

ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

ВИДАЄТЬСЯ ЩОКВАРТАЛЬНО

№ 2 (38)

Харків, Вид. ХНЕУ, 2006

ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ

Засновник і видавець

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

червень 2006 р.

№2 (38)

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

Реєстраційний номер свідоцтва КВ № 5947 від 19.03.2002 р.

Затверджено на засіданні вченої ради університету.

Протокол №7 від 25.04.2006 р.

Редакційна колегія

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Тодика Ю. М. — докт. юр. наук, професор

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

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

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

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

Зав. редакцією **Сєдова Л. М.**

Відповідальний редактор **Сєдова Л. М.**

Редактори: **Гузенко О. М.**

Гончаренко Т. О.

Замазій О. Є.

Тишкевич О. О.

Шаповалова М. Є.

Технічний редактор **Зубковська О. Г.**

Комп'ютерна верстка **Зубковської О. Г.**

Адреса видавця: 61001

Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Телефони:

(057)702-03-04 — гол. редактор

(057)758-77-05 — зав. редакцією

(057)758-77-04 (дод. 2-57) — редакція

E-mail: vydav@ksue.edu.ua

➤ Статті для публікації в науковому журналі відбираються на умовах конкурсу.

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

➤ Редакція може публікувати статті в порядку обговорення, не поділяючи точки зору авторів.

➤ При передрукуванні матеріалів посилання на «Економіку розвитку» обов'язкове.

Підписано до друку 19.06.2006 р.

Формат 60×90 1/8. Папір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 14,0. Обл.-вид. арк. 23,52.

Тираж 500 прим. Зам. № 432.

Ціна договірна.

Надруковано з оригінал-макета на Riso-6300

Видавництво ХНЕУ

© Харківський національний економічний університет, 2006

© Економіка розвитку, 2006

© Видавництво ХНЕУ, 2006

дизайн, оформлення обкладинки

Зміст

Механізм регулювання економіки

Дороніна М. С., Ковальова В. І. Контент-аналіз попиту-пропозиції на ринку робочої сили (гендерний аспект)	5
Горбатов В. М. Интегральная оценка качества жизни населения Украины и стран ЕС	9
Іванов Ю. Б., Мотуз Н. О. Податкові важелі стимулювання раціонального використання енергоресурсів	15
Дороніна М. С., Лугова В. М. Соціально-економічний механізм мотивації трудової поведінки	18
Сазонець О. М. Шляхи прискорення процесу інформатизації економіки України	22
Кармінська-Бєлєброва М. В. Аналіз застосування ПДВ та можливості заміни існуючого методу обчислення за період 1991 – 2003 рр.	24
Шведун В. А. Управление процессом распределения финансовых средств между рекламными каналами	26
Уманець Т. В. Интегральні індикатори економічного розвитку регіонів України: методичний аспект	30
Сігаєва Т. Є. Активізація інвестиційних процесів: на макро- і мезоекономічних рівнях управління	36
Борисовская Н. Ю. Перспективы формирования рынка мобильной связи третьего поколения в Украине	39
Толста О. О. Формування складу і визначення техніко-економічних показників програмних продуктів на етапі розробки	40
Ніколаєва А. Ю. Роль транснаціональних корпорацій у формуванні порівняльних переваг приймаючої країни	44
Ушкальов В. В. Управління емоційними потоками як чинник підвищення ефективності діяльності організації	47
Мерхо Олександр. Процес перекладання податку на прибуток та його вплив на ціноутворення	49
Шелегеда Б. Г., Турбіна О. І. Електроенергетична система України в економічному розвитку країни	51
Мельник Л. Г., Сотник О. Н. Подходы к оценке социально-экономического развития в информационном обществе	55
Юрченко В. В. Особливості регулювання трудової мобільності робітників різних вікових груп	60

Економіка підприємства та управління виробництвом

Акулова І. О. Маркетингові аспекти управління логістичними ланцюгами створення вартості	65
Коюда В. О. Система управління економічними ризиками на підприємстві	67
Колодізева Т. О., Руденко Г. Р. Дослідження стану логістичного менеджменту на промислових підприємствах	71
Тьжненко Л. А. Значение комплексной оценки финансового состояния для осуществления финансово-хозяйственной деятельности предприятия	74
Горовий Д. А., Ковальов Д. М. Формування іміджу промислового підприємства.....	77
Осадчук С. В. Проблеми мінімізації та податкового аудиту податку на прибуток	79
Тищенко Д. О. Експрес-діагностика нормативної складової в процесі аналізу інноваційного оточення підприємства.....	81
Бондаренко А. В. Розробка оптимальної моделі адаптації організаційного механізму до конкурентного середовища та інтерпретація її поведінки в умовах зміни конкуренції	82
Ярошенко І. В. Проблемы формирования сбалансированной оценки деятельности предприятия	84
Толстікова О. В. Конкретно-соціологічний аналіз ступеня задоволеності соціально-економічних потреб працівників підприємства	85
Горяйнова Ю. С., Топорова Г. М. Можливості застосування журнальної форми обліку на малих підприємствах	87
Майборода О. Є. Дослідження факторної залежності соціально-економічних процесів розвитку на промислових підприємствах.....	91
Камінська О. М. Інструменти контролінгу в управлінні оборотним капіталом	93
Ипполитова И. Я. Функционально-стоимостной анализ как инструмент принятия управленческих решений в области ресурсосбережения на предприятии	95
Строкович А. В. Концептуальні основи стратегічного управління розвитком