за видами промислової діяльності станом на 30 вересня 2011 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>
10. Оборотні активи в запасах товарно-матеріальних цінностей за видами промислової діяльності станом на 30 вересня 2011 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/fin/oaktuvu/oa_ztm_pr/oa_ztm_pr_u/oa_ztm_pr_3_11_u.htm>

Рекомендовано до публікації
д.е.н., проф. Швецем В.Я., 15.02.2012 р.

Надійшла до редакції
18.02.2012 р.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ



УДК 33:311.1:519.221:112

Дронь В.С.

МОДЕЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОДІЙ МЕТОДОМ УМОВНО-НАСЛІДКОВОГО РОЗКЛАДУ

У роботі у доповнення до теоретико-ймовірнісного підходу запропоновано умовно-наслідковий метод моделювання соціально-економічних подій. Здійснено порівняння методів. Введено поняття “подія-явище”, “подія-умова”, подано їх інтерпретацію.

Ключові слова: соціально-економічне явище, стохастичний експеримент, подія, умова, умовно-наслідковий зв’язок, умовно-наслідковий розклад.

In the paper in addition to theoretical-probabilistic approach the condition- consequence method of modeling of socio-economic events was offered. Comparison of the methods was carried out. Concepts “event-phenomenon”, “event-condition” are entered; their interpretations were formulated.

Keywords: socio-economic phenomenon, stochastic experiment, event, condition, condition-consequence connection, condition-consequence decomposition.

Процес керування у складних системах довільної природи може бути ефективним тільки якщо він базується на максимально повній інформації про саму систему, її елементи, зв’язки та взаємозалежності між складовими системи та із зовнішніми чинниками. Соціально-економічні системи належать до надскладних систем. Небажання чи неможливість проведення попереднього аналізу таких систем або свідоме спотворення інформації призводить до того, що прийняття управлінських рішень у соціально-економічній сфері дуже часто носить суб’єктивний характер, рішення не опираються на існуючі тенденції та закономірності, не прогнозованими є не тільки опосередкований вплив рішень, а й безпосередні їх наслідки.

Серед підходів до аналізу соціально-економічної системи є їх моделювання. Моделювання окремих соціально-економічних явищ і процесів має велике практичне значення, зокрема за допомогою моделей можна вивчати окремі характеристики явищ, передбачати настання певних подій, прогнозувати впливи одних подій на розвиток інших.

Теорію ймовірностей визначають як науку, що вивчає випадкові явища [1, с. 13]. Випадкові події, як вони розуміються в цій науці, мають ряд характерних особливостей, зокрема всі вони розглядаються у масових явищах. Тому в абстрактній формі теорія ймовірностей характеризує закономірності, що властиві випадковим подіям масового характеру.

Загально визнаний аксіоматичний підхід теорії ймовірностей був запропонований видатним вченим А.М. Колмогоровим [2]. Питаннями проведення стохастичний експериментів, розгляду випадкових подій та залежностей між ними на основі цієї концепції займалися вітчизняні та закордонні вчені: І.І. Гіхман, В.Є. Гмурман, Б.В. Гнеденко, А.В. Скороход, З.Г. Шефтель, Р. Шторм, М.І. Ядренко та ін. [1, 3–6].

При вивченні реальних явищ науковці пропонують “відволікатися від обліку несуттєвих подробиць”. На їх думку, “розгляд усіх деталей, усіх існуючих зв’язків, у тому числі й несуттєвих для даного явища, призводить лише до того, що саме явище затемнюється і ово-

лодіння ним відсувається з огляду на таку штучно ускладнену обстановку” [1, с. 12]. Такий підхід лежить в основі будь-яких методів моделювання. Проте, дуже часто постає проблема поглиблення деталізації моделі уже на етапі її дослідження. Стохастичний експеримент (ви-пробування, дослід), що розглядається у класичній теорії ймовірностей, є моделлю певної ситуації, причому і ситуація, і сама модель, як правило, є досить простими – обмеженими у часі, невеликими за масштабами, з обмеженою кількістю внутрішніх зв’язків. Невідомі, несуттєві (на думку дослідника) внутрішні впливи, особливо при їх великій кількості, та усі зовнішні впливи вважаються дією одного випадкового чинника. У реальному житті ми маємо справу не з подібними експериментами, а зі значно складнішими ситуаціями. В першу чергу, це стосується соціально-економічної сфери, де як відомо, використання моделювання має свої обмеження [7, с. 15]. Тому виникає потреба у формуванні такого підходу до моделювання реальних соціально-економічних явищ та процесів, який оптимізуватиме рівень абстрагування та дозволить його змінювати уже у процесі дослідження.

Наведемо спочатку деякі базові відомості стосовно випадкових подій з класичної теорії ймовірностей. Серед перших у ній вводять поняття “стохастичного експерименту”, результат якого наперед не можна точно передбачити. Він, як правило, є або спеціально організованим дослідником, або абстрагованим від зовнішніх впливів – зовнішні умови вважаються незмінними. Кожну ситуацію, яку можна спостерігати і яка може виникнути як результат експерименту, називають подією [8, с.105]. Окремі автори замість слів “проведення стохастичного експерименту” використовують фразу “здійснення комплексу умов”, що на нашу думку є більш природним при розгляді такого поняття як “подія”.

В [1, с. 14] розглядаються дві схеми встановлення “закономірностей, яким підпорядковується перебіг явищ, що вивчаються наукою: 1) при кожному здійсненні комплексу умов G відбувається подія A ; 2) ймовірність того, що при здійсненні комплексу умов G відбудеться подія A , дорівнює p .”

У першому випадку подія називається **достовірною (вірогідною)**, у другому – **випадковою**. Твердження про випадковість події відносно деякого комплексу умов вказує лише на те, що цей комплекс умов G не відображає усієї сукупності причин, необхідних і достатніх для появи події A .

Закономірності другого типу називаються ймовірнісними або стохастичними. Вони проявляються лише при багатократному здійсненні комплексу умов G . Автор стверджує, що у цьому випадку існує “між комплексом умов G і подією A деякий досить визначений, хоча й своєрідний, але від того не менш об’єктивний зв’язок” [1, с. 16]. Зауважимо, що існує дещо інший підхід до трактування випадку 1). Якщо “в точно визначених умовах можна з упевненістю передбачити результат експерименту”, то таку подію чи явище тут відносять до **детермінованих** [6, с. 18].

Часто дають ширше означення випадкової події: “подія, яка при реалізації деякого комплексу умов може відбутися, а може й не відбутися, називається випадковою подією” [1, с. 14]. Якщо подія завідомо не може відбутися при здійсненні комплексу умов G , то вона називається **неможливою**. Це поняття використовується у такому варіанті означення випадкової події: при здійсненні комплексу умов G подія є випадковою, якщо “вона не є вірогідною і не є неможливою” [1, с. 14]. Надалі у роботі поняття класичної теорії ймовірностей виділятимемо курсивом без потовщення літер.

Подією, на відміну від поняття *випадкової події*, ми називатимемо ситуацію, що складається за виконання певного комплексу умов. Таким чином, комплекс умов визначає сутність події. У роботі ми говоритимемо про реальні ситуації у суспільному житті, що повторюються, тобто розглядатимемо соціально-економічні явища. **Явище** у даному розумінні – це соціальна чи технологічна подія, яка здатна повторюватися. *Стохастичні експерименти*

як копії чи моделі явищ також є подіями, а *процесами* природно вважати явища, які мають свій розвиток у часі, або послідовності подій. Отже, *стохастичний експеримент* як подія визначається комплексом умов, виконання яких означає, що експеримент був успішно проведений. Природне явище як подія задається множиною умов, які мали місце і в сукупності призвели до ситуації, яку спостерігачі фіксують як явище. Звичайно, *стохастичний експеримент* можна інтерпретувати як певну послідовність дій (певний алгоритм). Але кожна дія, спричинена чи людським фактором, чи впливом природних сил, призводить до якоїсь зміни у моделі – кількісної, якісної чи взаємного розміщення її елементів. Досягнення ж зміни у моделі є виконанням відповідної умови.

Розглянемо найпростіший приклад *стохастичного експерименту* – “підкидання монети”. Подію “підкидання монети” задає комплекс умов, до яких належать: наявність двосторонньої монети для підкидання; здійснення власне підкидання монети; падіння монети на поверхню одним з боків; фіксування “значення” верхньої сторони монети. Якщо якась з умов не виконалася, то не можна говорити про здійснення *експерименту*.

Перелічених умов насправді недостатньо для проведення якісного *дослідю*. Формальне їх виконання може спотворити результат і не привести до мети. Потрібно деталізувати першу умову, вимагаючи щоб монета була з однорідної речовини (металу), правильної циліндричної форми. Для того, щоб експеримент був стохастичний, необхідно щоб монета підкидалася випадковим чином, а не з єдиними силою та точкою прикладання. Невиконання цих “додаткових” умов неминуче вплине на *ймовірність* випадіння герба чи цифри.

Наступним і дуже важливим для опису події питанням є співвідношення умов у просторі і часі. Принциповим є правильна послідовність їх виконання та просторова локалізація. Ці моменти також мають бути застережені у формулюванні комплексу умов.

Як бачимо, найпростіший з прикладів *стохастичного експерименту* в теорії ймовірностей не є простим з точки зору повного опису умов його коректного проведення. В той же час, глобальнішу подію – “зменшення валютного курсу” можна значно легше задати у вигляді умов настання.

Деталізація умов *стохастичного експерименту* повинна бути такою, щоб виключити неоднозначність трактування – відбувся чи не відбувся *експеримент* у тому вигляді, як задумувався. Аналогічний висновок потрібно зробити щодо повноти умов довільної події.

Сформулюємо окремі властивості комплексу умов, що задає подію.

1. **Повнота.** Умови повинні бути такі, щоб при їх виконанні однозначно фіксувалося настання події.

Насправді, довільна сукупність умов задає деяку подію. Проте, оскільки, первинним у дослідженнях є подія, то сформульовані умови мають максимально точно її задавати.

2. **Необхідність.** Виконання кожної умови має бути обов’язковим для настання події. Іншими словами, невиконання хоча б однієї з умов призводить до констатації відсутності (ненастання) події.

3. **Несуперечливість.** Для настання події не повинно бути двох чи більше умов, які заперечують одна одну. У протилежному випадку ми матимемо справу з неможливою подією.

4. **Реалістичність.** Кожна з умов має мати хоча б теоретичну можливість бути виконаною, в тому числі при виконанні інших умов сукупності. У протилежному випадку ми знову матимемо неможливу подією.

Отже, будь-які соціально-економічні явища і процеси, як і довільні стохастичні експерименти, є подіями, які є реалізаціями певного комплексу умов. Реалізація кожної із вказаних умов є також подією. Тобто існування суспільних відносин можна розглядати як послідовність подій.

Проте така інтерпретація є повністю суб'єктивною, адже побудова послідовності подій є умовною, визначається кожним спостерігачем-дослідником особисто, залежно від мети спостереження, знань про об'єкт дослідження та власного творчого підходу. Дослідник самостійно приймає рішення, що саме виділяти як окрему подією (явище).

Словесний чи будь який інший опис події (чи то події-явища, чи то події-умови), який би він детальний і точний не здавався, насправді може характеризувати лише деяку її модель (ідеалізоване представлення), у якій задають тільки важливі для дослідника аспекти прояву події. Насправді, перебіг кожної реальної соціально-економічної події (явища) унікальний і вона не може абсолютно точно бути повторена чи відтворена. Але саме таке абстрагування від несуттєвих ознак події дозволяє говорити про соціально-економічне явище, як про повторювану подію.

Отже, представлення реальної події у вигляді комплексу умов насправді є побудовою нової події-моделі, що з певним рівнем абстрагування є наближенням початкової реальної події. Вважатимемо, що для події-моделі сукупність умов має усі перелічені властивості: повноту, необхідність, несуперечливість, реалістичність.

При класичному аксіоматичному підході до означення *випадкової події* в теорій ймовірностей рівень абстрагування на порядок вищий, оскільки підхід полягає у відборі тільки кількох суттєвих ознак чи проявів. При запропонованому нижче “умовно-наслідковому” підході можна з довільним наближенням поглиблювати дослідження умов настання та характеристик події. Ця властивість методу є надзвичайно важливою для дослідження соціальних та економічних процесів.

Оскільки жодна подія-явище не зможе відбутися без настання усіх її подій-умов, а настання усіх подій-умов неминуче призведе до появи події-явища, то можна стверджувати, що між подіями-умовами та подією-явищем існує зв'язок, який називатимемо **безпосередньою умовно-наслідковою залежністю**.

Розглянемо комплекс умов $\{g_1, g_2, \dots, g_n\}$, який задає деяку подію (насправді – подію-модель) A . Кожна умова g_i породжує (задає виконання) певної події G_i . Позначатимемо цей факт знаком “ $\dashv$ ”, тобто $G_i \dashv g_i$. У цьому випадку подія G_i є **подією-умовою** для **події-явища** A . Тоді можна сказати, що подію A задає кон'юнкція умов $\{g_1, g_2, \dots, g_n\}$:

$$A \dashv \bigcap_{i=1}^n g_i, \quad (1)$$

а сама подія A є кон'юнкцією подій $\{G_1, G_2, \dots, G_n\}$:

$$A = \bigcap_{i=1}^n G_i. \quad (2)$$

Вираз (1) називатимемо **умовним розкладом (1-го рівня)** події A , вираз (2) – її **умовно-наслідковим розкладом (1-го рівня)**.

У виразах (1) та (2) кон'юнкція умов $\bigcap_{i=1}^n g_i$ визначає умову, яка полягає у вимозі до виконання усіх умов $\{g_1, g_2, \dots, g_n\}$, кон'юнкція подій $\bigcap_{i=1}^n G_i$ полягає в одночасному настанні усіх подій $\{G_1, G_2, \dots, G_n\}$.

В свою чергу, для кожної з подій G_i можна задати сукупність умов $\{g_{i1}, g_{i2}, \dots, g_{i,n_i}\}$, які її реалізують. Якщо кожна з них g_{ij} породжує подію G_{ij} , то одержуємо умовно-наслідковий розклад для G_i : $G_i = \bigcap_{j=1}^{n_i} G_{ij}$. А, значить, розклад типу (1) та (2) події A можна поглибити. Наприклад, умовно-наслідковий розклад **2-го рівня** має вигляд

$$A = \bigcap_{i=1}^n \bigcap_{j=1}^{n_i} G_{ij}. \quad (3)$$

Процедуру побудови розкладів (1)–(3) можна необмежено продовжувати (поглиблювати).

Події G_{ij} з (3) будемо називати подіями-умовами 2-го рівня для події-явища A , а розклади 2-го рівня (3) та глибші будемо називати *передісторією* події A . Між подіями G_i ($1 \leq i \leq n$) та подією A , а також між подіями G_{ij} ($1 \leq j \leq n_i$) та подією G_i існує безпосередня умовно-наслідкова залежність. Зв'язок між подіями G_{ij} ($1 \leq i \leq n$, $1 \leq j \leq n_i$) та A називатимемо *опосередкованою умовно-наслідковою залежністю*. Так само називатимемо зв'язок між подіями-умовами глибшого умовно-наслідкового розкладу події A та самою подією A .

Для розуміння природи умовно-наслідкової залежності потрібно розглянути фактор часу, а також ввести класифікацію події за цим фактором. Усі соціально-економічні події можна поділити на статичні та дихотомічні. *Статична подія* задається комплексом умов, які описують її настання у конкретний момент часу. Комплекс умов, що задає *дихотомічну подію*, описує зміну ситуації, тобто зосереджується на описі “було – стало”. Наприклад, дихотомічною подією-явищем є подія “початок економічної кризи”. Умовно-наслідкову залежність найзручніше прослідкувати на прикладі певних процесів, коли для подання передісторії події використовують як статичні, так і дихотомічні події. Для ілюстрації цього розглянемо простий приклад.

Приклад 1. Нехай відбувся реальний процес, який можна подати як послідовність таких подій-явищ: 1) A , породжену сукупністю умов: {наявність в особі вільного часу, потреба у додаткових коштах, схильність особи до ризику}; 2) B , яку породжує така сукупність умов: { a , зацікавленість особою діяльністю Forex-клубу}, де a – умова, що задає подію A ; 3) C , яка має такий умовний розклад: { b , віра у можливість прибутку у Forex-клубі, наявність коштів для первинного внеску}, де b – умова, що задає подію B ; 4) D – “вступ особи у Forex-клуб”, яка задається, зокрема, такою сукупністю умов: { c , реєстрація особи у Forex-клубі}, де c – умова, що задає подію C .

Серед введених подій A , B та C – статичні події, D – дихотомічна. Очевидно, що між парами подій A і B , B і C , C і D у вказаному реальному процесі існувала безпосередня умовно-наслідкова залежність, події C і D мають опосередковану умовно-наслідкову залежність від події A , а подія D , крім цього, опосередковану умовно-наслідково залежить від події B .

У прикладі 1 ми встановили типи залежностей між реальними подіями. Якщо говорити про абстрактну подію-модель D – “вступ особи у Forex-клуб”, то вона не обов'язково мусить опосередковану умовно-наслідково залежати від події-умови “потреба у додаткових коштах”. Наприклад, подія D може бути пов'язана із рекламою Forex-клубу як місця цікавого проведення часу.

Тобто у випадку реального соціально-економічного явища у вигляді (1)–(3) задають фактичні розклади, а для теоретичної події-моделі – вірогідні розклади.

Запровадження умовно-наслідкового розкладу соціально-економічної події дає змогу дати дещо інше трактування таким поняттям теорії ймовірностей, як *елементарна подія стохастичного експерименту* та *випадкова подія*.

Приклад 2. Нехай комплекс умов $\{g_1, g_2, \dots, g_n\}$ задає деякий *стохастичний експеримент* – подію-модель E . Якщо $\Omega = \{\omega_1, \dots, \omega_k, \dots\}$ – *простір елементарних подій* цього *стохастичного експерименту*, то, очевидно, існує сукупність взаємовиключних умов $\{h_1, \dots, h_k, \dots\}$ та сукупність породжених кожною з них подій $\{H_1, \dots, H_k, \dots\}$ таких, що настання *елементарної події* ω_k задається комплексом умов $\{g_1, g_2, \dots, g_n, h_k\}$, тобто *елементарна подія* ω_k матиме такий умовний розклад:

$$\omega_k \dashv \left(\bigcap_{i=1}^n g_i \right) \cap h_k$$

і такий умовно-наслідковий розклад:

$$\omega_k = E \cap H_k. \quad (4)$$

Якщо простір елементарних подій Ω – скінченна множина, тобто $\Omega = \{\omega_1, \dots, \omega_m\}$, $m \geq 1$, то розклад (4) можна подати в іншому вигляді:

$$\omega_k = E \cap \bar{H}_1 \cap \bar{H}_2 \cap \dots \cap \bar{H}_{k-1} \cap \bar{H}_{k+1} \cap \dots \cap \bar{H}_m, \quad (5)$$

де $\bar{H}_i$ ($1 \leq i \leq m$) – подія-умова, породжена умовою $\bar{h}_i$, що є запереченням умови h_i .

Використовуючи розклад (5), можна подати довільну випадкову подію A , задану на просторі елементарних подій Ω , у вигляді операцій над подіями E та $\{H_1, \dots, H_m\}$:

$$A = E \cap (\cap \bar{H} \cdot),$$

де події $\bar{H} \cdot$ взяті по тих індексах, які не входять у розклад типу (4) для усіх елементарних подій, що сприяють в стохастичному експерименті настанню події A .

Проаналізувавши базові поняття класичної теорії ймовірностей, можна зробити такі висновки:

– первинним при означенні таких понять, як подія, випадкова подія та її ймовірність є поняття стохастичного експерименту;

– випадкові події, між якими здійснюються дії (об'єднання, переріз, заперечення) або вивчається співвідношення (несумісність, незалежність та ін.), є підмножинами простору елементарних подій;

– не існує чіткої межі між поняттями достовірна (вірогідна) подія і детермінована подія.

Ці висновки підтверджують обмеженість використання класичної теорії ймовірностей для моделювання складних подій і процесів, які відбуваються у соціально-економічній сфері.

Запропонований метод умовно-наслідкового розкладу подій дає змогу будувати моделі складних суспільних та економічних явищ для їх подальшого дослідження. У випадку реального соціально-економічного явища цим методом задаються фактичні розклади, а для теоретичної події-моделі – вірогідні розклади.

Умовно-наслідковий розклад подій доцільно використовувати для встановлення залежностей між соціально-економічними подіями, явищами та величинами на початковій стадії їх дослідження – якісному аналізі. Після встановлення таких зв'язків можна переходити до кількісних методів дослідження.

Література:

1. Гнеденко Б.В. Курс теории вероятностей / Б.В. Гнеденко. – М.: Наука, 1988. – 447 с.
2. Колмогоров А.Н. Основные понятия теории вероятностей / А.Н. Колмогоров. – М.: Наука, 1974. – 286 с.
3. Гихман И.И. Теория вероятностей и математическая статистика / И.И. Гихман, А.В. Скороход, М.И. Ядренко. – К.: Вища шк. Головное изд-во, 1988. – 439 с.
4. Гмурман В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика / В.Е. Гмурман. – М.: Высш. школа, 1999. – 479 с.
5. Шефтель З.Г. Теория вероятностей / З.Г. Шефтель. – К.: Вища шк., 1994. – 192 с.
6. Шторм Р. Теория вероятностей. Математическая статистика. Статистический контроль качества / Р. Шторм; [пер. с нем.] – М.: Мир, 1970. – 368 с.
7. Вітлінський В.В. Моделювання економіки: [навч. посіб.]. / В.В. Вітлінський. – К.: КНЕУ, 2003. – 408 с.
8. Тёрнер Д. Вероятность, статистика и исследование операций / Д. Тёрнер; [пер. с англ.] – М.: „Статистика”, 1976. – 432 с.
9. Поддубный Г.В. Теория вероятностей и её приложение / Г.В. Поддубный. – М.: Воениздат, 1976. – 232 с.

Рекомендовано до публікації

д.е.н., професором Школою І.М. 29.11.11

Надійшла до редакції:

18.02.2012



УДК 658.114

Метеленко Н.Г.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ АКЦІОНЕРНИМ КАПІТАЛОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено особливості функціонування акціонерних товариств в Україні на сучасному етапі. Запропоновано принципи формування внутрішньо-організаційного механізму управління акціонерним капіталом промислових підприємств.

Ключові слова: акціонерне товариство, акціонерний капітал, корпоративний сектор, програмно-цільовий підхід.

The features of joint-stock companies functioning in Ukraine on the modern stage have been investigated. The principles of inward-organizational mechanism of industrial enterprises equity management forming have been offered.

Keywords: joint-stock companies, equity, corporate sector, program-target approach.

Сучасні умови господарювання промислових підприємств України вимагають активізації інвестиційної діяльності для забезпечення техніко-технологічного розвитку виробничої бази, підвищення якості продукції та зміцнення конкурентних позицій на вітчизняному та зарубіжному ринках. Вимоги надходження великих обсягів інвестиційних ресурсів на вітчизняні промислові підприємства можуть бути реалізовані лише за рахунок використання організаційно-правової форми акціонерного товариства, заснованої на особливому виді корпоративних відносин між учасниками. Проте переваги акціонерної форми господарювання можуть бути реалізовані за умови вирішення широкого кола проблем, більшість з яких є наслідком приватизаційних процесів що відбувалися за роки незалежності нашої держави.

Однією з необхідних умов щодо створення можливостей використання переваг акціонерної форми господарювання на сучасному етапі є формування організаційного механізму корпоративного управління, особливої гостроти ці питання набувають в сфері управління акціонерним капіталом вітчизняних підприємств.

Питання удосконалення управління акціонерним капіталом розглядалися в працях багатьох вітчизняних та закордонних вчених, таких як Т. Бень, А. Воронкова, В. Галаванова, В. Гриньова, В. Євтушевський, Г. Козаченко, Т. Момот, О. Осинівський, О. Петруня, О. Поважний, Н. Рудик, В. Соболев, І. Шиткіна, О. Щербина та ін. Але деякі проблеми управління акціонерним капіталом промислових підприємств не знайшли достатнього висвітлення. Зокрема подальшої розробки вимагають питання створення такого внутрішньо-організаційного механізму управління, що включав би інструменти управління структурою та джерелами акціонерного капіталу.

Метою статті є дослідження проблем розвитку акціонерних товариств у промисловому секторі економіки України, та розробка принципів побудови внутрішньо-організаційного механізму управління акціонерним капіталом.

Поширення акціонерної форми організації підприємницької діяльності майже в усіх галузях народного господарства України, є логічним результатом трансформаційних проце-

сів у національній економіці, основою яких стали корпоратизація та приватизація державних підприємств.

Акціонерне товариство є однією з форм організації господарської діяльності, потенціал якої проявляється тоді, коли існує потреба в об'єднанні коштів багатьох людей і створити велику недержавну колективну власність [1, С.73]. Однією з форм приватизації в Україні стало акціонування підприємств. Так, 15 червня 1993 року було опубліковано Указ Президента України №210/93 «Про корпоратизацію підприємств» (далі – Указ), який завершив перший етап приватизації та поклав початок періоду створення корпорацій, тобто перетворенню державних підприємств у відкриті акціонерні товариства. Так, згідно Указу «... корпоратизацією є перетворення державних підприємств, закритих акціонерних товариств, більш як 75 відсотків статутного фонду яких перебуває у державній власності, а також виробничих і науково-виробничих об'єднань, правовий статус яких раніше не був приведений у відповідність з чинним законодавством (далі - підприємства), у відкриті акціонерні товариства» [2]. Основною метою проведення цих реформ була структурна перебудова економіки, з переходом до ринкової моделі господарювання. Але проведення приватизації на сертифікаційних засадах не дало бажаних результатів. Промислові підприємства України потребували проведення модернізації виробничих потужностей, реструктуризації та налагодження нових коопераційних зв'язків як в Україні так і за кордоном. Проведення таких заходів вимагає великих фінансових витрат, а сертифікаційна приватизація не дозволяла залучати відповідний обсяг ресурсів.

Отже в Україні процес формування корпоративного сектору був організований на засадах директивного підходу, він не супроводжувався формуванням потенціалу економічної ефективності. Сьогодні, ефективність функціонування акціонерного капіталу дає змогу стверджувати, що акціонерні товариства потребують докорінної перебудови їх внутрішнього господарського механізму з метою забезпечення ефективного функціонування у складних ринкових умовах. Дослідження динаміки та співвідношення основних соціально-економічних та показників по промисловості України (табл. 1), дозволяє сформулювати наступні висновки:

- результати діяльності промислових підприємств (левова частка яких мають акціонерну організаційно-правову форму господарювання) формують майже половину валового внутрішнього продукту України;
- кількість найманих працездатних працівників у промисловості складає понад 40 %, тобто підприємства акціонерної форми власності виступають основними роботодавцями в Україні, а відповідно формують вагомую частину фінансових ресурсів фондів соціального страхування;
- порівняння фінансового результату сформованого промисловими підприємствами та загалом по Україні дозволяє зробити висновки як про вагомую частку прибутку цих підприємств у загальних його обсягах, так і про стійкість підприємств цього сектору до наслідків фінансово-економічної кризи (у порівнянні з будівництвом, торгівлею, фінансовою діяльністю та ін.);
- рентабельність операційної діяльності промислових підприємств має досить низький рівень (її докризовий рівень не перевищує 6 %), це пов'язано з високою фондоємністю та матеріалоємністю даного виду економічної діяльності.

Серед наслідків фінансово-економічної кризи, окрім зниження прибутковості та оборотності активів промислових підприємств, проявляється негативна тенденція зміни структури капіталу у бік зростання зобов'язань та зниження питомої ваги власного капіталу (табл. 2).

Таблиця 1

Динаміка та співвідношення економічних показників по промисловості України [6]

Найменування показника	Період дослідження				
	2006	2007	2008	2009	2010
Валовий внутрішній продукт (у ринкових цінах), млн.грн., у тому числі:	1252209	1650992	2196052	2072549	2447849
промисловість (добувна, переробна, виробництво та розподілення електроенергії, газу та води), всього	550172	706664	920854	792473	1009282
Питома вага промисловості у ВВП, %	43,94	42,80	41,93	38,24	41,23
Індекс цін виробників промислової продукції (грудень до грудня попереднього року), %	114,1	123,3	123	114,3	118,7
Кількість найманих осіб у промисловості, тис. осіб,	3851,9	3690	3527,1	3185,1	3093,9
- у відсотках до підсумку	41,65	40,35	39,47	38,71	39,48
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування за видами економічної діяльності (з урахуванням банків), млн. грн., у тому числі	76253,4	135897,9	8954,2	-42414,7	54443,5
- промисловість	34699,6	43700,9	20243,2	-4788,1	25191,5
Рентабельність операційної діяльності за видами економічної діяльності - промисловість, %	5,8	5,8	4,9	1,8	3,5

Складено за матеріалами державного комітету статистики України

Таблиця 2

Структура пасиву балансу підприємств за видами економічної діяльності – промисловість, % [6, с. 64]

Пасив	2006	2007	2008	2009	2010
Власний капітал	48,2	47	40,3	37,4	34,6
Забезпечення наступних витрат і платежів	1,7	1,8	1,5	1,6	1,8
Довгострокові зобов'язання	12	13,8	16,3	16	15,1
Поточні зобов'язання	36,9	36,4	41	44,1	47,8
Доходи майбутніх періодів	1,2	1	0,9	0,9	0,7
Разом:	100	100	100	100	100

Зростання частки оборотних активів промислових підприємств у загальному підсумку балансу з 48,9 % до 54,4 %, та відповідне зменшення частки необоротних активів з 50,6 % до 44,7 % на протязі 2006 – 2010 рр. [6, с. 64] свідчить про збільшення дебіторської заборгованості, та виробничих запасів на промислових підприємствах України за рахунок збільшення поточних та довгострокових зобов'язань та нехтуванням потреб у фінансуванні розвитку виробничої бази підприємств. Причини погіршення структури балансу промислових підприємств можна розділити на зовнішні та внутрішні. Зовнішні причини, що лежать за межами прямого впливу підприємства обумовлюються кризовими процесами у світовій економіці та економіці України, до них можна віднести стрімке зниження платоспроможного попиту на промислову продукцію, зростання цін на ресурси, зростання ризиків інвестування і т. ін.

Внутрішні причини пов'язані з організацією процесів виробництва та управління підприємствами. З нашої точки зору саме недосконалість системи управління на вітчизняних підприємствах виступає одним з основних факторів зниження ефективності їх діяльності. Проблема створення та удосконалення організаційних структур є однією з найскладніших проблем, що розв'язуються у процесі розвитку систем управління, оскільки вона являє собою той результат, у якому концентруються усі інші характеристики управління, зокрема управлінські функції, механізм, технологія управління, управлінські кадри, вимоги до управління як інформаційного процесу тощо.

Система управління підприємством, що має акціонерну організаційно-правову форму, має більш складну структуру ніж у будь якого іншого підприємства. Ця структура має відповідати вимогам що пред'являються до погодження інтересів різних груп учасників корпоративних відносин. Отже на сучасному етапі розвитку не аби якої актуальності набувають питання організаційного забезпечення управління акціонерними товариствами, у тому числі в розрізі управління процесами формування та використання капіталу.

Найболючішими питаннями функціонування акціонерних товариств є перепони у залученні власного капіталу (шляхом додаткової емісії акцій), відсутність діючих механізмів захисту інтересів дрібних акціонерів, в результаті чого структура капіталу залишається мало-ефективною, а переваги акціонерної форми власності майже не реалізуються.

Проблемі організації управління підприємствами присвячена значна кількість наукових досліджень [4-9], однак, не дивлячись на проведені дослідження, досі не сформовано інструментів управління акціонерним капіталом, що мають включатися в механізми управління підприємством, які б охоплювали чітке формулювання цілей підприємства, конкретні методи розробки управлінських рішень, систему критеріальних показників оцінки варіантів дій, а також систему логічних схем виконання операцій, що супроводжують господарську діяльність промислового підприємства. Це пояснюється не тільки розбіжностями у поглядах різних учених на вирішення проблеми організації управління, але і складністю процесу управління акціонерними товариствами.

У зв'язку із змінами у господарській діяльності акціонерних товариств, змінами діючого законодавства України, умов функціонування акціонерних товариств у мінливому зовнішньому середовищі, а також суттєвими змінами акцентів та пріоритетів функціонування та розвитку внутрішнього середовища підприємств, досить гостро постає питання побудови організаційної структури управління, яка має включати інструменти управління капіталом підприємства, своєчасно адаптуватись до нових умов функціонування, враховувати особливості діяльності підприємства на кожному етапі розвитку ринкових відносин та забезпечувати його здатність до економічного росту.

У результати систематизації та узагальнення особливостей і характеристик акціонерних товариств, що функціонують в умовах кризового періоду ми робимо висновок, про посилення акцентів щодо пріоритетного значення органів управління у забезпеченні ефектив-

ності діяльності акціонерних товариств (загальних зборів, наглядової ради, виконавчого органу). Також, висуваються більш конкретні вимоги до інформації, що міститься у статутних документах акціонерного товариства [10, СТ. 13]. Обмежено можливості щодо передачі загальними зборами своїх повноважень з вирішення питань, що включаються до їх виключної компетенції [10, СТ. 33]. Таким чином, адаптація акціонерних товариств до мінливих умов зовнішнього оточення не є формальним процесом та потребує вирішення важливого наукового завдання побудови внутрішнього механізму управління, що забезпечує ефективне функціонування промислового підприємства.

Важливою складовою внутрішнього механізму управління акціонерним товариством є система вимог, що утворює кодекс корпоративного управління. Як визначено у ст.33 Закону України „Про акціонерні товариства” [10], однією з виключних компетенцій загальних зборів є затвердження принципів (кодексу) внутрішньокорпоративного управління акціонерним товариством, зокрема публічним акціонерним товариством. З метою удосконалення управління акціонерними товариствами, існує низка наукових завдань, які потребують формування нових методичних підходів до їх вирішення. Одним із них є побудова структури, принципів та концептуальних положень кодексу корпоративного управління на засадах системного підходу.

Специфіка системного підходу визначається тим, що він орієнтує дослідження на розкриття цілісності об'єкта та механізмів, що його забезпечують, на виявлення різноманітних типів зв'язків складного об'єкта та зведення їх у єдину теоретичну картину. Практичною реалізацією системного підходу у сфері управління є програмно-цільовий підхід [11, С.33-35], перевагами якого є більш розвинутий механізм зворотного зв'язку, що забезпечує не тільки коригування поведінки системи, але і коригування самої програми дій в інтересах досягнення цілі. Організаційні механізми горизонтальної координації зусиль управлінського апарату з досягнення встановлених цілей називаються системами програмно-цільового управління. Вони являють собою сукупність спеціально створених органів, які наділені необхідними повноваженнями та здійснюють організаційне і спеціалізоване керівництво виконанням цільової програми. Створення корпоративного органу управління АТ дозволить вирішувати завдання програмно-цільового управління без суттєвих змін у організаційній структурі управління АТ шляхом встановлення механізму взаємодії між загальними зборами акціонерів, Наглядовою радою, виконавчим органом, ревізійною комісією. У якості виконавчого органу АТ пропонується створення Ради директорів, тобто колегіального органу.

Для забезпечення ефективного управління акціонерним товариством в умовах інтенсивних змін у зовнішньому середовищі, необхідна розробка цільової комплексної програми управлінських дій. Такою комплексною програмою, на думку автора, повинен бути кодекс внутрішньокорпоративного управління акціонерним товариством. Взагалі, цільова комплексна програма – це цільовий та адресний документ, що спрямований на вирішення завдання зміни та розвитку системи та взаємопов'язаний за термінами, ресурсами усіх видів та виконавцями [11, С.36]. Кодекс внутрішньокорпоративного управління акціонерним товариством це специфічна програма дій органів управління акціонерним товариством, яка, повинна бути побудована, виходячи із принципів науковості, системності, професіоналізму, гуманізму, управління акціонерним товариством як складовою суспільства.

Внутрішня сфера корпоративного управління залежить від наявності ефективних норм та процедур взаємодії власників та їх впливу на менеджмент підприємства, тому вважаємо актуальним побудову Кодексу внутрішньокорпоративного управління акціонерним товариством в умовах зміни акцентів та пріоритетів їх функціонування у сучасному ринковому середовищі. Він дозволить кожному акціонерному товариству сформувати власний внутрішньоорганізаційний підхід до формування ефективної структури його капіталу, забезпечення

організаційної ефективності шляхом внутрішньої координації, стабільності, погодженості усіх процесів з метою забезпечення реалізації поставлених завдань оптимальним способом при мінімальних витратах.

Розробка Кодексу внутрішньокорпоративного управління повинна здійснюватись на засадах системного підходу, тому в основу його розробки автором пропонується покласти процес організації функціональних взаємозв'язків, а саме взаємозв'язків між органами управління акціонерного товариства, а також у межах кожного органу управління.

Таким чином, для забезпечення більш ефективного управління структурою акціонерного капіталу зокрема та акціонерним товариством взагалі, процес внутрішньокорпоративного управління має здійснюватись шляхом реалізації наступних методологічних принципів:

- принципу дійової та інформаційної сумісності, який визначає механізм взаємодії між органами управління підприємства;
- принципу зосередженості функцій, який передбачає наступне – зусилля кожного з органів управління повинні бути максимально зосереджені на досягненні цілі в умовах оптимального розподілу функцій не тільки у межах кожного з органів управління, але і між ними;
- принцип актуалізації функцій віддзеркалює підхід до визначення функціональності кожного з органів управління акціонерним товариством як безперервного динамічного процесу; в процесі господарської діяльності підприємства у певному правовому полі, постійно виникають прояви нових властивостей, які потребують актуалізації, тому важливим є визначення повноти прояву властивостей функціональності, що і є актуалізацією функцій;
- принцип лабілізації функцій спрямований на підвищення рівня організаційної досконалості, саме завдяки реалізації цього принципу здійснюється можливість удосконалення організаційної структури управління із заміною її на більш функціональну, а провідну роль у цьому процесі відіграють саме органи управління акціонерним товариством;
- принцип нейтралізації дисфункцій – логіка підходу до реалізації цього принципу полягає у припущенні того, що акціонерне товариство функціонує в умовах мінливого внутрішнього та зовнішнього середовища, тому його органи управління повинні мати змогу здійснювати нейтралізацію втрати функціональності або прояву дисфункцій.

Реалізація запропонованих принципів дасть змогу формалізувати процес функціонування органів управління акціонерним товариством з метою забезпечення високої ефективності та організованості їх дій у процесі досягнення раціональної структури акціонерного капіталу. Економічний же зміст процесу управління акціонерним капіталом обумовлений тим, що в процесі управління відображається джерела залучення ресурсів, до підприємства, їх вартість та як наслідок – ефективність використання.

Література.

1. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом / А.А.Пересада. – К.: Лібра, 2002. – 472 с.
2. Указ Президента України „Про корпоратизацію підприємств” від 15.07.1993 р. № 210/93 // Урядовий кур'єр. – 1993. - № 89-90. – С. 2.
3. Статистичний щорічник України за 2010 рік [Електронний ресурс] / Держ. ком. статистики України ; ред. О. Г. Осауленка. – К. : CD-вид-во "Інфодиск", 2004. — 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) : кольор. ; 12 см. – (Статистичний щорічник України, 2010). – Систем. вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. – Назва з титул. екрану.
4. Бутыркин А.Я. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения в промышленности / А.Я. Бутыркин. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2003. – 200 с.
5. Гончарук В.А. Развитие предприятия / В.А. Гончарук. – М.: Дело, 2000. – 208 с.

6. Кондратьев В.В. Реструктуризация управления компанией: 17-модульная программа для менеджеров „Управление развитием организации”. Модуль 6 / В.В. Кондратьев, В.Б. Краснова. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 240 с.
7. Коупленд Т. Стоимость компаний: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Мурин; пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 1999. – 576 с.
8. Масленникова Н.П. Управление развитием организации / Н.П. Масленникова. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2002. – 304 с.
9. Минсберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Г. Минсберг; пер. с англ. / под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Питер, 2001. – 512 с.
10. Закон України „Про акціонерні товариства” від 17.09.2008 р. №514 –VI // Відомості Верховної Ради України. – 2008. - №50-51. – Ст. 384.
11. Спивак В.А. Корпоративная культура / В.А. Спивак. – СПб: Питер, 2001. – 362 с. – (Серия „Ключевые вопросы”).

Рекомендовано до публікації
д.е.н., проф. Галушко О.С. 17.01.2012 р.

Надійшла до редакції:
25.12.2011 р.

УДК 330.341.1

Довбня С.Б.

УПРАВЛІНСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Обґрунтовано необхідність переходу до технологій інноваційного менеджменту та розглянуто його концептуальні засади. Охарактеризовано основні риси інноваційного менеджменту в порівнянні з традиційним. Розроблено комплексну систему планування та управління персоналом. Запропоновано інноваційну технологію стратегічного планування, яка базується на інтерактивному підході. Визначені напрямки удосконалення технологій управління персоналом.

Ключові слова: управлінські технології, інноваційний менеджмент, стратегічне планування, інтерактивне планування, управління персоналом

The necessity of transition to technology of innovation management is based and its conceptual basis is considered. The basic features of innovation management in comparison with the traditional are characterized. A comprehensive system planning and HR management is developed. An innovative technology of strategic planning based on an interactive approach is proposed. The directions of improvement of technology of HR management are defined.

Keywords: technology management, innovation management, strategic planning, interactive planning, personnel management

Визначальними рисами сучасного світу є висока ступінь невизначеності, підвищена динамічність, глобалізація, жорстка конкуренція, які обумовлюють необхідність використання сучасних управлінських технологій. Можна стверджувати, що інноваційність менеджменту виступає обов'язковою вимогою успішності, безперервного розвитку та безкризового функціонування підприємств.

Традиційний менеджмент з його орієнтацією на: високий прибуток; одноваріантні стратегії, які розробляються, як правило, виключно топ-менеджерами; бюрократичні багаторівневі організаційні структури управління; формування планів згори вниз і жорстку вертикальну систему контролю, - вже не в змозі ефективно використовувати можливості та протистояти загрозам і викликам зовнішнього середовища. Тому для забезпечення успішної діяльності необхідним є перехід на більш прогресивний інноваційний менеджмент, так званий «Менеджмент 2», характерні риси якого висвічують закордонні гуру менеджменту: Хемел Г., Котлер Ф., Каслионе Д., Тапскотт Д., Вільямс Э., Чан Ким, Рене Моборн [1-6].

Сучасні технології «Менеджменту 2» поки ще вельми слабо використовуються в вітчизняній практиці і, в першу чергу, внаслідок слабкої обізнаності з їх особливостями та перевагами. Таким чином висвітлення концептуальних засад інноваційного менеджменту та детальний аналіз сучасних управлінських технологій, що його реалізують, з урахуванням специфіки вітчизняних підприємств є актуальним та має велике значення.

Аналіз розвитку менеджменту в Україні дозволив виявити комплекс причин, що стримують впровадження сучасних управлінських технологій, до яких відносяться: нерозуміння інноваційності як обов'язкової умови безкризового існування; недостатність методичного інструментарію, що регламентує їх використання; відсутність зовнішніх та внутрішніх мотивів у керівників і рядових співробітників.

Тому ціллю статті і є теоретичне висвітлення основних технологій інноваційного менеджменту і розробка методичних рекомендацій що до їх практичного впровадження.

Систематизація технологій, методів та критеріїв традиційного менеджменту (в його кращому проявленні) і інноваційного менеджменту [1,4,5,6] дозволив виділити їх основні характеристики, а також визначити відмінності між ними (табл.1).

Таблиця 1

Основні відмінності між традиційним та інноваційним менеджментом

№ п/п	Головні елементи менеджменту	Традиційний менеджмент	Інноваційний менеджмент
1.	Генеральна ціль	Максимум прибутку чи іншого результуючого показника	Задоволення потреб суспільства та підвищена відповідальність перед ним
2.	Розробка стратегії та планів	Згори-вниз, довгострокова періодичність, безальтернативність	Знизу-до гори, короткострокова періодичність, багатоваріантність
3.	Інновації	Прерогатива керівників, слабо мотивовані, періодичні	Прерогатива всіх співробітників, посилена мотивація, безперервні
4.	ОСУ	Відокремленість підрозділів та жорсткість границь між ними, групове мислення	Гнучкі плоскі структури, зменшення розмірів та кількості постійних підрозділів, збільшення проектних (цілевих) та віртуальних підрозділів, а також підрозділів, що орієнтовані на кінцевий результат
5.	Ієрархія	Бюрократична, влада згідно посади, прийняття рішень виключно керівниками	Не жорстка, влада згідно професіоналізму та вкладу, прийняття рішень колегіально, а також тими, хто має змогу об'єднати людей згідно їх інтересів
6.	Персонал	Формування під ОСУ, труд по примушенню, боязнь ризику, недовіра	Групи «згідно інтересів», труд по бажанню, право на ризик, дружність та відкритість
7.	Контроль	Вертикальний (вищестоящий контролює нижчестоящий)	Горизонтальний (по оцінці колеги та самоконтроль)

Необхідно зазначити, що традиційний менеджмент підвищену увагу приділяє, на самперед, збільшенню та раціональному використанню фінансових та матеріально-технічних ресурсів підприємства. На відміну від нього інноваційний менеджмент головним чином концентрується на підвищенні якості трудових ресурсів (професійних знань) і ефективності їх використання, а також на технологічних та інформаційних ресурсах.

Перехід до інноваційного менеджменту потребує від підприємств широкого впровадження сучасних управлінських технологій, на самперед таких як: інтерактивне планування, в тому числі на стратегічному рівні; колективне формування управлінських рішень на базі електронного документообігу; цілеорієнтовані системи мотивації; моделювання і оптимізація бізнес-процесів, а також освоєння економіки знань.

Розглядаючи процес управління як послідовну реалізацію основних функцій та підфункцій, які їх деталізують (рис.1), слід особливу увагу приділити плануванню, оскільки саме якість планів суттєво впливає, можна навіть сказати визначає результати діяльності підприємства.

Доцільно відмітити, що в теперішній час багато підприємств впроваджують у свою практику відносно нові (в порівнянні з адміністративною системою господарювання) під-

ходи до планування (бюджетування, стратегічне планування, систему збалансованих показників і т.і.). Але в більшості випадків такі перетворення здійснюються без встановлення взаємозв'язку між рівнями планування та видами планів, що розробляються. Крім того, існують і внутрішні проблеми окремих підходів до планування. Зокрема: відсутність науково обґрунтованих норм використання сировини та матеріалів, праці; обмеженість і недостовірність інформаційної бази про стан зовнішнього середовища, недостатня регламентація процесу планування і дублювання функцій підрозділами, які виконують цю діяльність.

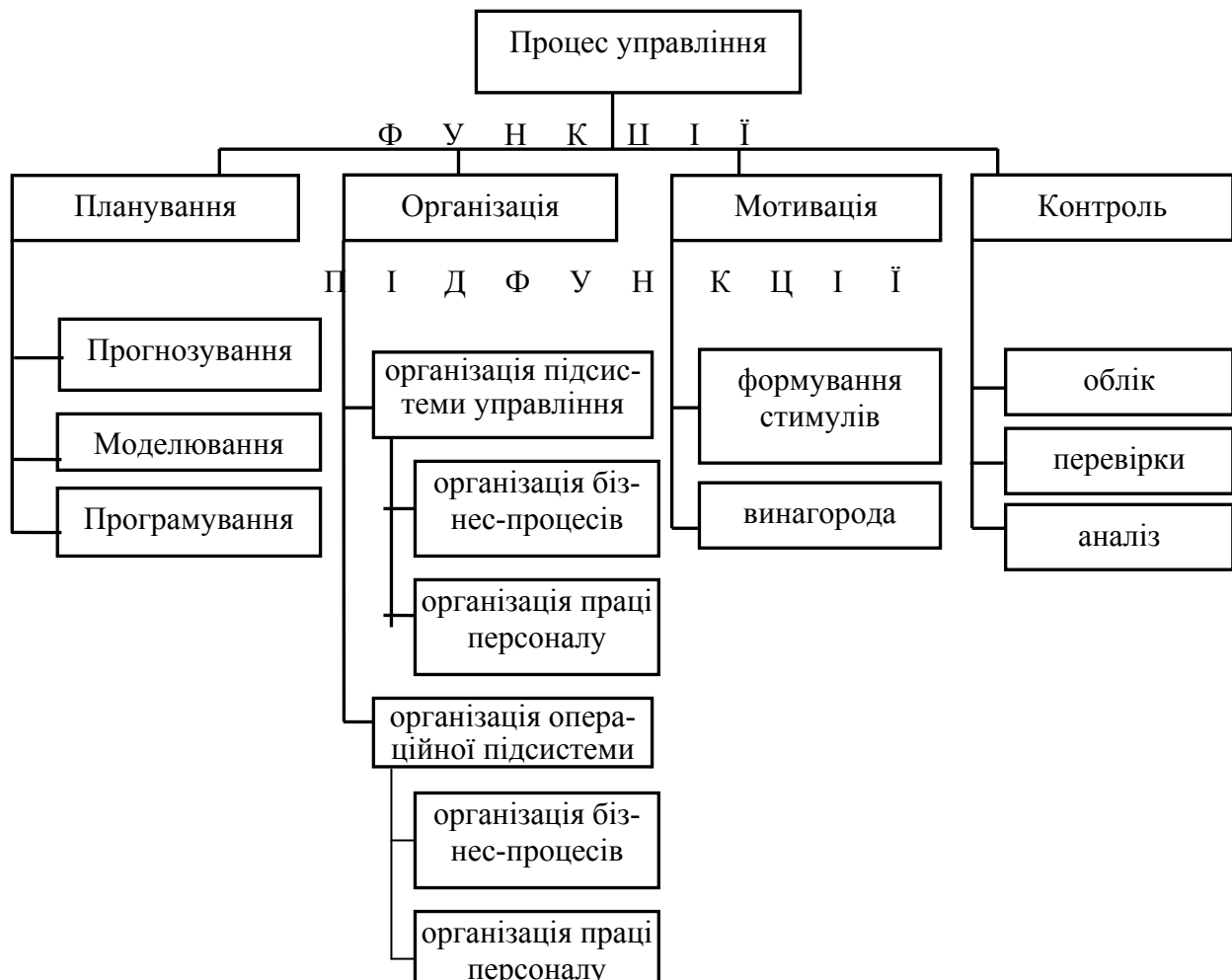


Рис.1 Функції процесу управління

Але головне, слід зазначити, що ці та інші технології та методи управління, які зазвичай позиціонуються як нові як-то: планування виробничих процесів, розробка бюджетів, аналіз рентабельності інвестицій, управління проектами, і, в решті решт, стратегічне планування і стратегічне управління - виникли у минулому віці. Це означає, що сьогодні їх потрібно використовувати з врахуванням помилок, що накоплені за попередні десятиріччя, а також залучати сучасний методичний інструментарій.

Перше, на що необхідно звернути увагу при формуванні сучасної системи планування, - це комплексний підхід до його здійснення, який наведено на рис. 2. Такій підхід забезпечує, взаємозв'язок планів, що розробляються, їх орієнтацію на досягнення цілей функціонування підприємств.

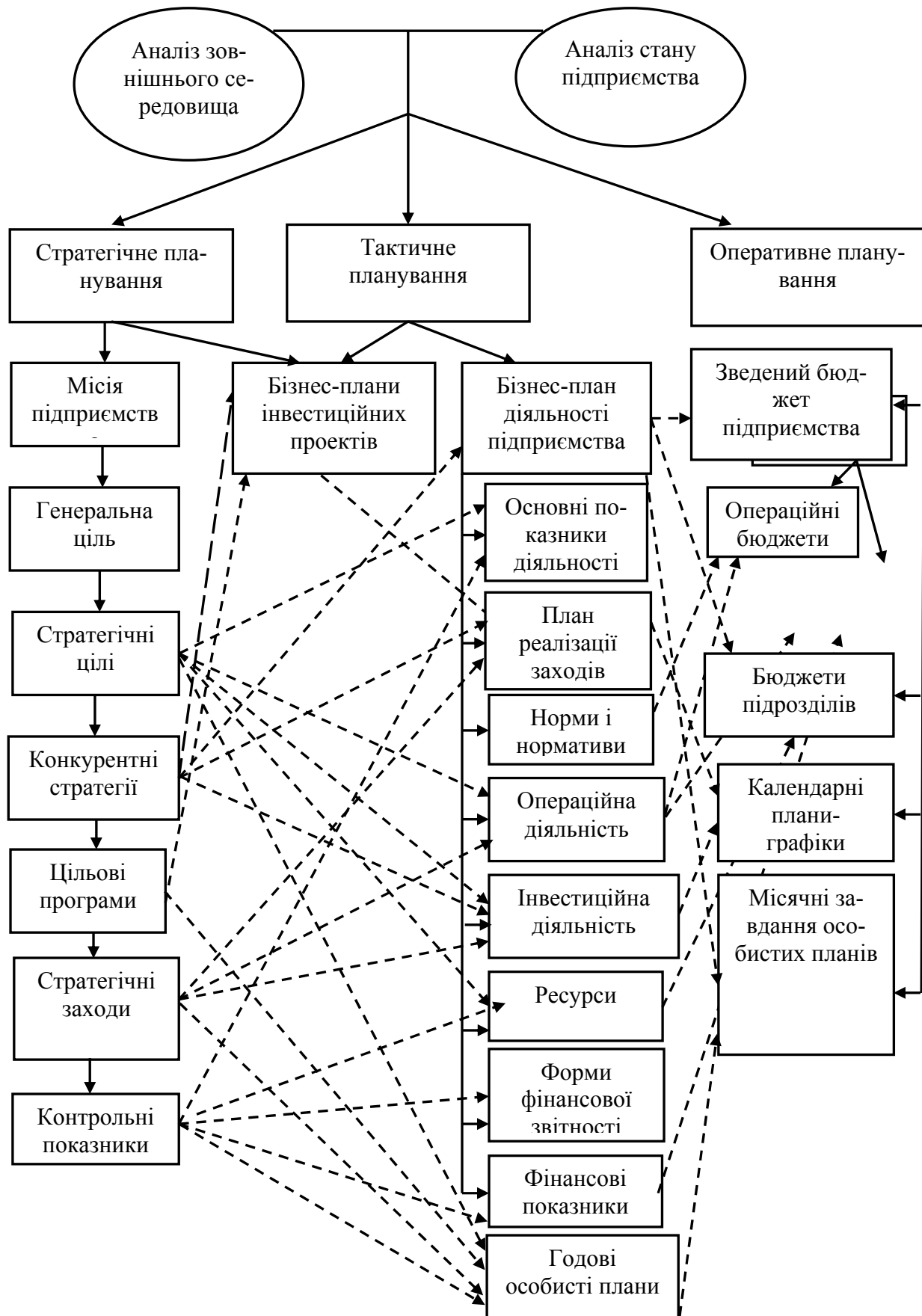


Рис. 2 Схема взаємозв'язку різних видів планів підприємства

Слід відзначити, що наповнення кожного елементу наведеної систем також в значній мірі повинно мати елементи інновацій. Першочергову увагу при цьому необхідно приділити стратегічному плануванню. По-перше, необхідно враховувати, що мінливі умови зовнішнього середовища в значній мірі визначають підходи до формування цільових орієнтирів. В нестабільних умовах при високому рівні ринкових відсоткових ставок (що зазвичай супроводжується високими темпами інфляції) перевага віддається цільовим установкам у вигляді поточного прибутку або других фінансових результатів діяльності. Зниження ринкової відсоткової ставки у сполученні із стабілізацією зовнішнього середовища дає можливість концентрувати увагу на перспективний прибуток, (прибуток наступних періодів), підвищення капіталізації та зростання вартості підприємства.

Особливо слід відзначити, що інноваційний менеджмент (менеджмент 2) акцентує увагу на необхідності переходів від фінансових цілей до цілей соціального спрямування, цілей, орієнтованих на задоволення суспільних потреб.

Другий дуже важливий аспект полягає саме у технології стратегічного планування. Сучасна теорія менеджменту розрізняє дві технології формування стратегій. Перша - традиційна (так званий структурний підхід). Він передбачає традиційний аналіз зовнішнього середовища і стану підприємства та розробку стратегії, яка забезпечує найкраще використання підприємством всіх можливостей та сильних сторін. Ця технологія базується на принципі, який ставить на перший план тріаду – «зовнішня середа – організація бізнесу - фінансові результати» [6]. При такому підході зовнішні умови диктують управлінські рішення, ціль яких: найкращим чином використовувати можливості, які надаються цими самими умовами. Це і є класичний структурний підхід.

При використанні другої технології, (мова йде про так званий «перестроєчний» підхід) [6], порядок дій принципово змінюється. Головна ідея цього підходу полягає в тому, що підприємство само впливає на оточення. Таким чином першочерговим є визначення стратегії підприємства, а формування умов зовнішнього середовища, які є сприятливими для реалізації цієї стратегії розглядається як задача наступного етапу.

Третя інновація в області стратегічного планування полягає в тому, що на відмінність від традиційної послідовності формування стратегії «зверху вниз», яка здійснюється переважно топ-менеджерами, інноваційна технологія орієнтована на розширення кола учасників її розробки, а формування відбувається «знизу до гори». Такий підхід реалізується в межах технології інтерактивного планування [4]. Можна відзначити наступні основні риси, які притаманні такій технології планування.

1. При інтерактивному плануванні головною ціллю є не адаптація до прогнозованого майбутнього, а формування такого майбутнього, яке створює передумови для найкращого розвитку підприємства.

2. Інтерактивне планування спрямоване на підвищення перспективної результативності, а не на якнайскоріше отримання максимальних результатів.

3. Найважливішою особливістю інтерактивного планування є участь всіх підрозділів та осіб в цьому процесі, в силу того, що, прийняття безпосередньої участі у розробці плану, сприяє підвищенню зацікавленості робітників в його виконанні.

4. Суттєво змінюється роль планових підрозділів на підприємстві. Їх основна функція вже полягає не в безпосередній розробці плану, а в створенні раціональних умов для такого планування, методичне та організаційне забезпечення процесу планування та його стимулювання.

5. Головним результатом планування при інтерактивному підході вважається не сам план, а процес його розробки, який забезпечує розвиток колективу та окремих його членів.

Таким чином, безумовними перевагами інтерактивного планування є: постійний розвиток підприємства, його трудового колективу і кожного робітника; найкраща адаптація до зовнішнього середовища, як за рахунок впливу на нього, так і за рахунок можливості швидкої актуалізації розроблених планів; підвищена зацікавленість робітників в реалізації стратегії, яка обумовлена безпосередню участю в її розробці та цілковитим розумінням; реалізація всіх підфункцій планування (прогнозування, моделювання, програмування) в повному обсязі; системний підхід при формуванні стратегії, що забезпечує реалізацію принципів інтеграції і координації; наукове використання та узагальнення попереднього досвіду та прогнозування; гнучкість, динамічність та демократичність організаційної структури управління.

В той же час технологія інтерактивного планування пов'язана з рядом труднощів.

По-перше, достатньо суттєвою перешкодою є психологічна неготовність до її використання. По-друге, інтерактивне планування передбачає складні організаційні зміни на підприємстві, які потребують ретельної підготовки. По-третє, використання такої технології вимагає достатньо високого рівня розвитку всіх робітників підприємства, без чого неможливе залучення їх в процес стратегічного планування без ризику зниження обґрунтованості та планів, що розробляються. У зв'язку з цим необхідна постійно діюча система підвищення кваліфікації робітників.

Незважаючи на наявність відмічених недоліків можна зробити висновок про те, що інтерактивна технологія стратегічного планування є найбільш ефективною в динамічному зовнішньому середовищі, коли характер і швидкість її змін є непередбачуваним, а кількісні зміни переходять в якісні.

Особливе значення в інноваційному менеджменті мають сучасні технології управління персоналом. Першою вимогою до ефективності управління персоналом виступає комплексність системи, елементи якої представлені на рис. 3.

Сучасні технології управління персоналом повинні базуватись на трьох основних аспектах: орієнтація на талант, орієнтація на майбутнє і виявлення творчих здібностей робітників та їх найбільш повна реалізація на благо підприємства [5].

Безумовно, важливим аспектом, який ще не знайшов в потрібній мірі свого рішення, є впровадження електронних управлінських технологій, оскільки зростання інформаційних потоків вже не дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення своєчасно в рамках традиційних технологій управління.

Незважаючи на складність таких кардинальних змін системи управління підприємством за рахунок використання інноваційних управлінських технологій, тільки вони можуть забезпечити йому найважливішу конкурентну перевагу – своєчасну адаптацію до турбулентних змін зовнішнього середовища.

Впровадження науково обґрунтованих управлінських технологій у практику менеджменту вітчизняних підприємств можливо тільки при умові створення відповідного методичного інструментарію, формалізації їх в вигляді бізнес-процесів, регламентації та впровадження в дію нормативної документації, а також розробки системи мотивації, яка б забезпечувала ефективне використання інноваційних елементів менеджменту. Таким чином, основним напрямком подальших досліджень є розробка організаційно-методичного забезпечення використання сучасних управлінських технологій.



Рис. 3. Взаємозв'язок між елементами комплексної системи управління персоналом

Література

1. Хэмел Г. Будущее менеджмента / Г. Хэмел // Пер. с англ. - 2009. – 327 с.
2. Котлер Ф., Хаотика (Управление и маркетинг в эпоху турбулентности) / Ф Котлер, Д. Каслионе // Пер. с англ.- 2009. – 206 с.
3. Тапскотт Д., Викиномика: как массовое сотрудничество изменяет все / Д.Тапскотт, Э. Вильямс // Пер. с англ. – 2009. – 344 с.
4. Акофф Р. Планирование будущего корпорации / Р.Акофф // М.: Прогресс, 1985.– 325 с.
5. Хэмел.Г. Менеджмен: 2: Новая версия для нового века / Г.Хэмел //Harvard Business Review - Россия.- 2009.- октябрь. – С.91 -100.
6. Чан Ким. Стратегия переворота / Чан Ким, Рене Моборн // Harvard Business Review - Россия.- 2009.-ноябрь. – С.48 – 57.

Рекомендовано до публікації

д.е.н., проф. Ковальчуком К.Ф., 21.02.2012 р.

Надійшла до редакції

28.02.2012 р.

УДК 330.332

Воротинцев В.А.

**МОТИВАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ
ІНВЕСТИЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ**

Розглядаються питання інвестиційного розвитку України, відновлення її виробничого потенціалу і забезпечення конкурентоспроможності національного виробництва, економічної безпеки країни за рахунок створення механізму підвищення ефективності інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання.

Ключові слова: інвестиційний розвиток, виробничий потенціал, економічна безпека країни, інвестиційна діяльність.

The questions of investment development of Ukraine, renewal of its production potential and providing of competitiveness of national production are examined, economic safety of country for the account creation of mechanism of increase of efficiency of investment activity of subjects of management

Keywords: investment development, production potential, the economic security of the country, investment activity.

Питання, пов'язані з оцінкою інвестиційної привабливості потенційних об'єктів інвестування обумовлені важливістю розвитку інвестиційних процесів для України в трансформаційний період економіки, оскільки залежність між структурою і темпами зростання обсягів інвестиційних вкладень в сьогоденні, а також обсягами і тенденцією розвитку ВВП і національного доходу країни в майбутньому досить висока.

У процесі здійснення виробничо-господарської діяльності, підприємство в певний період свого життєвого циклу стикається з різними проблемами функціонування. Наприклад, коли самостійно за рахунок власних коштів не в змозі здійснити реструктуризацію підприємства, що є необхідною умовою розвитку, виникає необхідність залучення додаткових ресурсів. Для активізації надходження інвестиційних коштів необхідно вирішити проблему інвестиційної привабливості підприємства, шляхом її детальної і точної оцінки.

У країнах з розвинутою ринковою економікою, які є основними світовими інвестиційними донорами, давно сформована і активно діє система оцінки інвестиційної привабливості об'єкта вкладення коштів.

Таким чином, комплексна оцінка інвестиційної привабливості потенційних об'єктів інвестування дозволить істотно підвищити ефективність інвестиційних процесів в сучасних умовах розвитку України, що матиме позитивний вплив на розширення джерел та обсягів залучення інвестиційних коштів на підприємство.

Ключовою умовою інвестиційного розвитку України, відновлення її виробничого потенціалу і забезпечення на цій основі конкурентоспроможності національного виробництва, економічної безпеки країни є створення дієвого механізму підвищення ефективності інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання.

У період ринкової економіки істотно збільшується роль і місце інвестиційної діяльності в країні. Від інтенсивності та результативності інвестиційних процесів залежить успіх перетворення, насамперед у сферах економічного, політичного і соціального життя, побудови цивілізованого суспільства. Ось чому сьогодні викликають інтереси питання, пов'язані з формуванням механізму інвестиційної діяльності підприємств, засобами і методами його здійснення, дослідженням умов створення сприятливого інвестиційного клімату, залученням інвестицій, а також їх ефективним використанням.

Інвестиційна привабливість підприємств визначається двома головними факторами: наявністю ефективного механізму державного інвестиційного регулювання в рамках окремих територій, що забезпечує узгодженість інтересів учасників інвестиційного процесу, і

підвищенням суб'єктами господарювання результативності виробничо-господарських процесів.

Нажаль, зараз рівень інвестиційної активності в Україні, незважаючи на деяке пожвавлення останні чотири роки, не є достатнім. Кризовий стан періоду початку реформ обмежили інвестиційну складову в розподілі ВВП. Протягом періоду реформ держава марно намагалася створити ефективний механізм інвестиційного регулювання. Для вирішення сформованого комплексу проблем необхідно більш глибоко усвідомити глибинні причини низької інвестиційної активності, в тому числі з урахуванням мотиваційного ефекту суб'єктів інвестиційної діяльності.

Необхідними і взаємопов'язаними умовами здійснення ефективних процесів інвестиційної діяльності в ринковій економіці є: 1) наявність вільного капіталу у потенційного інвестора, 2) бажання інвестора розмістити вільний капітал на прийнятних умовах прибутковості і ризику, 3) наявність у країні прибуткових, секторів економіки, що динамічно розвиваються, або окремих виробничо-економічних систем; 4) правове поле, що сприяє ефективному розміщенню капіталу і знижує рівень політичного ризику.

Основними суб'єктами інвестиційної діяльності на регіональному рівні, як уже зазначалося, виступають: інвестори, інвестиційні посередники, одержувачі інвестицій, держава та її регіональні виконавчі інститути, органи місцевого самоврядування. З урахуванням зазначеної класифікації, а також особливостей її інституціональної реалізації, проведемо дослідження мотиваційних механізмів регіонального розвитку. Всі перераховані суб'єкти активно взаємодіють на різних етапах інвестиційного процесу, мають і реально переслідують цілі, які розрізняються, і відображають власні специфічні інтереси, що обумовлює багатовимірність інвестиційного процесу - рис. 1.

Проте основним рушійним мотивом цілеспрямованої діяльності сторін, що беруть участь в інвестиційному процесі, в ринкових умовах є можливість збільшення сукупної вартості та отримання суб'єктами інвестиційної діяльності на цій основі підприємницьких результатів в своїх конкретно-прикладних сферах. Як видно з рис. 1 інвестори, як правило, зацікавлені в зростанні інвестованого капіталу, одержувачі інвестицій - у підвищенні ефективності виробництва і, відповідно, в отриманні за рахунок цього додаткового обсягу прибутку. Інтереси держави та її інститутів полягають в розширенні бази оподаткування та отриманні великих фінансових коштів для вирішення державних завдань. Тільки при узгодженні в довгостроковій перспективі інтересів всіх взаємодіючих суб'єктів за умовами інвестиційної діяльності можливо (але не гарантовано), пожвавлення інвестиційних процесів.

Узгодження, або координація інтересів вимагає, очевидно, виділення суб'єктів-носіїв суперечливих інтересів. Протиріччя інтересів є наслідок відносин власності та об'єктивної різнокоерованості економічних цілей, які переслідують суб'єкти інвестиційної діяльності, виступаючи як в ролі власників, так і в ролі розпорядників або користувачів чинників виробництва і виробничих ресурсів.

При цьому об'єктивна природа економічних інтересів не означає їх автоматичного усвідомлення усіма суб'єктами. Тому для ефективного розвитку інвестиційного процесу необхідно створювати не тільки засоби регулювання (балансу) конфліктів інтересів, а й засоби встановлення самих інтересів.

Саме тому так важливо встановити повний спектр рушійних мотивів і взаємних очікувань у всіх суб'єктів інвестиційної діяльності для їх подальшого взаємозв'язку та погодження за наступною схемою:

- встановлення інтересів сторін в конкретних умовах;
- виявлення неузгодженостей і протиріч в інтересах сторін;
- досягнення "справедливого" балансу інтересів;

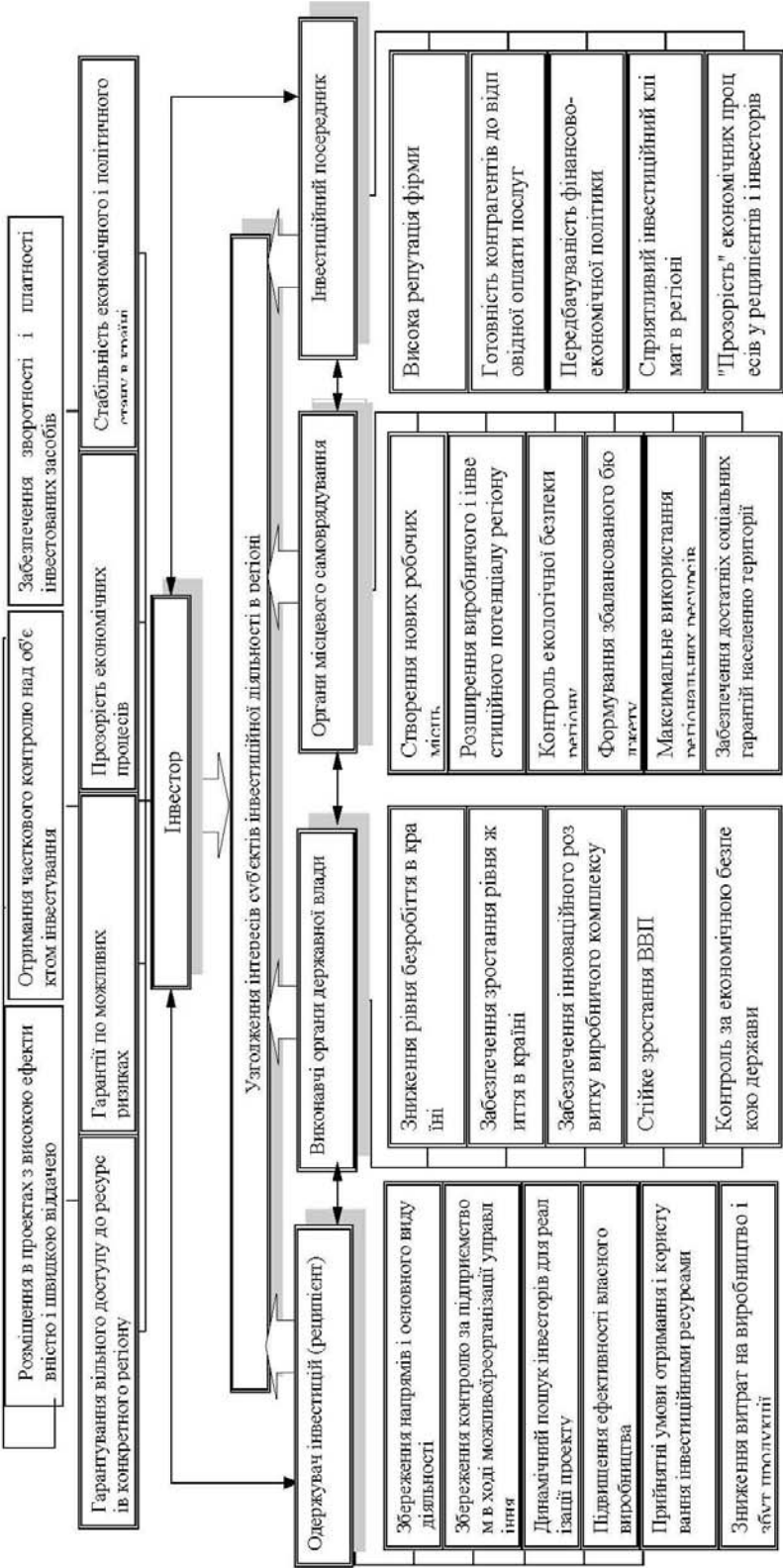


Рис. 1 Організаційна модель взаємодії інтересів суб'єктів інвестиційної діяльності в регіоні.

закріплення балансу інтересів в інституційних нормах;
моніторинг та контроль за розвитком інвестиційного процесу.

Виділені типи інтересів різноспрямовані. Інтереси кожного суб'єкта інвестиційної діяльності спричиняють виникнення певного типу відносин, які можуть бути і часто пов'язані з конфліктами. Наприклад, головне протиріччя, що виникає у суб'єкта в ролі власника і в ролі розпорядника на будь-якому з розглянутих рівнів, - це протиріччя між прагненням до накопичення і прагненням до споживання. Проте якщо на рівні інвестора і приватного підприємства-одержувача інвестицій вирішення цього протиріччя не потребує державного регулювання, то на рівні території і держави в цілому такі регулятори, безумовно, необхідні, наприклад, у вигляді науково обґрунтованих екологічних та інших норм.

Звичайно ж, цілепокладання носить досить загальний (принциповий) характер. Як правило, мотиви діяльності суб'єктів, що беруть участь у конкретному інвестиційному проєкті, особливо - інвесторів, є більш тонкими і специфічними (конкретними). Але прорахувати на цій основі поведінку інвесторів та їх реакцію на потенційні можливості ведення інвестиційної діяльності в країні, в регіоні або на конкретному об'єкті можна і необхідно.

Так при прийнятті рішення про початок інвестиційної діяльності в реальному секторі економіки конкретного регіону країни фірма - потенційний інвестор, як правило, буде виходити з таких посилок.

1. Фірма інвестора потенційно має цілком певні переваги, які не властиві іншим конкурентам на даному регіональному ринку. Ці, так звані, власні особливі переваги фірма може мати, наприклад, в галузі технології, менеджменту або володіти істотними інноваціями в різних інших сферах (виробництво, дизайн, збут і т.і.).

2. Зазначені власні особливі переваги можуть бути ефективно використані тільки самою фірмою-інвестором, а не шляхом продажу та здачею нею в лізинг устаткування і технологій або комерційного продажу ноу-хау іншим господарюючим суб'єктам.

3. Для виробничої діяльності в конкретному регіоні України є і можуть бути ефективно задіяні фактори сприятливого розташування, які укладаються для даної фірми-інвестора в раціональному та ефективному поєднанні в регіоні витрат виробництва, в структурі та розмірах ринків, в протекціонізмі національних урядів і ін.

Тільки виходячи з збігу виконання перерахованих умов і сприятливого розвитку ряду інших зовнішніх факторів, фірма-інвестор може прийняти рішення про створення нового або розширення діючого виробництва на території даного регіону.

Методологічно характер узагальнення напрямів, мотивів і очікування при прийнятті інвестиційних рішень повинен бути використаний в практиці з метою:

1) пошуку інвесторів, потенційно зацікавлених у розміщенні виробництва в даному регіоні;

2) ведення цілеспрямованої роботи по створенню в конкретному регіоні необхідних умов для залучення певного класу інвесторів;

3) оцінки інвестиційної привабливості та інвестиційного потенціалу конкретного регіону.

Ми вважаємо, що в рамках функціонування окремих територіальних одиниць забезпечення узгодженості мотиваційних інтересів різних суб'єктів господарювання та держави має лягати на органи місцевого самоврядування. Саме територіальні громади повинні забезпечувати більшу частину соціальних гарантій на місцях, через максимальну наближеність до об'єктів регулювання. У зв'язку з цим слід ще раз зазначити, що в Україні органи місцевого самоврядування мають обмежений обсяг адміністративних і економічних важелів управління. Тому, для підвищення інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання, розташованих

на окремих територіях, доцільно використовувати комплексний підхід, спрямований на підвищення інвестиційної привабливості регіону.

Література

1. Бард В.С. Финансово-инвестиционный комплекс: теория и практика в условиях реформирования российской экономики. / В.С. Бард. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 304с.
2. Григоренко Ю.О. Основні аспекти "тінізації" інвестиційних процесів / Ю.О. Григоренко // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №12. – С.27-31.
3. Інвестиційна політика в Україні: досвід, проблеми, перспектива: Монографія / Чумаченко М.Г., Аптекарь С.С., Білопольський М.Г. та ін.; Відпов. ред. Чумаченко М.Г.; АЕН України, ІЕП НАН України. – Донецьк: ТОВ "Юго-Восток, Лтд", 2003. – 292с.

Рекомендовано до публікації

д.е.н., проф. Андрієнко В.М., 11.02.2012 р.

Надійшла до редакції

18.02.2012 р.

УДК 658.114.5

Плахотнік О.О.

НАПРЯМИ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БАГАТОРІВНЕВИМИ ВИРОБНИЧИМИ СТРУКТУРАМИ

Запропоновано вирішення фінансових та економічних проблем підприємств корпоративного типу за рахунок реформування системи управління багаторівневими виробничими структурами на базі сучасних методів фінансового менеджменту.

Ключові слова: управління, багаторівневі виробничі структури, метод, фінансовий менеджмент.

Solution of financial and economic problems of enterprises of corporate type due to reformation of the control system by multilevel production structures on the base of modern methods of financial management is offered.

Keywords: management, multilevel production structure, method, financial management.

В умовах мінливого господарського середовища, обмеження всіх видів ресурсів і бурхливого розвитку високих технологій створення конкурентоспроможної продукції стає прерогативою підприємств корпоративного типу. Інтеграційні процеси у виробничому секторі економіки Україні розвиваються в напрямку формування складних, диверсифікованих систем шляхом об'єднання виробничого потенціалу і фінансових можливостей. Орієнтація управління на економічні та ринкові критерії ефективності функціонування вітчизняних корпорацій передбачає посилення вимог до адаптивності управління, впровадження сучасних концепцій менеджменту. Принципово новим напрямом в управлінні корпораціями виступає розробка та впровадження фінансового механізму.

Створення механізму управління фінансами корпорації направлено на підтримку їх фінансової стійкості з урахуванням галузевих техніко-економічних, соціальних і екологічних особливостей шляхом збалансованого управління фінансовими ресурсами як головного підрозділу, так і структурних елементів, що сприяє максимізації ринкової вартості корпорації. Вітчизняні корпорації відчувають на собі ті ж труднощі господарювання, що і підприємства інших форм власності: криза платежів, зростання дебіторської і кредиторської заборгованості, брак оборотного капіталу, відсутність довгострокових джерел фінансування, що спрямовуються на модернізацію устаткування, зниження частки власних коштів у структурі майна і т. д.

Дозвіл фінансових та економічних проблем підприємств корпоративного типу не можливо без істотного реформування системи управління багаторівневими виробничими структурами на базі сучасних методів фінансового менеджменту, що і визначило вибір теми цього дослідження.

Проблемам удосконалення систем управління виробничо-господарською діяльністю підприємств, їх ресурсного забезпечення, а також управління оборотними коштами та витратами великих промислових підприємств присвячено значну кількість робіт вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів. Розробки в галузі фінансового менеджменту та реалізації фінансової стратегії є об'єктом досліджень таких вчених, як: І.А. Бланк, С.І. Юрій, О.Д. Василік, П.В. Єгоров, А.М. Поддерегін, В.В. Ковальов, Дж. К. Ван Хорн, Ю.Ф. Брігхем та ін.

У зв'язку з цим розробка єдиного підходу до побудови фінансового механізму виробничо-економічної системи зі складною структурою управління - корпорації - є актуальною і своєчасною завданням. Слід зазначити, що виникнення корпоративного сектору в Україні відбувається в наступному вигляді [1,2]:

- укрупнення приватного капіталу, в результаті чого створюється головна компанія, якою здійснюється координоване управління структурними підрозділами корпорації;

- приватизація (в т.ч. корпоратизація) державних підприємств, у результаті чого частина або всі активи переходить в управління приватних компаній, контрольний пакет акцій може закріплюватися за державою, яка через своїх представників координує процеси управління;

- реорганізація системи управління великих державних та приватних підприємств на базі методів корпоративного управління без зміни форми власності і власника.

При цьому основними цілями трансформації сучасних корпорацій є [3]:

- розвиток організаційно-економічних характеристик, тобто вдосконалення процесів прийняття рішень, формування інноваційної структури, вдосконалення інформаційних процесів, впровадження нових методів управління тощо;

- зниження транзакційних витрат, що спрямовано на скорочення витрат матеріальних і пов'язаних інформаційних ресурсів, підвищення якості продукції, кваліфікації працівників, реалізацію інноваційних методів в управлінні;

- підвищення загального економічного ефекту від функціонування корпоративного комплексу в цілому за рахунок позитивного синергетичного ефекту, механізмів самоорганізації і т.п.;

- оптимізація тарифної політики за рахунок чіткого узгодження доходів і витрат, підвищення якості продукції, зниження адміністративних витрат;

- соціальна орієнтація кадрового менеджменту, зокрема формування "корпоративного духу" компанії, розвиток партнерських відносин, стимулювання зацікавленості працівників у підвищенні результативності діяльності підприємства, диверсифікація методів мотивації;

- підвищення соціально-економічної віддачі від взаємодії із зовнішнім середовищем, поліпшення економічних умов, створення позитивного іміджу компанії;

- розширення ринків збуту та інших господарських взаємовідносин з контрагентами, зокрема в галузі науково-дослідної діяльності, вертикальної інтеграції.

При цьому стійкість [4,5] корпоративного освіти забезпечується здатністю внутрішньої структури своєчасно реагувати на динамічні зміни зовнішнього середовища, у вигляді поточних коригувань управлінських рішень, а також оперативних стратегічних змін на рівні цілі, завдання і функцією процесу управління.

Ефективність корпоративного управління, як уже зазначалося, визначається в першу чергу скороченням витрат, в першу чергу транзакційних витрат. Зокрема, в Україні рівень таких витрат для великих корпорацій (з чисельністю працюючих понад 5000 чол.) з інвестиційної діяльності становлять всього 6% витрат, що в 2-3 рази нижче, ніж аналогічні витрати для виробничих підприємств з чисельністю до 200 чол. (18-24%) [5].

У зв'язку з цим актуальним стає розгляд нових для нашої країни методів реалізації фінансового механізму корпоративного управління. Однією з форм управління діяльністю сучасних підприємств, що з'явилася в ході здійснення структурної перебудови економіки України, є корпоративне управління. Великі підприємства, створювані в цілях акумуляції капіталів та підвищення ефективності виробництва, об'єднували фінансові, промислові, банківські, інвестиційні організаційні структури та сфери діяльності.

В результаті чого вітчизняна економічна теорія та практика довела, що в рамках великих підприємств, які реалізують корпоративні методи управління, легше організувати складні технологічні процеси, підвищити якість продукції та послуг, забезпечити конкурентоспроможність, забезпечити впровадження інноваційних та венчурних розробок, а також забезпечити фінансовий результат і соціальну віддачу.

Як уже зазначалося раніше, саме недолік і висока вартість ресурсів - фінансових, матеріальних, інформаційних та інтелектуальних - обумовлює необхідність підвищення ефек-

тивності процесів управління на базі методів корпоративного управління. Зокрема, скорочення витрат на залучення додаткових фінансових та інвестиційних ресурсів в більшості випадках стають підставою для акціонування підприємства, випуску облігацій, укрупнення підприємства і т.п.

Таким чином процеси управління фінансами стають центральною ланкою системи менеджменту в цілому, а розробка і реалізація ефективної фінансової стратегії є необхідною умовою успішного функціонування господарюючого суб'єкта. При цьому методи обґрунтування та напрямки реалізації фінансової стратегії є ключовими елементами фінансового механізму корпоративного управління в цілому.

Фінансова стратегія є складовою частиною загальної стратегії розвитку підприємств корпоративного типу і включає основні інструменти та методи менеджменту та стратегічного управління. З основних складових елементів фінансової стратегії, найбільш яскраво проявляються в умовах корпоративного управління [4]:

- аналіз фінансових показників (фінансова діяльність та стан, фінансова стійкість і т.п.);
- оптимізація структури та прибутковості основних і оборотних активів;
- ефективне управління витратами, формування і розподілу прибутку;
- інструменти і методи управління фінансовими потоками (у тому числі безготівкові розрахунки, інвестиційні потоки, фінансові інструменти залучення ресурсів);
- механізми податкового менеджменту.

Слід зазначити, що фінансова стратегія вітчизняних підприємств звичайно розробляється на середньостроковий (до року) і довгостроковий (більше року) періоди. При цьому виділяються такі етапи формування фінансової стратегії підприємств:

Етап 1. Конкретизація загального періоду і приватних термінів формування фінансової стратегії та методів її реалізації.

Етап 2. Вивчення інформації про зовнішнє середовище: контрагентів, фінансовому ринку, інвестиційної складової і т.п.

Етап 3. Уточнення стратегічної мети і завдань з управління ресурсами підприємства, особливо фінансовими.

Етап 4. Встановлення чітких горизонтів часу по виконанню основних етапів фінансової стратегії.

Етап 5. Обґрунтування особливостей організаційного механізму реалізації фінансової стратегії розвитку комплексу підприємств.

Етап 6. Оцінка ефективності розробленої стратегії, а також окремих інструментів і методів її реалізації.

Фінансова діяльність господарюючого суб'єкта будь-якої форми власності обов'язково породжує дві узгоджені завдання:

- 1) залучення ресурсів для здійснення господарської діяльності;
- 2) розподіл отриманих ресурсів.

Зазвичай активи підприємств формуються за рахунок:

- Власного капіталу (акціонерного, бюджетних ресурсів, паїв тощо), ресурсів, одержуваних на відносно невизначений термін з умовою виплати винагороди інвестору у вигляді дивідендів;
- Позикового капіталу (ресурсів, одержуваних у фінансово-кредитних інститутах на основі терміновості, зворотності і платності);
- Поточної заборгованості (ресурсів, одержуваних у партнерів по бізнесу, держави, працівників у вигляді відстрочок в оплаті і авансів);
- Реінвестованого прибутку та цільових фондів (ресурсів, одержуваних у результаті

отримання позитивного фінансового результату господарської діяльності підприємства, амортизаційних відрахувань тощо).

Господарюючий суб'єкт для залучення ресурсів може виходити на фінансовий ринок, на якому відбувається кругообіг пропонованих до розміщення ресурсів. Оскільки обсяг пропонованих ресурсів істотно менше, ніж обсяг попиту на них, неминуче виникає конкурентна боротьба за найбільш дешеві ресурси. Власники вільних грошових коштів порівнюють потенційні об'єкти вкладення коштів, вивчають їх інвестиційну привабливість і т. д.

При формуванні фінансової стратегії функціонування підприємств в умовах корпоративного управління також виникають проблеми визначення джерел фінансування, особливо капітальних вкладень. При цьому доцільним є розгляд інвестиційного механізму корпорації. В результаті оцінки своїх активів і першочергових видатків на капітальні вкладення виникає завдання поліпшення інвестиційної привабливості корпорацій, як у короткостроковому, так і в довгостроковому періоді.

У зв'язку з цим, вищому керівництву необхідно сформувати фінансово-кредитну стратегію, основним завданням якої стала б оптимізація показників інвестиційної привабливості.

Оскільки обсяг інвестиційних ресурсів суб'єкта обмежений, а потенційні об'єкти інвестицій мають різної інвестиційною привабливістю, підприємствам корпоративного типу також потрібно оптимально розподіляти свої інвестиційні ресурси. У зв'язку з цим виникає потреба в розробці та реалізації методів формування інвестиційної стратегії корпорації.

На базі проведеного теоретичного узагальнення особливостей функціонування механізму корпоративного управління, а також принципів побудови та реалізації фінансової стратегії корпоративного управління необхідно обґрунтувати узагальнений теоретичний підхід, пов'язаний із застосуванням даних методів в практиці управління підприємствами корпоративного типу, що і являє собою напрям подальших досліджень.

Литература

1. Багов В.П. Методика оценки эффективности стратегии корпоративной системы по обобщенным характеристикам / В.П. Багов // Финансы. – 2010. – №11. – С.59-61.
2. Беляев И.Ю. Современные корпоративные стратегии и технологии в экономике / И.Ю. Беляев // Финансы и кредит. – №1(73). – 2010. – С. 24-35.
3. Богачев С.В. Капиталотворческая функция промышленных корпораций / С.В. Богачев / НАН Украины; Институт экономики промышленности. – Донецк, 2005. – 236с.
4. Данько М. Реорганизация предприятий в контексте формирования корпоративных структур / М. Данько // Экономика Украины. – №1. – 2009. – С.64-77.
5. Денисов А.Ю. Экономическое управление предприятием и корпорацией / А.Ю. Денисов, С.А. Жданов. – М.: Издательство "Дело и сервис", 2011. – 416 с.

Рекомендовано до публікації

д.е.н., проф. Андрієнко В.М., 11.02.2012 р.

Надійшла до редакції

18.02.2012 р.

УДК 338.242

Скрипник О.А.

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розглядається роль і місце інформаційного забезпечення в процесах управління підприємством. Приводиться формальний опис системи показників інформаційного забезпечення, формуючих звітність підприємства

Ключові слова: інформаційне забезпечення, управління, система показників, звітність.

A role and place of the informative providing in the processes of management by an enterprise is examined. It is brought formal specification over of the system of indexes of the informative providing, forming the edema of enterprise.

Keywords: informative providing, management, system of indicators, reports.

Зміни зовнішніх умов функціонування підприємств визначають необхідність долати їх негативний вплив і, в першу чергу, наслідки економічної кризи. Для забезпечення стійкості функціонування підприємства під впливом зовнішніх чинників важливу роль становить ефективність організації інформаційного забезпечення. Можна стверджувати, що ефективність функціонування підприємства за всіма напрямками діяльності залежить від організації інформаційного забезпечення.

У науковій літературі немає однозначного визначення поняття «інформаційне забезпечення» і часто його трактування залежить від контексту, що використовується, наприклад [1,2]:

це інформація, що необхідна для управління економічними процесами, яка міститься в базах даних інформаційних систем;

це створення інформаційних умов функціонування системи, забезпечення необхідною інформацією, включення в систему засобів пошуку, отримання, зберігання, накопичення, передачі, обробки інформації, організація банків даних;

це комплекс заходів щодо створення документів, класифікаторів, нормативної бази і реалізованих рішень, які вживаються в автоматизованій системі при її функціонуванні.

Інформаційне забезпечення дає уявлення про інформацію, агреговану в документах і базах даних, характеризує стан підприємства, будучи основою для прийняття управлінських рішень. Моделювання елементів системи інформаційного забезпечення, представлених множиною економічних показників, методами класифікації і кодування даних, інформаційними потоками є актуальним напрямом науково-практичного дослідження.

Як правило, для крупних підприємств характерні висока трудомісткість, низька формалізація, недостатня оперативність і достовірність звітної інформації, що надається, відсутність адаптивних механізмів в зміні складу і структури показників. Складність визначення звіту (або множини звітів, в яких відображені показники для агрегації їх в специфічному вигляді), визначення необхідності (оцінки доцільності) автоматизації процесу формування нових звітів вимагають масштабного залучення сучасних засобів аналізу і моделювання процесів управління, автоматизації управлінських і господарських функцій за допомогою інформаційного забезпечення, а не використання тільки здорового глузду і досвіду керівника.

Аналіз останніх досягнень і публікацій свідчить про інтенсивне використання сучасних інформаційних технологій з метою накопичення, передачі, аналізу і перетворення даних, а також використання їх в ході прийняття управлінських рішень. Використання накопиченої інформації повною мірою для вирішення насущних задач управління неможливе, без спеціальних технологій обліку, реєстрації, зберігання і мобілізації інформаційних ресурсів, нако-

пичення і формування знань [3]. У той же час в недостатній мірі розглянута формалізація системи показників інформаційного забезпечення і звітів, що надаються.

Представлення певних відомостей і даних, оформлених таким чином, щоб забезпечувати зручність прийняття рішень у області цільової діяльності підприємства є основним призначенням інформаційних ресурсів. В ході функціонування системи управління на підприємствах різного типу інформаційно-аналітичні служби стикаються з рядом проблем[3]:

- фрагментарна фіксація діяльності підрозділів і працівників і відсутність повного об'єктивного інформаційного відображення діяльності підприємства, як єдиного організму;

- відсутність протоколювання подій: хто був ініціатором питання, початкові документи і історія їх зміни (коли і ким);

- недосконалі механізми пошуку даних (документів), наприклад, відсутня можливість одержати відомості про наявність документу по заданій керівництвом множині показників;

- неефективні механізми пошуку даних, що зберігаються, наприклад, неможливо витягнути в найкоротші терміни адекватну запиту інформацію з документів, в яких вона міститься через зберігання на паперових носіях;

- низька динаміка руху документів і відсутність можливості оперативного моніторингу стану документа на стадіях його узгодження і виконання (втрата документів);

- дублювання даних і документів;

- порушення цілісності даних (відсутність контролю, наявність суперечностей і обмежень);

- відсутність контролю виконання завдань і доручень (терміни і стадії виконання).

Як правило, підрозділи і персонал, що відповідає за інформаційне забезпечення, не представляють єдиної формальної структури. Це пов'язано із стихійним характером формування служб інформаційного забезпечення крупних і середніх підприємств, в недостатньо структуровану і слабо інтегровану систему, що обумовлено оперативним управлінням життєдіяльністю підприємства з різних локальних центрів. Створення на крупних підприємствах для роботи з документами, інформацією і технічними засобами нових підрозділів і посад відчутного позитивного результату не дає[3], зважаючи на відсутність формального апарату планування і аудиту інформаційних показників.

Базовими процесами інформаційного забезпечення прийняття рішення в діяльності кожного підприємства є формування різноманітної звітності, що використовує певну систему показників, що характеризують його функціонування. Система показників діяльності підприємства відображається в інформаційних потоках[4]:

- із зовнішнього середовища (нормативна інформація, інформації про кон'юнктуру ринку);

- у зовнішнє середовище (звітна і маркетингова інформація);

- дані для внутрішніх користувачів (менеджерів і виконавців), що представляють сукупність планової, нормативної, розпорядливої і облікової інформації.

Розглянемо формальний апарат представлення системи показників інформаційного забезпечення, що характеризують діяльність підприємства.

Нехай на підприємстві визначено систему показників інформаційного забезпечення у вигляді множини $P = \{p_i\}$, $i \in I = \{1, 2, \dots, n\}$. Серед показників виділимо дві підмножини:

$P^B = \{p_{i^B} : p_{i^B} \in P\}$, $i^B \in I^B$ – множина базових показників, що містяться у вхідних (первинних) документах (наприклад, суми платіжних доручень, суми касових ордерів, розмір мінімальної заробітної платні); I^B – множина індексів базових показників з множини P .

$P^A = \{p_{i^A} : p_{i^A} \in P\}, i^A \in I^A$ – множина показників, що розраховуються на підставі базових показників (як правило, ці показники відображаються у вихідних звітних формах, наприклад, розмір відрахувань до пенсійного фонду, прямих витрат по видам продукції на одиницю продукції); I^A – множина індексів показників, що розраховуються, з множини P .

Таким чином, множина показників і індексів показників підрозділяються на дві підмножини:

$$P = P^B \cup P^A, \quad I = I^B \cup I^A.$$

Визначимо множину функцій і методів отримання розрахункових показників:

$$F^A = \{f(p_{i^A}, P^B)\}, i^A \in I^A.$$

На підставі статистичного аналізу або експертної оцінки одержимо множину витрат (людино-годин) на формування кожного показника:

$$Z = \{z_i = z(p_i) : p_i \in P\}, i \in I = \{1, 2, \dots, n\}.$$

Нехай множина звітів, що використовуються на підприємстві містить наступну інформацію:

$$R = \{r_k = (P_k^X, P_k^Y, c_k)\}, k \in K = \{1, 2, \dots, n^R\},$$

де – $P_k^X = \{p_{kj}^X : p_{kj}^X \in P\}, j \in J_k^X = \{1, 2, \dots, m_k^X\}$ множина показників, на базі яких формується k -ий звіт; $P_k^Y = \{p_{kj}^Y : p_{kj}^Y \in P\}, j \in J_k^Y = \{1, 2, \dots, m_k^Y\}$ – множина показників, дані по яких відображаються в k -ому звіті; c_k – витрати (людино-годин) на формування k -ого звіту; K – множина індексів звітів.

Множини P_k^X і P_k^Y визначаються умовами використання k -ого звіту. Значення c_k залежить від ступеня автоматизації процесів накопичення (обліку і зберігання) даних множини P_k^X і від технологічних аспектів їх обробки. У разі наявності автоматизованих засобів накопичення даних, визначених показниками множини P_k^X , і спеціалізованого програмного забезпечення (ПО), що дозволяє сформувати дані показників з множини P_k^Y , значення c_k рівне середньостатистичному значенню швидкості формування звіту відповідно до технологічних вимог ПО. У разі відсутності спеціалізованого ПО, що дозволяє сформувати дані показників з множини P_k^Y , витрати визначаються за формулою:

$$c_k = d_k + \sum_{j \in J_k^Y} z(p_{kj}^Y),$$

де d_k – витрати (людино-години) на агрегацію і форматування показників в єдиний звіт.

Існує ряд обставин, що вимагають розробки і формування нових звітів, наприклад, у зв'язку із зміною регламенту функціонування і форматів інформаційних потоків:

зміна нормативних і інформаційних документів зовнішнього середовища: зміна законодавства, визначення нових джерел даних для аналізу кон'юнктури ринку (наприклад: соціа-

льні мережі, нові формати обміну інформацією, нові показники для аналізу, зміна акцентів в маркетинговій політиці);

зміна методик і методів аналізу стану підприємства, рішення ситуативних стратегічних задач.

У той же час, на більшості крупних підприємств існують гетерогенні середовища інформаційного забезпечення, що представлені автоматизованими системами різних виробників і елементами «ручної» обробки неавтоматизованих сфер. Текучість кадрів і поверхневе ознайомлення з інструкціями до автоматизованих систем приводить до складнощів у визначенні звіту, що надає специфічні дані. Як правило, комплексні автоматизовані системи містять множину звітів, деякі з яких використовуються тільки в певних ситуаціях, або через універсальність комплексної системи, використовуються тільки на специфічних підприємствах. Велика кількість найменувань звітів і дублювання деяких звітів, через еволюційний розвиток деяких систем, нерідко приводить до ситуації, коли співробітники забувають найменування певних звітів і витрачають достатньо багато часу на їх пошук або отримання даних для них нестандартними засобами.

Описаний формальний апарат представлення систем показників інформаційного забезпечення підприємства дозволяє вирішити наступні задачі використання нових звітів:

визначення (пошук) «найближчого» звіту по заданій множині показників в новому звіті із заданим обмеженням по витратах (людино-годин) на його формування;

формування критерію залучення фахівців для розробки спеціалізованого ПО формування нових звітних форм.

Розглянемо методику вирішення задачі визначення (пошуку) «найближчого» звіту по заданій множині показників в новому звіті із заданим обмеженням витрат (людино-годин) на його формування. Нехай є множини P_0^X і P_0^Y , що визначаються умовами формування нової (або забутої) звітної форми і обмеження c_0 витрат (людино-годин) на формування цього звіту. Використовуючи у якості метрики близькості звітів відстань Льовенштейна або Дамерау-Льовенштейна [5] на базі алфавіту, заданого множиною P , і оцінок, заданих множиною Z , одержимо із множини R підмножину R^0 «найближчих» звітів, що задовольняють обмеженню c_0 .

Розглянемо рішення задачі визначення критерію необхідності залучення фахівців для розробки спеціалізованого ПО з формування нових звітних форм. Нехай задано множини P_0^X і P_0^Y , що визначаються умовами формування нової звітної форми, для якої не виявлено досить «близького» звіту, і формування якого вимагає істотних доробки даних. Для таких звітів необхідно визначити частоту їх використання u_0 (визначається кількістю формування звіту в рік) і критичність швидкості формування $w_0 \in (0,1]$ (значення $w_0 = 1$ визначає щонайвищий пріоритет в швидкості формування).

Тоді витрати на формування звіту r_0 складатимуться:

$$c_0 = \left(\sum_{j \in J_0^Y} z(p_{0j}^Y) \right) + d_0 + \sum_{k^0 \in K^0} \left[c_{k^0} - \left(\sum_{j \in J_{k^0}^Y} \delta(p_{k^0j}^Y) \cdot z(p_{k^0j}^Y) \right) \right], \quad (1)$$

$$\delta(p_{k^0j}^Y) = \begin{cases} 0, & p_{k^0j}^Y \notin P_0^Y \\ 1, & p_{k^0j}^Y \in P_0^Y \end{cases} \quad (2)$$

де K^0 – множини індексів «найближчих» звітів, з яких можливо узяти ряд показників.

Нехай вартість однієї людино-години складає s , а вартість розробки спеціалізованого ПО формування нового звіту складає s_0 . Тоді, необхідно привертати фахівців для розробки спеціалізованого ПО формування звіту, якщо виконується умова:

$$s \cdot c_0 \cdot u_0 \cdot w_0 - s_0 > 0. \quad (3)$$

Таким чином, запропонований формальний апарат опису системи показників інформаційного забезпечення і методики рішення приведених задач дозволяють підвищити продуктивність процесів формування звітності на підприємстві.

Література

1. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь. / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. — 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999. — 479 с.
2. Большой бухгалтерский словарь: 10000 терминов / [М.Ю. Агафонова и др.]; Под ред. А.Н. Азрилияна. - М.: Институт новой экономики, 1999. — 574 с
3. Бармаков, Б. Роль информационного обеспечения в управлении компанией / Б. Бармаков // Управление компанией. 2007. — № 2. - С. 44-50.
4. Смирнова Г.Н. и др. Проектирование экономических информационных систем: Учебник / Г.Н. Смирнова, А.А. Сорокин, Ю.Ф. Тельнов; Под ред. Ю.Ф. Тельнова. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 512с.
5. Левенштейн В.И. Асимптотически оптимальный двоичный код с исправлением выпадений одного или двух соседних символов / В.И. Левенштейн // Проблемы кибернетики —М: Наука, 1967— вып. 19— С 293-298.

Рекомендовано до публікації
д.е.н., проф. Андрієнко В.М., 11.02.2012 р.

Надійшла до редакції
18.02.2012 р.



УДК 658.8.011

Яцентюк С.В.

СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ БРЕНД – АРХІТЕКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА: СВІТОВИЙ ДОСВІД Й УКРАЇНСЬКА ПРАКТИКА

Розглянуто основні форми, підходи і методи формування й реалізації бренд-архітектури підприємств. Запропоновано модель формування і розвитку бренд-архітектури підприємств на основі реалізації визначених рівнів бренду і стратегічних типів бренд-архітектури підприємств.

Ключові слова: бренд, під-бренд, бренд-архітектура, портфель брендів підприємства.

The basic forms, approaches and methods of creation and realization of brand architecture on enterprise were considered. On the basis of defined levels of the brand and types of enterprise's strategic brand architecture the model of formation and development of enterprise's brand architecture was offered.

Keywords: brand, sub brand, brand architecture, company's brand portfolio.

Розвиток споживчих потреб і запитів, перманентне зростання конкуренції в сучасних ринкових умовах актуалізує питання підвищення ефективності ділової активності підприємств, що вимагає від їх вищого менеджменту концентрувати зусилля на збільшенні прибутковості бізнесу в цілому і, особливо, в його стратегічній перспективі. Одним з найбільш ефективних засобів забезпечення досягнення цієї мети є реалізація на стратегічному, тактичному й оперативному рівні управління підприємств політики ефективного «брендингу» або, за іншим визначенням, «бренд-менеджменту». Пов'язано це з тим, що відповідний бренд-менеджмент, по-перше, сприяє збільшенню продажів за рахунок brand loyalty або лояльності (прихильності) споживачів до брендів його продукції, по-друге, забезпечує можливість включати у кінцеву ціну продажу преміальний «бренд-бонус», що дозволяє йому перейти з позицій «цінової» конкуренції до конкуренції «іміджевих переваг».

Також, у перспективі, після певного періоду формування brand loyalty, тобто коли у підприємства буде створена стабільна ринкова основа його брендів, ефективний бренд-менеджмент дозволить зменшити загальні маркетингові витрати на розвиток, імплементацію і просування продукції підприємства. Врешті, бренди підприємства є його суттєвим активом, що збільшує його ринкову вартість [1].

У практиці здійснення брендингу для керівників підприємств найбільш проблемним і актуальним питанням є вибір, імплементація і розвиток відповідних механізмів і методів бренд-менеджменту в діяльності реального бізнесу. Фундаментальним і ключовим фактором стратегічного і оперативного брендингу є формування і розвиток відповідної бренд – архітектури підприємства. Тобто, організаційної структури портфелю бренду, яка визначає ролі брендів та взаємовідносини між брендами (наприклад, Ford і Taurus) і контекстами товарного ринку (наприклад, Sony Theatres vs. Sony Television або Nike Europe vs. Nike U.S.) [2]. За іншим визначенням, архітектура бренду представляє собою структурну цілісність, яка показує, як побудована марка, як вона працює і як її складові забезпечують вигоди споживача [3].

Актуальність питання формування і розвитку бренд – архітектури підприємств особливо зростає у сучасних умовах, коли найбільше поширення і розвиток набуває нова стратегічна управлінська концепція маркетингу, що отримала визнання як концепція партнерських стосунків із клієнтами, або інакше кажучи, концепція CRM (customer relationship management), яка визначає менеджмент стратегічних інфраструктурних змін, що допомагають визначати найбільш вигідних клієнтів і створювати систему підвищення їх цінності для компанії, зокрема у сфері оптимізації комунікацій з ними [3,4].

Формуванням теоретичних і прикладних засад брендингу внесли такі зарубіжні та вітчизняні науковці як Т. Амблер, Тоні Аперія, Г. Армстронг, Г. Багієва, Дж.К. Веркман, М. Джордсон, О. Добрянська, П. Дойль, О. Зозульов, Ж.-Н. Капферер, К. Келлер, Й.Кунде, О. Кузьмін, Л.Лайт, Ж.-Ж. Ламбен, О. Мороз, Т. Нільсон, Л. Паркер, В. Пустотін, В. Перція, Е.Райс, Г. Решетнікова, П. Темпорал, Д.Траут, Д.Шульц, А. Уиллер, Ф. Шарков та ін. У працях зазначених авторів відображено погляди на сутність термінів «бренд», «торгова марка» та «брендинг», запропоновано різні класифікації марок або способи утворення марочних назв, методики оцінювання вартості бренду та ін. Особливо важливий внесок в розробку концепції формування бренд – архітектури внесли відомі вчені і практики Д. Аакер, Е.Йохимштайлер, Т.Кляйн, Ф. Котлер, В. Пфферч і Д.Саттон. Вони сформулювали основні засади і принципи на яких має відбуватись формування бренд – архітектури, розкрили сутність підходів і дій щодо організації і структурування портфелю брендів, визначення ролі брендів в цьому портфелі, а також визначили природу взаємовідносин між ними і між різними контекстами товарного ринку, як в глобальному масштабі, так і на локальних ринках. Однак, не зважаючи на значну кількість публікацій і теоретичну основу, концепція створення і управління бренд – архітектурою, з одного боку, все ще перебуває на етапі становлення, а з другого, потребує подальшого розвитку для можливості прикладного застосування.

Економічною наукою недостатньо опрацьовано питання ефективного формування і практичного втілення тактики і стратегії брендингу на підприємстві, особливо у контексті розробки й реалізації комплексної стратегії розвитку підприємства як цілісної, складної економічної системи.

Таким чином, метою даної роботи є дослідження й узагальнення теоретичних засад і практичних аспектів застосування існуючих форм та методів формування й реалізації бренд – архітектури підприємств (світових лідерів і українських компаній) у різних галузях економіки, розробка пропозицій, щодо створення комплексного підходу до формування бренд – архітектури підприємств як інтегрованого елементу стратегії розвитку підприємства.

Для визначення сутності сучасного положення і можливостей розвитку і формування бренд – архітектури підприємств необхідно дослідити сутність та особливості застосування ключових термінів, критеріїв та підходів до реалізації даного процесу.

Зокрема, у чинному законодавстві України є таке визначення, яке застосовується в процесі розвитку і формування бренд – архітектури українських підприємств: *«знак для товарів і послуг – це позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб»* [5]. Сучасна економічна наука [1,2,3,6-11], що займається питаннями брендингу та формуванням і розвитком бренд – архітектури підприємств ідентифікує наступні ключові елементи бренд – архітектури і визначає їх сутність таким чином (табл. 1).

Необхідно підкреслити, що при формуванні і створенні бренд – архітектури існує декілька підходів. Зокрема, найбільш поширеними серед теоретиків та на практиці є такі:

Таблиця 1

Сутність та призначення ключових елементів бренд – архітектури

Елемент	Сутність	Призначення
Торгова марка	будь-яке слово, ім'я, символ, емблему або будь-які їх комбінації, які використовуються або призначені для використання в комерційних цілях	має виділяти і відрізняти товари одного виробника чи продавця від товарів, вироблених чи реалізованих іншими виробниками чи продавцями, і вказувати джерело походження товарів
Сервісна марка	будь-яке слово, ім'я, символ, емблема або будь-яка їх комбінація, які використовуються або призначені для використання в комерційних цілях	має виділяти і відрізняти послуги одного постачальника послуг від послуг, що надаються іншими постачальниками послуг, а також вказати джерело послуги
Бренд	ім'я, термін, дизайн, символ або будь-яке інший признак	має виділяти товари або послуги певного продавця чи виробника як особливі на відміну від інших продавців чи виробників, тобто надає товару або послугі особливу споживчу цінність
Майстер - бренд	специфічний бренд, який служить основою «точкою кріплення», на якій базуються всі основні продукти компанії	має створювати сильний зв'язок між всіма продуктами компанії які представляє бренд. Майстер - бренд переконує споживачів, що його продукти відрізняються серед інших в своїй категорії чи сегменті
Корпоративний бренд – «парасолька»	майстер - бренд, який структурує портфель брендів корпорації і забезпечує достовірність інших брендів корпорації, що вони належать до неї	має вести споживачів до рішення про покупку та сприяти передачі її цінності для нових продуктів і послуг корпорації
Під-бренд / суб-бренд	ім'я, яке компанія надає частині свого асортименту продукції чи послуг, і яка потребує певної маркетингової підтримки, іноді використовуються окремо від основного майстер-бренду, але, в основному, є тісно пов'язаний з ним	є засобом адаптації продукту або послуги в певному секторі або ніші ринку
SKU (Stock Keeping Unit) або артикул	є числом або рядком літерних і цифрових символів, які однозначно ідентифікують певний продукт	дозволяє відслідковувати його для цілей інвентаризації та проведення експедиції
«Generic» або «загальний» бренд	назва продукту чи послуги, яка широко відома і не може належати одному власникові	може застосовуватись різними виробниками, продавцями чи постачальниками послуг для популяризації товару

Джерело: складено автором за [1,2,6-11]

Одна група науковців [6-11], формуючи і розвиваючи бренд – архітектуру підприємства, пропонує застосовувати і акцентувати діяльність на наступні три рівні імплементації бренду:

1. Корпоративний бренд, бренд - «парасолька» та «сімейний» бренд - тобто споживчо-орієнтований корпоративний майстер-бренд, що застосовується у всій діяльності компанії. Він є добре відомим для всіх stakeholders або зацікавлених сторін - споживачів, співробітників, акціонерів, партнерів, постачальників та інших. Цей рівень бренду використовується у поєднанні із іншими рівнями брендів (зокрема із продуктовими назвами або під-брендами).

2. Під-бренди або суб-бренди - це бренди, які включають в себе «материнський» майстер-бренд (може бути корпоративним брендом - «парасолькою», або «сімейним» брендом - «парасолькою») - як підтвердження під-бренду або продукту. Це підтвердження підвищує споживчу довіру до під-бренду, через перенесення на нього споживчих переваг «материнського» майстер-бренду.

3. Персональні продуктові бренди – окремі споживчі бренди товарів чи послуг, які мають або слабкий зв'язок із майстер-брендами материнської компанії, або цей зв'язок є відсутній. Іншим зацікавленим сторонам, наприклад, акціонерам і партнерам, назва компанії – власника бренду є відомою.

Інша група вчених [1,2], формуючи і розвиваючи систему бренд – архітектури підприємства, пропонують акцентувати діяльність і здійснювати підхід на підставі одного з таких стратегічних типів бренд – архітектури:

1. Різноманітна архітектура або «Дім брендів»: В цьому варіанті архітектури кожен бренд компанії розвивається окремо. При цьому, у споживчому уявленні, їх зв'язок із корпоративним брендом або слабкий, або відсутній зовсім.

2. Унітарна архітектура або «Дім бренду»: В цьому варіанті архітектури всі продукти компанії у своєму найменуванні мають міцний зв'язок із корпоративним брендом і знаходяться під його потужним впливом та підтримкою.

3. Гібридна архітектура або архітектура пов'язаних брендів: Цей варіант архітектури є поєднанням двох інших варіантів. Тобто в ньому, практично, всі бренди корпорації мають певний зв'язок із іміджем корпоративного бренду, але у різний спосіб і силу, в залежності від їх застосування, сегменту ринку, історії розвитку брендів, інших причин.

Систематизація теоретичних підходів до формування бренд архітектури та аналіз практики їх застосування у сучасній підприємницькій діяльності світових та українських підприємств в різних галузях економіки дозволила запропонувати сфокусовану модель формування і розвитку бренд – архітектури підприємств (Табл.2).

Таблиця 2

Модель формування і розвитку бренд – архітектури підприємств

Складники		Типи бренд – архітектури		
		Дім брендів	Дім бренду	Гібридна архітектура
Майстер – бренди - парасольки	Корпоративний майстер - бренд компанії	X/-	X	X
	Корпоративний майстер - бренд сім'ї (категорії) товарів	-	X/-	X/-
	Незалежний майстер - бренд сім'ї (категорії) товарів	X	-	X/-
Індивідуальні бренди і під-бренди:	Персональний продуктовий бренд	X/-	-	X/-
	Корпоративний продуктовий під-бренд	-	X/-	X/-
	Незалежний сімейний продуктовий під-бренд	X/-	X/-	X/-
	Корпоративний сімейний продуктовий під-бренд	-	X/-	X/-
Продукція без брендів або "generic"		X/-	X/-	X/-

Примітки: «X» – обов'язкова наявність складнику в даному типі бренд-архітектури; «X/-» – можлива наявність складнику в даному типі бренд-архітектури; «-» – обов'язкова відсутність складнику в даному типі бренд-архітектури.

Таким чином, згідно наведеної моделі, визначення ролі брендів та взаємовідносини між ними і контекстами товарного ринку, пропонується за наступними елементами (табл. 3).

Таблиця 3

Сутність та взаємозв'язок елементів бренд-архітектури

Архітектурний елемент бренду		Сутність елементу	Зв'язок з іншими елементами	Приклад практичної реалізації
Майстер-бренди - парасольки	Корпоративний майстер - бренд компанії (company's corporate master-brand)	торгова марка - назва компанії, яка орієнтована на споживача і охоплює всі продукти та послуги компанії Відома усім stakeholders	використовується у поєднанні з майстер - брендом сім'ї (категорії) товарів та / або назвами чи під-брендами продукту	Nestle: Nestle NAN і Nestle NAN кисломолочний, Danone: Danone Активія і Danone Активія біфідойогурт класичний, Roshen: Roshen Штучка і Roshen Штучка Лісовий горіх
	Корпоративний майстер - бренд сім'ї (категорії) товарів (corporate family masterbrand)	торгова марка, яка використовується для двох і більше пов'язаних чи подібних товарів, що входять в одну товарну категорію	пов'язана і має підтримку корпоративного майстер-бренду, обидва майстер-бренди активно презентуються разом	Samsung GALAXY, Danone Активель, Світоч СМАК, Сандора МІКС
	Незалежний майстер - бренд сім'ї (категорії) товарів (independent family masterbrand)	торгова марка, яка використовується для двох і більше пов'язаних чи подібних товарів, що входять в одну товарну категорію	зв'язок із корпоративним майстер-брендом у споживчому уявленні або слабкий, або відсутній зовсім	Nivea (Beiersdorf), Lipton (Unilever), Gillette (P&G), Золота Амфора (Алеф-Виналь), Capri-Sonne (Росинка)
Індивідуальні бренди й під-бренди	Персональний бренд продукту (personal product brand)	торгова марка, яка є персональною маркою окремого продукту, який не має під-брендів	зв'язок із корпоративним майстер-брендом у споживчому уявленні або слабкий, або відсутній зовсім	VIAGRA (Pfizer), Elastofom (BASF), Mannidex (Cargill), Профутбол («Студія 1+1»), Барбовал (Фармак)
	Корпоративний продуктовий під-бренд (corporate product sub-brand)	торгова марка, яка є персональною маркою окремого продукту	міцно пов'язана та має підтримку корпоративного майстер-бренду	Ford FIESTA, BMW Z4, Toyota CAMRY, Coca-Cola Zero, Coca-Cola Blak, Roshen «Київський торт», Новый Свет «Коронационное»
	Корпоративний сімейний продуктовий під-бренд (corporate family product sub-brand)	торгова марка, яка є персональною маркою окремого продукту	міцно пов'язана та має підтримку як корпоративного майстер-бренду, так і корпоративного майстер-бренду сім'ї товарів	Samsung Galaxy Tab, Samsung Galaxy Note, Nestle Kit Kat Chunky, Nestlé Crunch Crisp, АВК «Райские фрукты» суфле-желе тропик, АВК «Райские фрукты» суфле-желе клубничное
	Незалежний сімейний продуктовий під-бренд (independent family product sub-brand)	торгова марка, яка є персональною маркою окремого продукту	міцно пов'язана та має підтримку незалежного майстер-бренду сім'ї товарів	Kinder bueno (Ferrero), Lipton Yellow Label Tea (Unilever), ЩЕДРО Провансаль (Львівський ЖК), «AleXX» VSOP (Таврія) Capri-Sonne Safari Fruits (Росинка)

Джерело: розроблено автором

Аналіз портфелів брендів підприємств у різних галузях промисловості дозволив зробити такі висновки. Всі три стратегічних типи формування і розвитку бренд – архітектури підприємств (Дім брендів, Дім бренду, Гібридна архітектура) можуть бути успішними у ділової активності підприємства. Вибір типу формування і розвитку бренд – архітектури зале-

жить від конкретної маркетингової стратегії підприємства, а також від реальної практики бізнесу, яка застосовується на цільових ринках підприємства.

Підприємства – лідери на ринках B2C, тобто товарів і послуг для кінцевого споживача, застосовують практику бренд – архітектури всіх типів, в залежності від галузі економіки та сегменту цільового ринку, де працює компанія: Дім бренду (Samsung, McDonald's, Harley-Davidson etc.), Дім брендів (Mars, Procter & Gamble, Unilever etc.) і Гібридну архітектуру (Coca-Cola, Nestle, General Motors etc.). Підприємства – лідери на ринках B2B, тобто товарів і послуг промислового призначення, частіше застосовують практику бренд – архітектури Дім бренду (General Electric, FedEx, Intel etc.) і Гібридну архітектуру (Dow Chemical, Caterpillar, Citigroup etc.).

У підприємств, що не мають або мають не повністю сформовану і розвинуту бренд – архітектуру (за виключенням галузей, де підприємства займаються видобутком та виробництвом сировинних матеріалів), на практиці застосовується бренди - «генерикі» та виробництво і реалізація стандартизованої, «не брендованої» продукції. Така практика знижує прибутковість їх бізнесу та зменшує конкурентоспроможність. Тому стратегія розвитку підприємства має враховувати відповідне формування і створення бренд – архітектури, що складається з власних брендів які спроможні донести споживачеві їх переваги і цінності та забезпечити необхідні об'єми продажу і прибутку.

Персональна споживча лояльність конкретного продуктового під-бренду є не менш важливою ніж лояльність корпоративного майстер - бренду чи незалежного майстер - бренду сім'ї (категорії) товарів через те що споживач обирає і є лояльним до конкретного продукту під конкретним продуктовим під-брендом, який і доносить споживачеві всі унікальні і специфічні властивості, переваги та цінності саме цього продукту.

Формуючи і розвиваючи власну бренд – архітектуру підприємства необхідно спиратись на досвід того, що, маючи потужний персональний продуктивний бренд, на його основі, при ефективному застосуванні політики диференціації і диверсифікації, є можливість побудови успішного незалежного майстер - бренду сім'ї (категорії) товарів, а це суттєво збільшить обсяги продажу і прибутковість бізнесу підприємства.

В подальшому необхідно продовжити дослідження питань формування і розвитку бренд – архітектури підприємств в напрямку виявлення факторів взаємозв'язку бренд – архітектури підприємства, його портфеля брендів і ключовими параметрами архітектури конкретного бренду.

Література

1. Котлер Ф. Бренд-менеджмент в B2B сфере. Зачем нужен бренд-менеджмент на промышленных рынках? / Ф. Котлер, В. Пфферч. – СПб.: Вершина, 2009. – 432 с.
2. Аакер Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендингу. / Д. Аакер, Е. Йохімштайлер – М.: Издательство Дім Гребеннікова, 2003. – 380 с.
3. Саттон Д. Новая наука маркетинга. Маркетинговое управление предприятием / Д. Саттон, Т. Кляйн / Пер.с англ. – СПб.: „Издательский дом ПИТЕР”, 2004. – 240 с.:ил.
4. Дише Дж. CRM-навигатор. Пособие по управлению взаимоотношениями с клиентами / Дж. Дише/ Пер.с англ. Е.Сысоевой. – К.: Издательство Алексея Капусты (подразделение «Агенства «Стандарт»»), 2006. – 375 с.
5. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» N 3771-XII (3771-12) від 23.12.93 // [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3689-12/print1092684383699237>
6. Official web-site of the United States Patent and Trademark Office / [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <http://www.uspto.gov/trademarks/index.jsp>
7. Official web-site of the Marketing Accountability Standards Board/ [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <http://www.themasb.org/projects/common-language-project/>
8. Masterbrand // Official web-site of the Investopedia Company/ [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <http://www.investopedia.com/terms/m/masterbrand.asp#axzz1jtnu08tv>

9. Corporate-umbrella // Official web-site of the Investopedia Company/ [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <http://www.investopedia.com/terms/c/corporate-umbrella.asp#axzz1jtnu08tv>
10. Official web-site of the B2B International/ [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // http://www.b2binternational.com/assets/ebooks/industrial_brands/04_power_of_industrial_brands.pdf
11. Official web-site of the Tech Target Company/[Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://www.searchcio-midmarket.techtarget.com/definition/SKU>
12. Official web-site of the Tech Terms.com/ [Електронне джерело]: Режим доступу URL: // <http://www.techterms.com/definition/sku>

Рекомендовано до публікації:

Д.е.н., проф. Ковальчуком К.Ф., 11.02.2012

Надійшла до редакції:

16.02.2012

УДК 336.71: 658.8

Гайдукович Д.С.

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ УКРАЇНИ

У статті запропоновано методику оцінки конкурентоспроможності банківських установ на основі оцінки ефективності їх маркетингового комплексу.

Ключові слова: конкурентоспроможність банківських установ, ефективність маркетингового комплексу банку

The paper offers the author's method of bank's competitive ability estimation, based of evaluation of efficiency its marketing mix.

Keywords: competitive ability of banks, efficiency of marketing mix in banking

Сучасні умови розвитку банківського ринку України характеризуються посиленням конкуренції внаслідок інтенсифікації дестабілізуючого впливу кризових явищ, збільшенням кількості банків з участю іноземного капіталу та падінням платоспроможного попиту на банківські продукти і послуги, що, на нашу думку, обумовлює необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних банків як визначального чинника їх надійності та забезпечення стабільного розвитку у майбутньому. Вирішення цього питання потребує удосконалення маркетингової діяльності банків, яка охоплює надзвичайно широке коло банківських бізнес-процесів, підпорядковуючи управлінські рішення вимогам забезпечення та зміцнення його конкурентоспроможності.

Для збереження конкурентоспроможності банкам необхідно використання потенціалу всіх складових комплексу маркетингу, який має враховувати специфіку діяльності вітчизняних банківських установ. Тому проведення маркетингового аналізу конкурентоспроможності банківських установ України вважаємо актуальним.

Проблемам банківського маркетингу та конкурентоспроможності присвячено праці таких вчених: І. Алексєєва, С. Бойко, І. Брітченка, М. Вознюка, І. Волошка, Т. Гірченко, О. Дубовик, Д. Завадської, О. Захарчука, С. Козьменка, Л. Кузнецової, І. Лютого, А. Нікітіна, Я. Спіцина, І. Спіцина, Л. Романенко, Л. Ткаченко, В. Севрука, Г. Макарової, О. Христенко, Ф. Шпиґа та ін. Водночас, віддаючи належне існуючим теоретичним та методичним розробкам, варто зазначити, що залишаються недостатньо розробленими питання оцінки конкурентоспроможності банківських установ з точки зору ефективності використання складових маркетинг-міксу банків. Отже, метою представленого дослідження є розробка методики оцінки конкурентоспроможності банківських установ на основі оцінки ефективності їх маркетингового комплексу.

З метою більш повного розуміння сутності поняття «конкурентоспроможність банківських установ» на засадах використання маркетингових інструментів, опираючись на дослідження вчених [1, с. 28; 2, с. 7; 3, с. 25; 4, с. 6] і враховуючи потреби сучасного банківського бізнесу, пропонуємо трактувати поняття конкурентоспроможності банківських установ як володіння можливостями ефективного використання всіх елементів комплексу маркетингу, що дозволяють протистояти конкурентам-банкам та іншим фінансовим посередникам в умовах конкуренції на фінансовому ринку. На нашу думку, на рівень конкурентоспроможності впливають процеси вдосконалення методів й інструментів кожної з політик комплексу банківського маркетингу та створюють середовище для формування конкурентних переваг на ринку банківських послуг. Роль комплексу маркетингу у формуванні конкурентних переваг національних банківських установ забезпечується: продуктовою політикою – за рахунок визначення параметрів продуктової лінійки та впровадження інновацій; збутовою політикою – за допомогою встановлення параметрів попиту за рахунок різних стандартів і умов здійснен-

ня продажу банківських продуктів, регулювання розвитку інфраструктури; ціновою політикою – шляхом зниження собівартості продуктів та послуг банку і використання сучасних інструментів ціноутворення; комунікаційною політикою – через визначення умов розвитку взаємин між банками та його конкурентами, державою, клієнтами, здійснення контролю над засобами реклами тощо. Ефективне використання кожної з політик комплексу маркетингу сприятиме збільшенню фінансових результатів діяльності банківської установи.

Враховуючи викладене вище, маркетинговий аналіз конкурентоспроможності банківських установ України необхідно проводити за наступною схемою (рис. 1).



Рис. 1. Методика аналізу конкурентоспроможності банків на основі інтегральної оцінки ефективності маркетингового комплексу

З точки зору поставлених у дослідженні цілей та можливостей кількісної оцінки статистичної інформації автором розроблено систему показників, що дозволяють оцінити ефективність комплексу маркетингу банківських установ (табл. 1).

Таблиця 1

**Показники оцінки ефективності комплексу маркетингу
банківських установ за окремими напрямками**

Напрями оцінки ефективності маркетингової діяльності	Кількісні показники оцінки	Характеристика
Продуктова політика	1. Частка кредитного ринку . 2. Частка депозитного ринку 3. Динаміка частки ринку за чистими активами.	Показники відображають обсяги продажу банківських продуктів та послуг на окремих сегментах банківського ринку.
Збутова політика	1. Кредитний портфель у розрахунку на 1 територіальний підрозділ. 2. Депозити клієнтів у розрахунку на 1 територіальний підрозділ. 3. Чистий прибуток у розрахунку на 1 територіальний підрозділ.	Дозволяють оцінити активність територіальних підрозділів банку щодо залучення та розміщення ресурсів, а також їх внесок в отримання фінансового результату
Цінова політика	1. Ставка залучення ресурсів. 2. Ставка розміщення коштів. 3. Чистий спред 4. Чиста процентна маржа. 5. Маржа непроцентних доходів.	Характеризують ціни залучення та розміщення ресурсів, різницю між ними, а також активність продажу послуг не кредитного характеру.
Просування (реклама)	1. Витрати на рекламу на одиницю активів. 2. Витрати на рекламу на одиницю прибутку. 3. Співвідношення змін (темтів росту) витрат на рекламу до змін ринкової частки	Непрямим чином дають оцінку ефективності витрат на рекламу, по-перше, оцінюючи величину цих витрат порівняно з прибутком, по-друге, оцінюючи їх внесок у зростання ринкової частки

Визначені в таблиці 1 показники формують інтегральний показник ефективності маркетингової діяльності банку таким чином.

Агрегований показник ефективності продуктової політики розраховується у такий спосіб:

$$E_{\text{prod}} = \sqrt[3]{\Delta MS_a \times MS_k \times MS_d}, \quad (1)$$

де ΔMS_a - зміни частки ринку за розміром чистих активів; MS_d - частка депозитного ринку; MS_k - частка кредитного ринку.

Ефективність цінової політики маркетингу залежить від ціни залучення та розміщення ресурсів, спреду, чистої процентної маржі, маржі непроцентного доходу й прибутковості активів:

$$E_{\text{price}} = \frac{\sqrt[5]{r_a \times \text{spread} \times NIM \times R_{nm} \times ROA}}{r_d}, \quad (2)$$

де r_a - середня ставка розміщення ресурсів; spread – чистий спред; NIM - чиста процентна маржа; R_{nm} - маржа непроцентного доходу; ROA - віддача активів; r_d - середня ставка залучення.

Поєднання показників у формулу (2) пояснюється наступним: для збиткових банків показник віддачі активів має від'ємне значення, тому ступінь має бути непарною; єдиний серед зазначених вище показників, котрий потрібно мінімізувати – це вартість ресурсів, тому його виведено з-під кореня та розташовано у знаменнику.

Для оцінки збутової політики застосовано такий показник:

$$E_{place} = \sqrt[3]{\log_{10} K \times \log_{10} D \times \log_{10} P}, \quad (3)$$

де K - кредити клієнтам у розрахунку на 1 структурний підрозділ, у тис. грн.; D - залучені кошти клієнтів у розрахунку на 1 структурний підрозділ, у тис. грн.; P - чистий прибуток у розрахунку на 1 структурний підрозділ, у тис. грн.

Логарифмування показників необхідне для зменшення їх значення з метою зробити це значення порівняними зі значеннями показників, що характеризують ефективність інших елементів маркетингового комплексу.

Аналіз ефективності комплексу просування проводитимемо таким чином:

$$E_{prom} = \frac{1}{\sqrt[3]{\frac{R}{A} \times \frac{R}{P} \times \frac{R}{\Delta MS_a}}}, \quad (4)$$

де R - витрати на рекламу, тис. грн.; A - чисті активи, тис. грн.; P - прибуток, тис. грн.

Показник (4) розраховується як обернений від кореня добутоків кількісних показників ефективності витрат на рекламу, оскільки за методикою необхідно максимізувати окремі показники ефективності.

Інтегральний показник ефективності маркетингового комплексу банківських установ дисертантом запропоновано розраховувати у такий спосіб:

$$E = 10 E_{prod} + 10 E_{price} + E_{place} + \frac{1}{10} E_{prom} \quad (5)$$

Як і у попередньому випадку, коефіцієнти зважування показників необхідні для того, щоб агреговані показники за окремими напрямками були співставними.

Результати комплексної оцінки ефективності маркетингового комплексу банківських установ з урахуванням поставлених цілей відображено на рис. 2.

Як свідчать дані рис. 2., найбільш конкурентоспроможним є АБ „Південний” як з точки зору досягнення поставлених цілей, так і з точки зору ефективності маркетингового комплексу. Певною мірою нижчий показник характеризує діяльність банку „Порто-Франко”. Нижчі показники характеризують конкурентоспроможність банків 2-ої та 3-ої груп – Імекс-банку та Марфін банку. Вказане дає підстави заключити щодо існування у банку „Південний” конкурентних переваг порівняно з одеськими банками 2-ої та 3-ої груп за розміром активів.

Фінбанк має конкурентні переваги у застосуванні маркетингового комплексу порівняно зі збитковим Місто банком, хоча ефективність його маркетингового комплексу також нижча середнього рівня. Як зазначалося, показник ефективності банку „Порто-Франко” перевищує показник Фінростбанку, який проте активізував діяльність щодо регіонального розвитку. Маркетингова діяльність Інвестбанку характеризує показник, який дещо перевищує середнє значення за регіоном.

Провівши порівняльний аналіз маркетингової діяльності банків Одеського регіону автором представленого дослідження розроблено низку заходів, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності досліджуваних банківських установ.

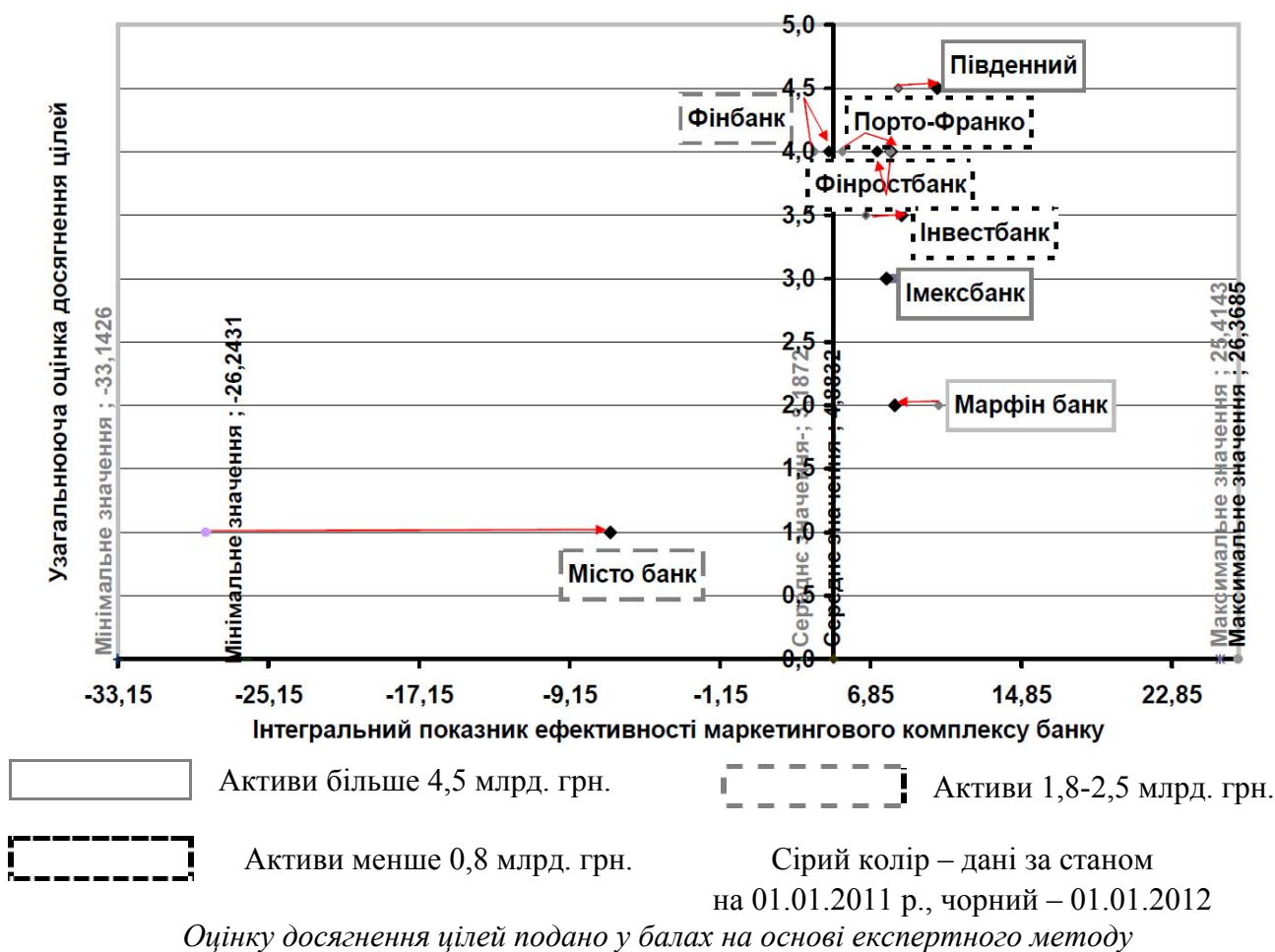


Рис. 2. Узагальнююча оцінка конкурентоспроможності банків Одеського регіону у 2011 році за показником ефективності їх маркетингового комплексу (станом на початок та кінець року)

Власна розробка автора. Складено за даними: [5-13].

1. Необхідно збільшувати дохідність активів передусім за рахунок комісійних доходів. Приросту комісійних доходів можна домогтися за рахунок зростання кількості переказів, комунальних платежів, обслуговування платіжних карт; розвитку альтернативних каналів продажів (Інтернет і клієнт-банк, термінали самообслуговування, банкоматні мережі). Передусім ці рекомендації позитивно вплинуть на дохідність Місто-банку, Фінбанку, банку „Порто-Франко” та Марфін-банку.

2. Ураховуючи значну конкурентну боротьбу на ринку депозитів клієнтів, в управлінні спредом необхідно сконцентрувати увагу на ціні кредитних вкладень. Банк „Південний” та Імексбанк як лідери регіонального ринку можуть ініціювати підвищення кредитних ставок, іншим досліджуваним банкам варто на сегменті залучення депозитів та роздрібного кредитування використовувати цінову стратегію середньоринкових цін, а на кредитному ринку – слідування за лідером.

3. Підвищити дохідність кредитного портфеля можна за рахунок збільшення питомої ваги найбільш дохідних напрямів кредитування – придбання побутової техніки, авто кредитування, овердрафт за платіжними картами. Зважаючи на високий ризик цих кредитних продуктів, розвивати ці напрями варто банкам, котрі отримали дохідність активів нижче се-

реднього рівня, проте не зазнали значних збитків: Фінбанк, банк „Порто-Франко”, Марфін-банк.

Використання запропонованої методики дозволяє, з одного боку, порівняти конкурентоспроможність банківських установ, а, з іншого боку, – обґрунтувати шляхи її удосконалення за рахунок окремих складових маркетингового комплексу. Обрання найефективніших заходів підтримання конкурентоспроможності банківських установ за допомогою інструментів маркетингового комплексу потребує додаткового аналізу їх діяльності. Пріоритетними напрямками такого аналізу є: оцінка продуктів та послуг банку з точки зору їх унікальності, задоволення потреб клієнтів та можливостей впливати на зростання ринкової частки; пошук джерел скорочення витрат з метою покращання показників цінової політики; визначення можливостей використання інформаційних технологій для розповсюдження інформації про банк та розширення каналів збуту банківських продуктів та послуг.

Література

1. Волкова Ю. О. Конкурентоспроможність як соціально – економічна категорія: сутність, структура, класифікація, основи формування / Ю. О. Волкова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008 . – № 10 (65). – С. 27-35
2. Лютий І. Конкурентоспроможність банків в умовах глобалізації та лібералізації руху капіталу / І. Лютий // Вісник НБУ. – 2006. – № 11. – С. 5-12.
3. Кіресв О. Підвищення конкурентоспроможності банку : стратегічний підхід / О.Кіресв // Вісник НБУ. – 2003. – №11. – С. 24-28.
4. Люзьяк М.Е. Конкурентоспроможність банку на регіональному ринку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. 08.00.08 – „Гроші, фінанси і кредит” / М.Е. Люзьяк. – Суми, 2010. – 22 с.
5. Дані фінансової звітності банків України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=64097
6. Офіційний Інтернет сайт ПАТ АБ „Південний” [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://bank.com.ua/>
7. Офіційний Інтернет сайт ПАТ „Імексбанк” [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://imexbank.com.ua/rus/main.phtml>
8. Офіційний Інтернет сайт ПАТ „Марфін Банк” [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://marfinbank.ua/website.nsf>
9. Офіційний Інтернет сайт ПАТ „Фінбанк” [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.finbank.odessa.ua/>
10. Офіційний Інтернет сайт ПАТ „Місто-банк” [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.mistobank.com.ua/>
11. Офіційний Інтернет сайт ПАТ „Фінростбанк” [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.frb.com.ua/ru/minimal-base.html>
12. Офіційний Інтернет сайт ПАТ „Порто-Франко” [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.porto-franco.com/>
13. Офіційний Інтернет сайт ПАТ „Інвестбанк” [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.investbank.com.ua/>

Рекомендовано до публікації:
Д.е.н., проф. Галушко О.С., 19.02.2012

Надійшла до редакції:
23.02.2012

РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ



УДК 338:37:658.001.76

Іляшенко А.Х.

ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Доведено, що трансформація моделі інноваційного процесу потребує підвищення активності вищих навчальних закладів у формуванні і розвитку національної інноваційної системи; переведення економіки на інноваційний шлях розвитку потребує нового підходу до оцінки ролі та місця науки у суспільному прогресі. Досліджується спрямованість інноваційної стратегії освітньої діяльності ВНЗ.

Ключові слова: стратегія інноваційного розвитку, методологічні підходи, фінансова підтримка, вища освіта.

The transformation model of innovative process needs the increase of activity of higher educational establishments forming and development of the national innovative system. Translation of economy on the innovative way of development needs the new going near the estimation of role and science place in public progress. The orientation of educational activity innovative strategy of institutions of higher learning has been analyzed.

Keywords: strategy of innovative development, methodological approaches, financial support, higher education.

Оцінка ефективності фінансових вкладень в інноваційний розвиток вищих навчальних закладів (далі – ВНЗ) припускає нове осмислення ролі інвестиційної привабливості освітніх новацій в інвестиційному процесі вищої освіти. При цьому під інвестиційною привабливістю розуміються переваги інвесторів у виборі того або іншого об'єкту інвестування.

Дослідження фінансового механізму розвитку освіти, формування та використання фінансових ресурсів закладами освіти містяться у працях українських вчених: В.Андрієнко, Т.Боголіб, Н.Верхоглядової, В.Кременя, А. Монаєнко, В.Огаренко, С.Салиги.

Вивченню питання фінансового забезпечення розвитку освітньої галузі присвячені праці російських учених: А.Анчишкіна, С.Белякова, Г.Григоряна, С.Струмліна. Серед іноземних вчених найбільше на увагу заслуговують праці Н.Барра, Г.Беккера, М.Боумена, П.Друкера та інших.

Наукові здобутки згаданих учених є значним внеском у теорію та методологію фінансового забезпечення розвитку освітньої галузі.

Ефективність реалізації інноваційної стратегії ВНЗ і цілеспрямованість розподілу ресурсів істотним чином залежать від того, наскільки оптимально побудована система управління освітньою діяльністю в цілому, тому контроль системи управління освітніми новаціями є необхідною умовою надійності інвестиційних вкладень. Забезпечення надійності інвестиційних вкладень – ключова позиція профілактики ризиків цілеспрямованого інвестування в освітні новації ВНЗ.

Інноваційний розвиток ВНЗ викликає необхідність пошуку додаткових фінансових ресурсів і, відповідно, розширення кола інвесторів освітніх новацій.

У якості основних інвесторів освітніх новацій слід розглянути такі:

- держава, що здійснює інвестиції коштів бюджетів різного рівня в сукупний національний людський капітал;
- бізнес-структури, що інвестують вигідні для них освітні проекти;
- некомерційні організації, що здійснюють цільові інвестиції на виконання грантів;
- приватні інвестори.

Багатоканальне фінансування припускає всі можливі види джерел фінансування освітньої діяльності. Проте вибір оптимальних методів оцінки ефективності фінансових вкладень в освітні новачії вимагає розподілу їх на зовнішні і внутрішні. Зовнішні фінансові вкладення - це державні інвестиції, грошові кошти бізнес-суспільства, у тому числі і комерційних банків, гранти некомерційних організацій, приватні внески, венчурний капітал. До внутрішніх джерел фінансового забезпечення освітніх інновацій слід віднести дохід, отриманий від реалізації інноваційних освітніх програм, нововведень у сфері освітніх технологій, нових методів і форм організації учбового процесу, нових інформаційних і технічних засобів навчання і інших освітніх новачій, а також перевищення доходів (витрат) від поточної освітньої діяльності (реінвестиції).

Привабливість тих або інших джерел розвитку освітньої діяльності ВНЗ можна оцінити експертним шляхом по таких критеріях, як: ємність, доступність, ризикована і загальна привабливість.

Ємність джерела інвестування - потенційний об'єм фінансових ресурсів, який може бути направлений на розвиток інноваційної освітньої діяльності ВНЗ. Доступність джерела інвестування - це зручність отримання фінансових ресурсів і розпорядження ними в процесі генерації ідеї, розробки і впровадження освітніх новачій. Ризик інвестиційного джерела - це вірогідність втрати частини коштів, призначених для інвестування освітніх новачій. Привабливість інвестиційного джерела - це інтегральний показник, що формується на основі оцінки його критеріїв (кількість, доступність і ризики) відповідно до експертної оцінки [1].

Держава як стратегічний інвестор державних і регіональних освітніх проектів, залишаючись адміністратором бюджетних коштів, через казначейську систему здатна у будь-якому випадку зберегти контроль над цільовим використанням виділених інвестицій і таким чином мінімізувати інвестиційні ризики. Інвестиційні ризики бізнес-структур у сфері вищої освіти збільшуються, якщо прирощений людський капітал дозволяє співробітникам змінити місце роботи або зажадати вищу оплату. Бізнес-структури будуть зацікавлені в довгострокових інвестиціях в інтелектуально-інноваційний потенціал тільки у разі отримання відповідних преференцій від держави у вигляді податкових і фінансових стимулів.

Некомерційні організації, акумулюючи приватні засоби корпорацій або бюджетів різних держав, реалізують освітні проекти, не враховуючи інвестиційних ризиків, оскільки як результат своєї діяльності вони розглядають довгострокові цілі у вигляді експансії на нові ринки, підготовки кадрів для аутсорсингу, офшорного навчання і ін. Приватні інвестори (сім'я, студент), здійснюючи інвестиції в вищу освіту, також переслідують довгострокові цілі, вважаючи дані вкладення виправданими при отриманні спеціальності, затребуваної на ринку праці.

У будь-якому випадку для мінімізації інвестиційних ризиків інвесторові необхідно реалізувати своє право розпорядження і контролю за ефективністю і надійністю власних вкладень. На практиці це означає, що перш, ніж вкладати великі засоби в освітні новачії ВНЗ, інвестор повинен невеликими засобами забезпечити такі умови, при яких він буде упевнений, що його вкладення використані ефективно і на ті цілі, на які вони були спрямовані [3].

Для того, щоб управляти ефективністю вкладень в освітні новачії, інвестор перш за все повинен брати участь у формуванні інноваційної стратегії розвитку ВНЗ і встановити ко-

нтроль за створенням і реалізацією цієї стратегії. Мета стратегічного планування інноваційного розвитку ВНЗ – створювати, упроваджувати і розвивати нові напрями, форми організації освітньої діяльності. Стратегічне планування і контроль відхилень від заданих параметрів дають умови для постійного моніторингу інновацій з боку інвестора, формуючи прозору траєкторію управління інвестиційними вкладеннями [2, с.351].

Друга ключова властивість, у формуванні якої необхідно інвестувати засоби для мінімізації ризиків, - цілеспрямованість розподілу ресурсів. Контроль за розподілом ресурсів є необхідною умовою для управління надійністю інвестиційних вкладень. Цілеспрямованість розподілу ресурсів на освітні новації - це підлеглість фінансової політики ВНЗ прийнятої інноваційної стратегії розвитку освітньої діяльності. Фінансова політика ВНЗ повинна ґрунтуватися на балансі інтересів суспільства, держави і ВНЗ і бути сукупністю принципів і критеріїв, відповідно до яких будується фінансова діяльність і формується бюджет реалізації інноваційної стратегії. Якою б правильною не була стратегія, якщо інвестиційні ресурси витрачаються на щось інше, ефективність її реалізації знижується. І навпаки, якщо інвестор цілеспрямовано впливатиме на управління інноваціями з тим, щоб зробити прозорою фінансову діяльність по трансформації ресурсів в інновації, він у будь-який момент буде мати змогу контролювати доцільність витрачання засобів, забезпечивши тим самим надійність власних вкладень.

Ефективність реалізації інноваційної стратегії ВНЗ і цілеспрямованість розподілу ресурсів істотним чином залежать від того, наскільки оптимально побудована система управління освітньою діяльністю в цілому, тому контроль системи управління освітніми новаціями є необхідною умовою надійності інвестиційних вкладень. Забезпечення надійності інвестиційних вкладень - третя ключова позиція профілактики ризиків цілеспрямованого інвестування в освітні новації ВНЗ.

Формуючи ключові позиції мінімізації інвестиційних ризиків, інвестор вимушений брати участь в структуризації освітньої діяльності ВНЗ в цілому, здійснюючи при цьому моніторинг і оцінку ефективності інвестиційних вкладень. Моніторинг ефективності інвестиційних вкладень - це дієвий контроль інвестора за тим, щоб інноваційна освітня діяльність ВНЗ як об'єкту інвестицій постійно здійснювалася відповідно до встановленої інноваційної стратегії і була забезпечена ресурсами відповідно до прийнятої фінансової політики. Істотна відмінність такого підходу полягає в тому, що інвестор не втручається в результативні процеси освітньої діяльності, а забезпечує такі умови, щоб результативність була закладена в структурних процесах, і контролює постійне функціонування цієї структури. Він не розподіляє ресурси, а створює такі умови, при яких фінансова діяльність, що забезпечує розробку і впровадження освітніх новацій, стає прозорою.

На етапі формування механізмів, що забезпечують прозорість управління інвестиціями в освітні новації, їх інвестиційна привабливість зводиться до забезпечення доступу інвестора як до створення цих механізмів, так і до участі в контролі за їх функціонуванням. Чим ширше доступ, тим вище інвестиційна привабливість інновацій для інвестора. Коли механізми прозорості сформовані і відлагоджені, забезпечення інвестиційної привабливості зводиться до регулювання включеності інвестора в ухвалення стратегічних рішень інноваційного розвитку ВНЗ і формування фінансової політики.

Першим етапом у формуванні механізмів, що забезпечують прозорість управління інвестиціями в освітні новації, є розробка інноваційної стратегії розвитку освітньої діяльності [4]. Інноваційна стратегія встановлює і показує організаційну мету вищої школи в термінах довгострокових завдань, програм дій і способів визначення пріоритетів, вибирає справжню і майбутню траєкторії інноваційної спрямованості освітньої діяльності ВНЗ. Визначення інноваційної стратегії розвитку вищої освіти є компетенцією державних органів управління

як стратегічних інвесторів освітніх новацій. Це підтверджується і тим, що стратегія є засобом для селективного інвестування в реальні і невідчутні ресурси, щоб розвинути можливості, які гарантують життєздатну і конкурентноздатну перевагу вітчизняної системи вищої освіти. Проте важливо розробити такий підхід до стратегічного і тактичного планування освітніх новацій, який відповідатиме особливостям функціонування кожного ВНЗ. У такому разі вище керівництво ВНЗ стає головним виконавцем розробленою спільно з інвесторами інноваційної стратегії і несе повноту відповідальності за її реалізацію. При формуванні інноваційної стратегії розвитку ВНЗ необхідно враховувати:

- сполучення із загальною стратегічною лінією розвитку ВНЗ і його місією, яка ідентифікує головні цілі і їх характеристики, і використовується як контекст для розробки і визначенні інноваційних стратегій;
- аналіз зовнішніх і внутрішніх умов реалізації інноваційної стратегії;
- визначення ключових освітніх новацій як першочергових об'єктів інвестування;
- дослідження альтернативних варіантів інноваційної стратегії;
- складання оперативних планів, відповідних стратегічним завданням інноваційного розвитку;
- розробку системи оцінки і контролю виконання планів.

Відмітною особливістю розробки інноваційної стратегії ВНЗ є її орієнтованість на інвестиційну привабливість освітніх новацій. Тому повинне вирішуватися завдання збалансованості інтересів ВНЗ як суб'єкта, що сподівається за результативність освітніх новацій, з інтересами інвесторів, які здійснюють ресурсне забезпечення реалізації інноваційної стратегії.

З позицій концептуальних підходів до формування інвестиційної привабливості освітніх новацій інноваційну стратегію розвитку освітньої діяльності ВНЗ можна сформулювати таким чином: «на основі інституційних і технологічних змін у вищій освіті, обумовлених його ключовою роллю в інноваційному розвитку суспільства, розробити і реалізувати освітні новації, що забезпечують інвестиційну привабливість освітньої діяльності».

Запропонована інноваційна стратегія вирішує задачу збалансованості інтересів інвесторів, і навчальних закладів в процесі ресурсного забезпечення, розробки і реалізації освітніх новацій одночасно на рівні організаційно-управлінської інфраструктури, змісту, технологій і методів навчання, зовнішніх і внутрішніх комунікацій.

Інноваційною стратегією передбачена пріоритетність інвестицій в освітні новації, як стимулюючого процесу генерації і оновлення знань, які у разі трансформації їх в нематеріальні активи самі можуть виступати в ролі додаткового джерела ресурсного забезпечення.

Стратегія інноваційного розвитку освітньої діяльності ВНЗ повинна розроблятися у взаємозв'язку з іншими функціональними стратегіями за умови забезпечення її гнучкості і альтернативності стратегічного вибору. У зв'язку з цим після визначення ключових напрямів інноваційного розвитку в період часу, охоплюваний стратегічним планом з інвестором узгоджуються методи, необхідні для досягнення поставлених цілей. В цьому випадку стратегія стає компонентом, що пов'язує цілі інвестування і результати освітніх новацій.

Необхідно провести дослідження альтернативних варіантів інноваційної стратегії з метою мінімізації інвестиційних ризиків і на основі підсумків проведеного дослідження розробити оперативний (робочий) план. Оперативний план встановлює послідовність дій як структурних підрозділів ВНЗ, так і інвесторів освітніх новацій. Він розробляється для всіх типів освітніх новацій в рамках інноваційної стратегії, які повинні бути забезпечені інвестиційними ресурсами в цілях забезпечення інвестиційної привабливості оперативного плану.

Умовою його реалізації може стати розробка індивідуальних планів інноваційного розвитку ключових підрозділів освітньої діяльності ВНЗ - деканатів і кафедр.

Зовнішній контроль з боку інвесторів і внутрішньовузівський контроль повинні простежити за розробкою плану дій, тобто планування і контроль повинні бути інтегровані один в одного. За наслідками інтегрованого контролю можливо і доцільно:

- оцінювати ефективність управління ресурсним забезпеченням освітніх новацій;
- сформувати системи мотивації і стимулювання розробки і впровадження освітніх новацій;
- змінювати якісні і кількісні характеристики як самої освітньої діяльності, так і організаційно-управлінської інфраструктури ВНЗ;
- гарантувати цільове використання інвестицій;
- встановлювати оптимальні варіанти використання різних джерел фінансових вкладень;
- забезпечувати умови для взаємодоповнення і вільного переливу інвестицій по напрямках інноваційної стратегії ВНЗ;
- визначати індикатори порівняння об'ємів ресурсного забезпечення і результатів освітніх новацій.

Стратегічне планування інноваційної освітньої діяльності може бути успішне, тільки якщо всі працівники ВНЗ переймають на себе відповідальність створення робочого плану дій. Керівництво ВНЗ – ключова ланка в цьому процесі, що створює сприятливе середовище для формування, розвитку і стимулюванні інтелектуально-творчого потенціалу учасників інноваційного процесу. Система стратегічного планування, що включає послідовне визначення напрямів інноваційного розвитку, розробку багаторівневих планів, завдань, визначення термінів відповідальних за виконання, повинна передбачати і постійний моніторинг руху до поставлених цілей, і надання зворотного зв'язку по наявних відхиленнях.

Для кожної складової стратегії інноваційного розвитку освітньої діяльності ВНЗ і підвищення її інвестиційної привабливості передбачені свої цілі і завдання. В рамках клієнтської перспективи основними індикаторами інвестиційної привабливості освітніх новацій є:

- клієнтоорієнтованість нових освітніх програм;
- рейтинг авторських курсів і нових освітніх технологій на ринку освітніх послуг;
- задоволеність інвесторів, зокрема збільшення затребуваності випускників, підготовлених відповідно до нової парадигми вищої освіти, на ринку праці;
- кількість нововведень і їх якісні характеристики і ін.

У перспективі цілі бізнес-процесів фокусуються на процесах, які впливають на досягнення намічених результатів і задоволення інвесторів освітніх новацій. У цій же перспективі доцільно розглядати всі стадії інноваційного процесу, аналізувати і контролювати всі процедури і дії учасників освітніх новацій. Перспектива «навчання і розвиток» визначає інфраструктуру для підтримки інноваційної діяльності, яку необхідно сформувати для забезпечення зростання і розвитку в довгостроковій перспективі. Зростання і розвиток є результатом синергії основних чинників: професійного, інтелектуального і творчого потенціалу викладачів і студентів, інформаційних систем і організаційних процедур.

Основною метою фінансової перспективи є збільшення рентабельності інноваційних освітніх програм і їх інвестиційної привабливості. Ці складові сприяють реалізації інноваційної стратегії розвитку освітньої діяльності в рамках єдиної стратегії і місії ВНЗ.

Тактичними завданнями інноваційної стратегії розвитку освітньої діяльності ВНЗ для його інвесторів можуть бути:

- завдання інституційного розвитку;
- завдання зміни змісту, форм і методів навчання;
- завдання інформаційного і комп'ютерного переоснащення ВНЗ;
- завдання системи стимулювання персоналу ВНЗ.

Вирішення завдань інституційного розвитку ВНЗ припускає зміни традиційної структури управління освітньою діяльністю на координаційну для матриці структуру, в якій має місце інтеграція стабільних функціонально-лінійних служб (деканати, кафедри) і тимчасових цільових структур (творчих педагогічних колективів). Взаємодія лінійно-функціональних і програмно-цільових підсистем управління спирається на збалансоване розділення відповідальності, має рацію і функцій між елементами обох систем. Створення тимчасових творчих колективів, проектних груп і ін. для вирішення конкретних інноваційних (проектних) завдань дозволяє досягати високої організованості і стабільності в реалізації освітніх програм, швидкій реакції на зміну ситуації, концентрації ресурсів для вирішення інноваційних завдань.

Питання залучення інвестицій у вищу освіту є ключовим питанням розвитку суспільства в цілому, а питання залучення інвестицій в освітні новачі - ключовим напрямом інноваційного розвитку ВНЗ. Це пояснюється тим, що у момент здійснення вкладень інвестори встановлюють зв'язок з конкретним ВНЗ і стають учасниками його інноваційної діяльності. Результатом дії інвесторів можна вважати зміну якісних і кількісних характеристик освітньої діяльності ВНЗ. У перспективі – приріст інтелектуально-інноваційного потенціалу працівників, що матеріалізується у вигляді інвестиційного доходу, впливає на інвестора, у свою чергу змінюючи його властивості і заповнюючи вкладені ресурси. Зрештою після припинення інвестиційного процесу і ВНЗ як суб'єкт, і інвестор як об'єкт інвестування починають існувати в новій якості. Таким чином, інвестиційні процеси у вищій освіті дозволяють створити і підтримувати ланцюгову реакцію інноваційного розвитку всіх секторів національної економіки, тобто є чинником прискорення соціально-економічного розвитку суспільства.

Література

1. Артемова В. Проблеми розвитку науки і використання наукових знань / В. Артемова, В. Гулеватий // Економіка України. – 2001. – № 4. – С. 92-95.
2. Боголіб Т.М. Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки України в трансформаційний період / Т.М. Боголіб. – К.: Освіта України, 2007. – 592 с.
3. Гончаренюк И. Инновационная деятельность – новая миссия уни-верситетов / И. Гончаренюк // „Alma mater”. – 2004. – № 6. – С. 25-28.
4. Довгань Л.Є. Інноваційні підходи до генерування новітніх знань та управління ними / Л.Є. Довгань, Н.О. Сімченко // Проблеми науки. – 2005. – № 7. – С. 47-51.

Рекомендовано до друку:
д.е.н., доц. Метеленко Н.Г., 16.02.2012

Надійшла до редакції:
01.03.2012

УДК 339.138

Бобало О.Ю.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ВНЗ В РИНКОВИХ УМОВАХ З ТОЧКИ ЗОРУ МАРКЕТИНГУ

В статті розглянуто особливості функціонування українських вищих навчальних закладів, які можна використати на користь ВНЗ за допомогою маркетингових інструментів. Наведено основні чинники, що впливають на діяльність ВНЗ.

Ключові слова: вищі навчальні заклади, особливості функціонування, чинники, маркетинг.

The article considers the features of functioning of the Ukrainian higher education institutions which can be used in favor of universities by applying the marketing tools. The basic factors which influence the activity of universities are reviewed.

Keywords: higher education institutions, the functioning features, factors, marketing.

У 2010 році в Україні нараховувалось 900 закладів вищої освіти. У 2005 році мережа державних організацій системи освіти містила в собі 654 ВНЗ з 1680 філіями, 2628 закладів середньої професійної освіти, 3789 закладів початкової професійної освіти, 63 закладів додаткової професійної освіти. Загальна кількість студентів і учнів, що навчаються на всіх рівнях освіти в Україні, складає 6 млн. осіб, у тому числі 3 596 тис. студентів ВНЗ. Недержавний сектор освіти представлений тільки в системі вищої професійної освіти: питома вага недержавних ВНЗ у загальному їхньому числі досягла 37,5%. В них навчається 13% від чисельності всіх студентів ВНЗ. Переважна більшість приватних та недержавних ВНЗ спеціалізується в напрямках, які не вимагають значних капіталовкладень в розвиток та підтримку матеріально-технічної бази, необхідної для навчання студентів технічних спеціальностей, тому в таких ВНЗ присутні переважно гуманітарні напрямки. В недержавних та приватних ВНЗ приділяється мало уваги науково-дослідницькій діяльності, науковим дослідженням в галузі фундаментальних та прикладних наук, відсутні системи підготовки кваліфікованих науково-педагогічних кадрів з використанням аспірантури і докторантури; переважно відсутні спеціалізовані Вчені ради по захисту кандидатських та докторських дисертацій. Кількість ВНЗ протягом останнього десятиліття неухильно зростає, а загальна чисельність населення України постійно скорочується, отже зростає і конкуренція між ВНЗ.

Варто зазначити, що спостерігається щорічне падіння рівня підготовки вступників до ВНЗ, що означає розрив між наявними у вступників знаннями та знаннями, які надають вищі навчальні заклади. Тобто знань вступників до ВНЗ не вистарчає для того, щоб гармонійно продовжити їхнє накопичення у ВНЗ. Це, в свою чергу, створює проблеми для викладачів ВНЗ та навчального процесу, з точки зору донесення інформації до слухачів лекцій – те що школяр повинен був вивчити в школі тепер потрібно викладати йому в ВНЗ, що робить процес викладання довшим, ніж 5-10 років назад і не вкладається в навчальні плани жодного ВНЗ.

Підтвердженням цього можна вважати дані рейтингу Глобальної конкурентоспроможності 2011-2012, де Україна займала 62 місце – за якістю освітньої системи, 52 місце – за якістю початкової освіти, 51 місце – за якістю вищої освіти. Ці результати є значно гіршими за результати попередніх 2010-2011 років, коли по вищенаведених показниках Україна займала відповідно 56, 49 та 46 місця [1, 2]. Окрім вищенаведених, варто відзначити ще й такі особливості функціонування ВНЗ, а також чинники, що впливають на їхню діяльність:

1. Специфічність ринку освітніх послуг з точки зору змісту продукту.
2. Одночасне виконання як ролі виробника товару, так і ролі його споживача.
3. Тенденція до змін статусу та змісту вищої освіти.

4. Падіння усвідомлення вступниками та студентами того, що їм потрібні знання, а не дипломна книжка.
 5. Ріст кількості працедавців, які розуміють обмеженість ринку кваліфікованих кадрів.
 6. Постійне збільшення обсягів інформаційних потоків.
 7. Затримка в декілька років між початком надання послуги з навчання та можливістю використання отриманих знань в повному обсязі.
 8. Відсутність певних знань та умінь (в т.ч. комунікативних), які мали б бути отримані протягом навчання у переважної більшості випускників ВНЗ.
 9. Зменшення кількості студентів та випускників, які хочуть займатись, або продовжувати займатись науковою діяльністю.
 10. Розвиток всіх напрямків наукової діяльності, які присутні в певному ВНЗ.
 11. Неможливість спрогнозувати рівень державного бюджетування на наступні періоди.
 12. Необхідність проведення фандрайзингу.
 13. Скорочення кількості випускників шкіл через демографічну кризу початку 90-х років минулого століття.
 14. Пошук ЦА на результати наукових досліджень.
 15. Низький рівень знання іноземних мов викладачами та науковцями ВНЗ.
 16. Відсутність наукових підходів до формування іміджу ВНЗ.
- Розглянемо ці чинники та особливості середовища ВНЗ детальніше.

1. Специфічність ринку освітніх послуг з точки зору змісту продукту, оскільки основним товаром, який пропонується вищим навчальним закладом є інформація. Інформація є одним з небагатьох ресурсів, які є невичерпними. Ринок інформаційних продуктів та послуг щороку зростає темпами, які в декілька раз перевищують темпи росту ринків в інших галузях. Його перспективність визначається і тим, що інформацією неможливо запастись заздалегідь, її не буває достатньо, вона щосекунди змінюється та оновлюється, тому усі галузі, без виключення, відчують неперервну потребу в інформації. Постійне оновлення інформації людиною та її аналізування стають життєво необхідними, оскільки часто можуть вказати на значні зміни, а деколи і на занепад цілих галузей діяльності на ринку незалежно від того, наскільки ці галузі розвинуті в кожній країні. Так, прогноз світових рейтингової асоціації FutureEurope на 2011-2015 роки [3] вказує, що з імовірністю 97% галузь інформаційних технологій поглине ряд суміжних галузей (ігри, грошові перекази, валютні спекуляції, реєстрацію юридичним особам тощо) та виросте на 170-200%. Ця незначна за своїм змістом (але не суттю) інформація несе в собі величезний об'єм потенціалу, який може використати кожен, хто володіє, навіть, посередніми аналітичними здібностями – збільшення потреби в експертах з даних галузей, які володіють на необхідному рівні відповідними досвідом, навиками та знаннями ІТ, «смерть» вищенаведених поглинутих галузей, потреба в додатковому навчанні за певними напрямками, особливо для глибокого розуміння ІТ-працівниками специфіки тих галузей, які будуть поглинатись.

Розглядаючи питання збільшення обсягів інформації необхідно зазначити, що одночасно зі збільшенням цих обсягів, пришвидшується застарівання інформаційних продуктів – якщо 10-20 років тому середній життєвий цикл інформаційного товару складав приблизно 10 років, то зараз скоротився до 2-4 років [4].

2. ВНЗ є організаціями, які є інтенсивними споживачами власних послуг. Тобто, частина випускників ВНЗ, залишається працювати в ньому шляхом здійснення наукових досліджень (аспірантура), працевлаштування на посади, які не вимагають досвіду роботи та

наукового ступеня – інженерами, асистентами, лаборантами, допоміжним персоналом і т. п. Це може вказувати на існування не так спіральної системи освіти, як замкнутої кругової - при низькому рівні надання освітніх послуг певними ВНЗ, ці вищі навчальні заклади виховують недостатньо підготовані професійні кадри, які наступному поколінню студентів знову надають освітні послуги на низькому рівні.

3. З часу розпаду Радянського Союзу і дотепер, система освіти України продовжує працювати за отриманими в спадок радянськими освітніми системами – за останні 20 років було проведено лише незначні корективи. Тому, через застарілість освітньої системи, існує значна потреба в проведенні реформ. Тенденція до змін статусу та змісту вищої освіти, зумовлена глобальними змінами в суспільстві. Значне збільшення потоків інформації, інформатизація суспільства та ускладнення технологічних процесів призвели до зміщення від потреби в кваліфікованих робочих кадрах, до потреби в інтелектуальних працівниках. У Світовій декларації ООН стосовно вищої освіти ХІІ століття, проголошеної у 1998 році говориться: «На порозі ХХІ століття ми стаємо свідками безпрецедентного попиту на вищу освіту та її широку диверсифікацію поряд з все більшим усвідомленням її вирішального значення для соціально-культурного та економічного розвитку і створення такого майбутнього, в якому більш молоді покоління повинні будуть оволодівати новими навичками, знаннями та ідеями». А це, в свою чергу призводить до необхідності зміни навчальних підходів. Так, застарілим варто вважати підхід, в якому студентам викладається тільки теорія і основною метою є «втиснути» якомога більше знань та стандартів, повинен змінитись на підхід, в якому базовим елементом стане стимулювання студентів мислити творчо а також зрозуміти важливість та потребу в саморозвитку. Провідні ВНЗ Західної Європи вже внесли зміни до навчальних підходів, так в Оксфордському університеті кількість годин, відведених студентам на самостійну роботу значно перевищує кількість годин запланованих на роботу з викладачем. А викладачі виконують функцію наставника (викладачів як таких не існує, існують *mentors* - наставники), а не вчителя.

4. Падіння усвідомлення вступниками та студентами того, що їм потрібні знання, а не дипломна книжка. За даними вітчизняних ВНЗ зменшується кількість бюджетних студентів, які навчаються. В той же час збільшується кількість студентів, які оплачують своє навчання, але, незважаючи на витрати, не докладають належних зусиль для отримання та засвоєння знань. Якість освітніх послуг ряду недержавних ВНЗ є сумнівною. І, вже сьогодні, при прийомі на роботу можна зустріти інформацію на кшталт: «випускників *таких-товарищів навчальних закладів* просимо не турбувати). В результаті цього середньостатистичний рівень знань в державі падає.

5. Ріст кількості працедавців, які розуміють обмеженість ринку кваліфікованих кадрів, що призводить до того, що працедавці починають приділяти все більшу увагу прямому відбору випускників вищих навчальних закладів одразу по закінченню ними навчального закладу, а іноді і на останніх роках їхнього навчання у закладі. Отже з'являється можливість запровадити стипендії від меценатів чи підприємств, які виплачують стипендії і, одночасно, готують собі кадровий потенціал. Адже протягом певного періоду часу організації, підприємства та інші суб'єкти підприємницької діяльності мають можливість спостерігати за навчанням конкретних студентів, оцінювати їхні можливості і брати до себе на роботу не «кота в мішку», а випускника, якого вони вже знають.

6. Постійне збільшення обсягів інформаційних потоків, швидкості їх надходження вимагає більш швидкого, ніж декілька десятиліть назад, усвідомлення інформації, її аналізування та видачі результату або ефективного рішення. Статистичними даними доведено, що матеріали, які публікуються в газеті New York Times протягом тижня, містять

інформації більше, ніж сприймала окрема людина у XVIII столітті протягом всього свого життя.

Сьогодні, для того, щоб успішно працювати, середньостатистичному працівникові необхідно не тільки володіти інформацією стосовно подій на підприємстві, в місті та державі знаходження підприємства, але і здійснювати постійні пошуки інформації щодо подій та тенденцій розвитку аналогічних та суміжних ринків на усіх континентах і ще багато іншої інформації. Така гіпотеза підтверджується словами М. Згуровського: «У всіх сферах людської діяльності суттєво зростає роль системних, міждисциплінарних знань людини, необхідних для раціонального та осмисленого оперування з безмежними потоками знань та даних з метою вирішення нових, нестандартних проблем. В цій новій парадигмі найбільш важливе місце надається аналітичним здібностям педагога та вченого, тобто його здатності систематизувати необхідну інформацію, точно формулювати проблеми та гіпотези, бачити в сукупності даних певні закономірності, отримувати рішення нестандартних міждисциплінарних завдань» [5]. Але, будь-яка інформація мало важить, якщо її не помістити в певну систему, яка будучи цільною дасть цільну картину того, що відбувається [6], а це неможливо без її аналізування, що потребує постійної концентрації уваги, спрямованої на відбір корисної та відсів непотрібної інформації, зменшує час на прийняття рішень, що призводить до потреби пошуку нових методів обробки та аналізування інформації. Такі методи можуть розроблятися та пропонуватись ВНЗ.

7. Для освітніх послуг характерна затримка в декілька років між початком надання послуги (навчання) та можливістю використання отриманих знань в повному обсязі, а, отже, побачити наскільки отримані знання були актуальними і, чи принесуть його власникові очікувані рівень добробуту та кар'єрне просування. Тому оцінити якість в процесі отримання освіти вкрай важко, аж до моменту застосування знань, отриманих під час навчання.

8. Працедавці звертають увагу на те, що переважна більшість випускників ВНЗ не володіє знаннями та вміннями роботи в колективі, комунікаційними навиками і часто не можуть скласти ділового листа, допускаючи в ньому значну кількість граматичних та пунктуаційних помилок. Частина працедавців скаржиться, що претенденти на вакансію, які щойно закінчили ВНЗ не є пунктуальними та мають завищені, нічим не підкріплені вимоги до рівня оплати праці.

9. Результатом пункту 4 є зменшення кількості студентів та випускників, які хочуть займатись, або продовжувати займатись науковою діяльністю (присвятити себе науці). І частішають випадки того, що випускники залишаються після закінчення ВНЗ у своїй Альмаматері не для розвитку конкретного напрямку науки, а через те, що не впевнені, що зможуть працевлаштуватись на іншому місці. Тому, викладанням займаються особи, які або не мають достатніх знань в необхідній галузі, або володіють знаннями в абсолютно іншому напрямку науки. Рівень викладання падає разом з рівнем підготовки студентів. Так, у Вінницькій області з загальної кількості випускників, який було прийнято на роботу в 2007-2009 роках, за даними Рахункової палати, протягом першого року було звільнено 87,5% [7]. Також, суттєвою проблемою протягом останніх років є кваліфікаційний рівень випускників факультетів журналістики, які отримали необхідні знання письма, але не перевірки отриманих фактів, абсолютно не орієнтуються в проблемах тих чи інших галузей народного господарства. А більшість випускників спеціальності «Міжнародні відносини» не розуміють суті базових понять та аспектів міжнародної діяльності (роботи митниці, термінів ІНКОТЕРМС і т.п.). Комерціалізація вищої освіти призвела також до того, що вищим навчальним закладам стало не вигідно виключати з своїх лав студентів, які навчаються на комерційній основі, оскільки в такому випадку ВНЗ втрачає не лише частину коштів, які надходили від таких студентів але і зменшується навантаження на викладачів.

10. Кожен ВНЗ бажає активно розвивати всі актуальні напрямки наукової діяльності. А для ефективних наукових розробок необхідна співпраця з іншими організаціями – підприємствами, незалежними лабораторіями, іншими організаціями включно з вищими навчальними закладами в тому числі і закордонними, участь в грандах, конкурсах, конференціях, симпозіумах і т.п.

11. Державний ВНЗ є неприбутковою організацією, яка фінансується з Державного бюджету України і спланувати рівень державного фінансування на наступний рік навчальний заклад не може, оскільки рішення про величину бюджету приймає Верховна Рада України, а розподіл між ВНЗ здійснює Міністерство освіти і науки, молоді та спорту. Але вищий навчальний заклад, може самостійно розпоряджатись доходами та іншими надходженнями одержаними від дозволених законодавством платних послуг. Для фінансування ВНЗ можуть залучатись додаткові джерела фінансування не заборонені законодавством [8]. Одним з таких джерел може бути активна маркетингова діяльність в напрямку надання консалтингових послуг, проведення досліджень, надання вільних площ, які є власністю ВНЗ в оренду з метою розміщення реклами і т.п.

12. Постійні нестача фінансових ресурсів та загроза скорочення державного фінансування стимулює державні навчальні заклади до пошуку сторонніх ресурсів (переважно грошових), фондів, програм для реалізації власних проектів та задач. В цьому випадку використовується фандрайзинг [9] (від англ. fund – кошти, фінансування; rising – піднімати, залучати), який полягає у пошуку донорів, обґрунтуванні потреб закладу, та формуванні громадської думки на користь закладу. До донорів відносяться як фізичні особи (в тому числі батьки студентів, випускники), так і юридичні – підприємства, корпорації, фонди тощо.

13. Демографічна криза першої половини 90-х років XX ст., привела до скорочення кількості випускників шкіл а отже і абітурієнтів 2011-2012 років, що зменшує державне замовлення по більшості спеціальностей, а отже збільшує конкуренцію між ВНЗ, особливо по залученню абітурієнтів на комерційній основі, оскільки скорочення студентів приводить до потреби перегляду навчальних планів, зменшення навантаження на одного викладача. В цьому випадку ВНЗ стикається з дилемою або знизити викладачам заробітну плату, або скоротити певну кількість викладачів, або шукати нові ринки збуту власних послуг чи нову цільову аудиторію. Протилежна ситуація складається в країнах Західної Європи. За даними Європейської Комісії [10], згідно досліджень, у 2020 році 35% усіх посад в межах Європейського Союзу вимагатиме кваліфікацій високого рівня, а заклади вищої освіти зараз забезпечують підготовку та випуск тільки 26% таких кадрів. Тому Європейська комісія висуває вимогу до країн Євросоюзу – 40% молодих людей в Європі повинні у 2020 році мати закінчену вищу освіту.

14. Важко знайти покупця на результати наукових розробок та досліджень. Крім продажу наявних наукових розробок, закордонні університети активно працюють з потенційними споживачами, шляхом їхнього пошуку та залучення до дослідницького процесу. Кожен університет намагається відкрити в себе для кожної наукової школи, наявної в його “стінах” науково-дослідницький центр. Здійснювати фінансування такого центру власними силами ВНЗ, як правило, не спроможний, тому здійснює пошук потенційних партнерів-спонсорів, які в майбутньому зможуть використовувати розробки такого центру. Університети в такому випадку ще до отримання результатів досліджень та розробок отримують реального покупця, який вносить часткову передоплату за майбутній продукт. Підприємствам така співпраця є вигідною, оскільки вони економлять на відкритті власних наукових центрів (НДЦ) з оплатою науковцям, яка є вищою, ніж в НДЦ при університетах. Варто зауважити, що останнім часом багато великих міжнародних корпорацій типу Philips,

General Electric закрили частину власних НДЦ та користуються послугами незалежних центрів, які завдяки використанню інформаційних технологій можуть знаходитись не лише в іншій країні, але і на іншому континенті. Така співпраця характерна і для компаній, які використовують результати програмного забезпечення. Така співпраця підприємств та ВНЗ позитивна і тим, що крім підняття ВНЗ на якісно новий рівень шляхом підняття кваліфікації науковців, також створює додаткові робочі місця.

15. Недостатня кількість викладачів та науковців з знанням іноземної мови, що негативно впливає на кількість іноземних студентів в ВНЗ України, унеможлиблює викладання предметів англійською мовою, що вже стало звичною практикою багатьох закордонних ВНЗ, національною мовою яких не є англійська. Поверхнєве знання іноземних мов науковцями впливає і на кількість публікацій в іноземних фахових виданнях, в тому числі у виданнях, що входять до переліку Scopus, а це є одним з факторів оцінювання ВНЗ в міжнародних рейтингах.

16. Відсутні наукові підходи до формування іміджу ВНЗ, до використання його атрибутів та відзнак, представлення закладу на вітчизняних та міжнародних заходах, в тому числі на виставках, фестивалях, форумах.

Зважаючи на характерні для теперішнього часу тенденції, що ведуть до зменшення кількості вищих навчальних закладів за рахунок поглинання менших та перевід найменших ВНЗ в статус коледжів, більшість ВНЗ починають надавати, фактично, однакові послуги. В такому випадку різницю між закладами побачити стає все складніше.

Якщо ВНЗ бажає активно розвиватись на ринку освітніх послуг, здійснювати постійний моніторинг цього ринку, покращувати власний імідж, активно співпрацювати з суспільством, використовувати нестандартні для вітчизняної освіти підходи, які довели свою ефективність в країнах західної Європи та Північної Америки та збільшити власні доходи, то такий ВНЗ повинен мати в своєму складі підрозділ маркетингу.

Конкурентоспроможність України, як і будь-якої держави визначається конкурентоспроможністю усіх галузей а отже і конкурентоспроможністю кожного працівника. Тому в ринкових умовах кваліфікація, принципи роботи та ефективність працівників стають вирішальними складовими успіху організації.

Література

1. Полянський П. Стрімке падіння вгору або Які насправді місця посідає українська освіта у світових рейтингах // [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://education.unian.net/ukr/detail/192419>
2. Україна піднялася в рейтингу глобальної конкурентоспроможності // [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2011/11/30/260875>
3. Хорошо информированные оптимисты // Комп&ньон (діловий журнал). – 2011. - №40. – С. 10.
4. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2002. — 560 с.
5. Икеда Д., Згуровский М. Япония и Украина: разные судьбы, общие надежды // Кампус. – 2010. - №4. – С.12-33.
6. Почепцов Г. Г. Профессия имиджмейкер. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб.: Алетейя, 2001. — 256 с.
7. Рябкова Д. Теорема непонимания // Инвестгазета. – 2011 - №20. – С. 12-16.
8. Закон України «Про вищу освіту» № 2984-III від 17.01.2002 // [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2984-14/print1330071779237650/>
9. Фандрайзинг // [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=Фандрайзинг&oldid=9033858>
10. МЕМО/11/615, European Commision (Brussels, 20 September 2011).

*Рекомендовано до публікації
д.е.н., проф. Єрмошкіною О.В., 01.03.2012 р.*

*Надійшла до редакції
05.02.2012 р.*

НАШІ АВТОРИ

Андрющенко Ірина Євгенівна	Кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи, Запорізький національний технічний університет
Белопольська Тетяна Володимирівна	Кандидат економічних наук, доцент кафедри економічного аналізу, Донецький національний університет
Бобало Олена Юріївна	Аспірант кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка»
Воротинцев Валерій Альбертович	Кандидат економічних наук, доцент, докторант, Приазовський державний технічний університет (м. Макіївка)
Гайдукович Дмитро Станіславович	Викладач кафедри банківської справи, Одеський національний економічний університет
Галушко Ольга Сергіївна	Доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічного аналізу і фінансів, ДВНЗ «Національний гірничий університет» (м. Дніпропетровськ)
Горяча Олена Іванівна	Асистент кафедри економічного аналізу і фінансів, ДВНЗ «Національний гірничий університет» (м. Дніпропетровськ)
Довбня Світлана Борисівна	Доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки промисловості, Національна металургійна академія України (м. Дніпропетровськ)
Доценко Олена Юріївна	Аспірант кафедри економічного аналізу і фінансів, ДВНЗ «Національний гірничий університет» (м. Дніпропетровськ)
Дронт Віталій Сільвестрович	Кандидат фізико-математичних наук, доцент, заступник начальника Головного управління статистики у Чернівецькій області
Дубей Юлія Володимирівна	Аспірант кафедри менеджменту виробничої сфери, ДВНЗ «Національний гірничий університет» (м. Дніпропетровськ)
Єрмошкіна Олена Вячеславівна	Доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економічного аналізу і фінансів, ДВНЗ «Національний гірничий університет» (м. Дніпропетровськ)
Зелікман Владислав Давидович	Кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту, Національна металургійна академія України (м. Дніпропетровськ)
Іваницька Марія Петрівна	Аспірант кафедри фінансів, Тернопільський національний економічний університет
Ізвскова Інна Миколаївна	Старший викладач кафедри обліку і аудиту, Національна металургійна академія України (м. Дніпропетровськ)
Іляшенко Анфиса Христофорівна	Кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, Класичний приватний університет (м. Запоріжжя)
Король Григорета Олександрівна	Кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і аудиту, Національна металургійна академія України (м. Дніпропетровськ)
Ляшок Наталія Юріївна	Аспірант, Інститут економіки промисловості НАН України (м. Донецьк)
Мацкевич Юлія Іванівна	Аспірант, Приазовський державний технічний університет (м. Макіївка)
Метеленко Наталія Георгіївна	Доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри фінансів, Запорізький інститут економіки і інформаційних технологій
Петруня Юрій Євгенович	Доктор економічних наук, професор, проректор з наукової роботи та інновацій, Академія митної служби України (м. Дніпропетровськ)
Плахотнік Олена Олександрівна	Кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства, Донецький державний технічний університет
Скрипник Ольга Анатоліївна	старший викладач кафедри інформаційних систем управління, Донецький національний університет
Яцентюк Станіслав Васильович	асистент кафедри прикладної економіки, ДВНЗ «Національний гірничий університет» (м. Дніпропетровськ)

OUR AUTHOR

Andryushchenko Iryna Yevgenivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Finance and Banking, Zaporizhzhya National Technical University
Belopols'ka Tetyana Volodymyrivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of economic analysis, Donetsk National University
Bobalo Olena Yuriivna	Post-graduate student, Department of Management and International Entrepreneurship, National University "Lvivs'ka Politechnika"
Vorotyntsev Valerij Albertovych.	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Priazov State Technical University (Makiivka)
Gaydukovich Dmytro Stanislavovych	Lecturer, Department of Banking, Odessa National Economic University
Galushko Olga Sergiivna	Doctor of Economics, Professor, Head of Department of Economic Analysis and Finance, National Mining University (Dnipropetrovs'k)
Goryacha Olena Ivanivna	Assistant, Department of Economic Analysis and Finance, National Mining University (Dnipropetrovs'k)
Dovbnya Svitlana Borysivna	Doctor of Economics, Professor, Head of Department of Industrial Economics, National Metallurgical Academy of Ukraine (Dnipropetrovs'k)
Dotsenko Olena Yuriivna	Post-graduate student, Department of Economic Analysis and Finance, National Mining University (Dnipropetrovs'k)
Dron' Vitaly Silvestrovych	Candidate in Physics and Mathematics, Associate Professor, Vice-head of Department of Statistics in Chernovtsy region
Dubei Yuliya Volodymyrivna	Post-graduate student, Department of Management in Production, National Mining University (Dnipropetrovs'k)
Yermoshkina Olena Viacheslavivna	Doctor of Economics, Professor, Department of Economic Analysis and Finance, National Mining University (Dnipropetrovs'k)
Zelikman Vladyslav Davydovych	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Accounting and Auditing, National Metallurgical Academy of Ukraine (Dnipropetrovs'k)
Ivanyts'ka Mariya Petrivna	Post-graduate student, Department of Finance, Ternopil' National Economic University
Isvekova Inna Mykolajivna	Senior Lecturer, Department of Accounting and Auditing, National Metallurgical Academy of Ukraine (Dnipropetrovs'k)
Ilyashenko Anfysa Hrystoforivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Management, The Classical Private University (Zaporizhzhya)
Korol Grygoreta Oleksandrivna	Candidate of Economic Sciences, Professor, Head of Department of Accounting and Auditing, National Metallurgical Academy of Ukraine (Dnipropetrovs'k)
Lyashok Nataliya Yuriivna	Post-graduate student, The Institute of Industrial Economics NAS of Ukraine (Donets'k)
Matskevych Yuliya Ivanivna	Post-graduate student, Priazov State Technical University (Makiivka)
Metelenko Natalya Georgijevna	Doctor of Economics, Associate Professor, Head of Department of Finance, Zaporizhzhya Institute of Economics and Information Technology
Petrunya Yuriy Yevgenovych	Doctor of Economics, Professor, Vice-rector of Science and Innovations, Ukrainian Academy of Customs (Dnipropetrovs'k)
Plakhotnik Olena Oleksandrivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Business Economic, Donetsk State Technical University
Skrypnyk Olga Anatolijivna	Senior Lecturer, Department of Informational Systems in Management, Donetsk National University
Yatsentyuk Stanislav Vasyliovych	Assistant, Department of Applied Economic, National Mining University (Dnipropetrovs'k)

Шановні колеги!

Національний гірничий університет (м. Дніпропетровськ, Україна) започаткував випуск науково-теоретичного й інформаційно-практичного журналу “Економічний вісник Національного гірничого університету” (“Economic Messenger of the National Mining University”).

Програмні цілі (основні принципи): висвітлення проблем, питань та пріоритетних напрямків розвитку економічного механізму забезпечення ефективного використання виробничого та підприємницького потенціалу гірничо-збагачувальних підприємств та підприємств, що мають з ними технологічні та кооперативні зв'язки за ***тематичною спрямованістю***:

- ***економічна теорія*** (теоретичні питання трансформації економіки в умовах розвитку ринкових відносин та входження України у світове економічне співтовариство);
- ***економіка регіонів*** (економічний та соціальний розвиток регіонів розташування гірничодобувної промисловості);
- ***економіка промисловості*** (теоретичні питання розвитку економіки галузі та інформування фахівців з питань розвитку економіки паливно-енергетичного та гірничо-металургійного комплексів країни та досвіду зарубіжних країн з цих питань);
- ***економіка підприємства*** (економічні проблеми та питання забезпечення ефективного функціонування підприємств гірничодобувної та пов'язаних з нею галузей в умовах розвитку ринкових відносин і посилення внутрішньої та міжнародної конкуренції);
- ***фінансовий ринок*** (фінансово-кредитна підтримка підприємств та розвиток можливостей підвищення прибутковості підприємств за умови функціонування фінансового ринку);
- ***фінанси галузі та підприємства*** (проблеми підвищення ефективності використання фінансових ресурсів галузі та підприємств паливно-енергетичного та гірничо-металургійного комплексу);
- ***економіка природокористування*** (проблеми та питання підвищення ефективності використання природних ресурсів, питання обґрунтування ефективності ресурсозбереження, пошуку та обґрунтування доцільності використання тих чи інших джерел отримання сировини, обґрунтування податкової політики, стимулюючої ресурсозбереження та охорону навколишнього середовища);
- ***економіко-математичні методи прийняття управлінських рішень*** (розвиток методів, що підвищують наукову обґрунтованість прийняття управлінських рішень в економіці галузі та підприємства);
- ***менеджмент*** (результати економічних досліджень з організації ефективного менеджменту на рівні галузі, регіону та підприємства);
- ***маркетинг*** (теоретичні та практичні питання розвитку маркетингового підходу до розвитку галузі та підприємства);
- ***розвиток економічної освіти*** (актуальні питання фахової та мовної підготовки економічних кадрів).

Мова видання: ***українська*** (для іноземних громадян можлива публікація ***англійською*** та ***російською*** мовами).

Вимоги до статей:

Під час подання статті до опублікування в журналі автори, відповідно до вимог ВАК України, повинні висвітлити у ній такі питання (обов'язкові елементи наукової публікації):

1. Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими або практичними завданнями.
2. Аналіз останніх досліджень та публікацій, у яких розпочате вирішення даної проблеми і на які спирається автор.
3. Виділення невирішених раніше питань загальної проблеми, яким присвячується дана стаття.
4. Формулювання цілей статті (постановка задачі).
5. Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.
6. Висновки за даними дослідження.
7. Перспективи подальших пошуків (розробок) у даному напрямку.

Просимо Вас також звернути увагу на такі моменти:

До публікації в журналі “Економічний вісник НГУ” приймаються не опубліковані раніше роботи, які відповідають його теоретичному та практичному профілю.

Стаття повинна відрізнятися науковою новизною та практичною цінністю. Викладені у ній наукові положення повинні бути обґрунтовані, а також повинні бути запропоновані конкретні напрямки поліпшення існуючого стану економіки підприємств, регіонів, економіки України в цілому, можливі напрямки використання викладених у статті результатів наукових досліджень.

Рукопис, підготовлений за допомогою редактора Microsoft Word, повинен бути поданий українською (російською або англійською для іноземних громадян) мовою у двох примірниках, якісно надрукованих на білих аркушах паперу формату А4 (210×297 мм). Рукопис також може бути надісланий електронною поштою. Шрифт – Times New Roman, 14 pt, з інтервалом 1,5. Якщо рукопис поданий на паперових носіях, до нього необхідно додати **електронну версію статті та відомостей про автора на CD-R-диску**. Орієнтація сторінки – книжкова, відступи: зверху та знизу – 3 см, лівий і правий – 2 см, від краю до верхнього і нижнього колонтитулів – 1,25 см.

Обсяг рукопису – 10–12 пронумерованих сторінок разом із таблицями та рисунками.

Стаття починається з індексу УДК у верхньому лівому кутку сторінки без відступу, вирівнювання по лівому краю сторінки.

З нового рядка – автори статті. Попереду прізвище, потім ініціали через крапку. Якщо авторів декілька, їх прізвища розділяються комами, після останнього прізвища крапка не ставиться.

З нового рядка – назва статті – розмір 12 pt, без абзацу, вирівнювання по центру, великі літери, шрифт жирний, інтервал між рядками – 1, переноси не припустимі, наприкінці назви крапка не ставиться.

Після назви статті, через 2 інтервали в таблиці з двох колонок із схованою рамкою подаються 2 анотації (українською /російською/ та англійською мовами). Розмір – 10 pt, відступ – 0,5, вирівнювання по ширині. Анотації не повинні перевищувати 8 рядків.

Після тексту української та англійської анотації подаються **ключові слова** (4-6 слів).

Після анотацій та ключових слів через подвійний інтервал друкується текст статті. Формули друкуються за допомогою редактора Equation Editor (MathType v. 4–5).

Рисунки, які входять до статті, повинні бути зроблені як "Об'єкт" Microsoft Word, тобто жодний графічний елемент рисунка не може бути вільним – вони повинні бути згруповані та вставлені в окреме вікно, створене як "Напис" (в Word "Надпись"), або "Рисунок Word". Вони не повинні бути кольоровими, а лише відтінками сірого кольору або заливкою візерунком. Графіки припустимо виконувати в програмі Microsoft Excel або в звичайних графічних редакторах (наприклад Corel Draw, Adobe Illustrator та ін.), а в текст вставляти як об'єкти. Якщо використовуються наведені графічні редактори, то можна в тексті вказати місце розташування рисунка, а сам рисунок подавати в окремому файлі, зробленому в графічному редакторі. Растрові графічні об'єкти слід подавати в форматі TIFF без компресії, розподільна здатність не менш 300 dpi. Не слід намагатися зменшити об'єм за допомогою форматів JPEG або GIF, бо втрата якості зображення неминуча (ці формати застосовують лише в Internet). Схеми, які містять вікна з тестом, можна виконувати також в наведених графічних редакторах або в самому редакторі Microsoft Word. Якщо вони виконуються в Microsoft Word, тоді кожне вікно з текстом треба готувати як "Надпис", з'єднувати при необхідності з іншими стрілками або лініями, після цього групувати (командою "Дії ("Действия", рос.)" \ "Групувати ("Группировать", рос.)"). Шрифт, використаний на рисунках, не повинен бути менший за 10 pt. Підпис також бажано згрупувати з рисунком. Шрифт підпису – 12 pt.

Перелік літератури подається наприкінці статті і формується у порядку посилань у тексті. Список літератури друкується шрифтом 10 pt, через 1 інтервал після слів "Література".

Після переліку літератури без відступу українською мовою вказується: «Рекомендовано до публікації», прізвище та ініціали рецензента, науковий ступінь, дата рецензії. Розмір 10 pt, курсив, вирівнювання по лівому боку.

Разом із статтею в редакцію необхідно подати відомості про автора (авторів) статті з його особистим підписом і датою. У відомостях про авторів необхідно вказати: прізвище, ім'я, по батькові автора, науковий ступінь, вчене звання, місце роботи, посаду, службову адресу, адресу для листування, телефони, факс, E-mail.

У тому випадку, якщо стаття не відповідає викладеним вимогам, вона може бути відправлена на доопрацювання.

Шановні автори, радьтеся з фахівцями редакції. Вони завжди допоможуть порадою як оптимально підготувати статтю для видавництва.

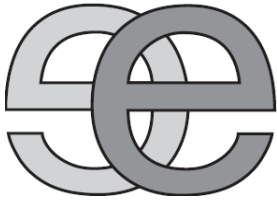
Адреса редакції:

Кафедра економічного аналізу і фінансів,
Національний гірничий університет,
пр. К. Маркса, 19, м. Дніпропетровськ,
Україна,
49027.

Телефон для довідок та факс: (056) 744–61–91.

E-mail: eev@ua.fm

Редакційна колегія журналу "Економічний вісник НГУ"



Місія інституту економіки – сприяти становленню високоефективної економіки України та її інтеграції у світове співтовариство шляхом підготовки економістів і менеджерів для економіки з рівнем кваліфікації, що відповідає міжнародним стандартам.

Спеціальності: Менеджмент організацій. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. Фінанси. Облік і аудит. Економіка підприємства. Економічна кібернетика. Маркетинг.

Кваліфікаційні рівні підготовки: бакалавр, спеціаліст, магістр.

Форми навчання: очна, заочна, друга вища освіта заочно, екстернат.

Умови навчання: за рахунок коштів державного бюджету, за рахунок позабюджетних коштів фізичних та юридичних осіб.

Інститут економіки для Вас має означати:

- **висококваліфікований професорсько-викладацький склад** (20 професорів, більш ніж 50 доцентів);
- **довірені методики навчання** (на основі досвіду провідних економічних шкіл США, Німеччини, Польщі);
- **сучасна матеріальна навчальна база** (більш ніж 120 сучасних ПЕОМ у 5 комп'ютерних класах, аудіо-відеотехніка, проектори та ін.);
- **глибина і якість навчального процесу** (постійне відновлення і широкий набір навчальних програм);
- **ефективні контакти з закордонними вузами** (навчання в Німеччині, стажування в США, спільні проекти з університетами США, Польщі);
- **розвиток інтелектуальних і творчих здібностей** (можливість активної наукової діяльності, участь в олімпіадах, робота і навчання в численних центрах академії та ін.);
- **глибоке вивчення новітніх комп'ютерних і Internet- технологій, досконале освоєння декількох іноземних мов** (одержання сертифікатів референта-перекладача, програміста та ін.);
- **участь у навчальному процесі закордонних професорів і вітчизняних професіоналів-практиків;**
- **гарантії захисту на ринку праці та впевненість у майбутньому** (на основі глибоких теоретичних знань та практичних навичок).

Навчання в Інституті економіки сьогодні – надійний фундамент життя завтра

З а д у м а й т е с я п р о с в о є м а й б у т н є !

Не обіцяючи миттєвого результату, ми гарантуємо, що Вам не буде соромно за свої знання **Ми піклуємося про Ваше майбутнє!**

Не пропонуючи нічого надприродного, ми гарантуємо професіоналізм викладачів і комплекс новітніх навчальних матеріалів. **Ми робимо Ваше майбутнє!**

Не заспокоюючись на досягнутому, ми гарантуємо Вам розвиток професійної компетентності, лідерського потенціалу, комунікабельності, заповзятливості, формування Вашого ділового іміджу.

Ми даємо майбутнє Вам і Вашим дітям!

Майбутнє створюється сьогодні! Не упусти свій ШАНС!

Основні принципи управління в Інституті економіки:

1. Ми – структурний підрозділ Національного гірничого університету і наші дії спрямовані на зміцнення його престижу.
2. Ми орієнтуємо нашу діяльність на потреби економіки України.
3. Ми ведемо підготовку економістів і менеджерів для підприємств із різноманітними формами власності в сфері виробництва, комерційної та фінансової діяльності, у тому числі для гірничо-добувної промисловості.
4. Наша мета – досягнення результатів, що відповідають найвищим вимогам.
5. Базуючись на наших компетенції, традиціях, прагненні до постійного вдосконалювання, ми прагнемо бути в числі кращих економічних навчальних закладів України.
6. Ми пропонуємо широкий спектр освітніх і науково-дослідних послуг із найкращим сполученням якості і ціни.
7. Ми надаємо студентам можливість самим визначати рівень засвоєння знань у залежності від своїх індивідуальних здібностей.
8. Ми завжди і в усьому є надійним партнером.
9. Наша етика виявляється в наших діях.
10. Нашою метою є забезпечення співробітників винагородою, відповідно їхньому внеску в загальну справу.

Професійне призначення і посади фахівців

Менеджмент організацій: професійні управлінці усіх рівнів організаційної структури підприємства чи організації. Побудова та удосконалення організаційної структури, прийняття управлінських рішень у сфері виробництва, кадрової роботи, стратегічного планування, досліджень і розробок, а також у сфері фінансів, інвестування. Повний комплекс питань роботи з персоналом. Співробітник, керівник відповідних підрозділів, менеджер, економіст, експерт або радник з питань економіки, співробітник або керівник економічних відділів місцевих органів влади, науковий співробітник, викладач ВНЗ.

Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: спеціаліст-менеджер у сфері ЗЕД здатний: спланувати та організувати роботу підприємства, у т.ч. у сфері ЗЕД, здійснювати управління валютно-фінансовими відносинами підприємства, страхові операції та бухгалтерський облік у цій сфері. Менеджери за даною спеціальністю можуть займати посади економіста, менеджера ЗЕД, митного брокера, комерсанта, наукового співробітника та викладача ВНЗ.

Маркетинг: управління суб'єктами господарювання у відповідності до потреб ринку. Магістр з маркетингу здатний виконувати у якості керівника комерційної фірми або неприбуткової організації та їхніх підрозділів таку роботу: розробку та прийняття рішень щодо підвищення ефективності роботи капіталу; формування товарної політики фірми; організацію оптового розподілу та роздрібного збуту; рекламну діяльність і стимулювання збуту; формування цінової політики; маркетингові дослідження.

Фінанси: здійснення фінансових операцій та виконання функцій управління фінансами різних суб'єктів господарювання; працюють у фінансових або бухгалтерських відділах підприємств різних галузей господарства, установах фінансово-банківської системи, економічних відділах місцевих органів влади.

Облік і аудит: здійснення управління обліковими операціями з грошового обігу в процесі виробничо-господарської діяльності різних суб'єктів господарювання; проводять аналітичну і ревізійну роботу; працюють у бухгалтерських відділах підприємств різних галузей, в установах фінансово-банківської системи, аудиторських фірмах, податковій адміністрації.

Економіка підприємства: здійснення економічного обґрунтування стратегії і тактики господарювання, використання економічних методів управління виробничою, господарською, інвестиційною і фінансовою діяльністю підприємств та їх підрозділів; працюють у планово-економічному, фінансовому, оплати праці, бухгалтерському, кошторисному відділах підприємств, установах фінансово-банківської системи, податковій адміністрації, економічних відділах місцевих органів влади, науково-дослідних організаціях.

Економічна кібернетика: здійснення економічного обґрунтування стратегії і тактики діяльності підприємств за допомогою кібернетичних методів; працюють у планово-економічних відділах, установах фінансово-банківської системи, економічних відділах місцевих органів управління; науково-дослідних організаціях

Система цінностей Інституту економіки:

1. Здійснювати пріоритетну орієнтацію на загальнолюдські цінності, патріотизм та інтелігентність.
2. Виховувати соціально мислячих людей, спроможних приймати відповідальні і зважені стосовно суспільства рішення.
3. Акцентувати увагу на розвиток професіоналізму, лідерського потенціалу, заповзятливості та творчих спроможностей.
4. Постійно піклуватися про престиж свого факультету.
5. Відмінно вчити, відмінно вчитися.
6. Домогатися досконалості у всьому, постійно прямувати до успіху.
7. Орієнтуватися на перспективу, змінюватися до того, як цього зажадають обставини.
8. Допомогати кожному в його прагненні досягти більшого.
9. Забезпечувати збіг задач, компетентності та відповідальності.
10. Стимулювати появу ідей, надавати можливість кожному відчувати свою значимість.



***Інститут економіки – це місце,
куди тягне!***

Шановний Друже!

Якщо Ви хочете отримати престижну спеціальність за напрямами “Економіка” або “Менеджмент” з поглибленим вивченням сучасних економічних методів управління, комп’ютерних технологій обробки інформації, однієї-двох іноземних мов, паралельно – вищу військову освіту або за бажанням (за оплату з 40 відсотковою знижкою)

другу спеціальність,

запрошуємо в

Інститут економіки

Національного гірничого університету!

Адреса університету:

49027, м. Дніпропетровськ, просп. К. Маркса, 19, корп. 4.



приймальна комісія: (056) 745-05-60

служба маркетингу: (0562) 47-15-72

деканат Інституту економіки: (0562) 47-14-32

кафедра менеджменту: (056) 373-07-92, 47-39-97

кафедра маркетингу: (056) 373-07-55, (056) 744-62-10

кафедра економічного аналізу і фінансів: (056) 373-07-97

кафедра обліку і аудиту: (056) 373-07-68

кафедра економіки підприємства: (0562) 46-90-15

кафедра економічної кібернетики та інформаційних технологій: (0562) 47-05-67.

***Директор Інституту економіки
професор Шаров Олександр Іванович***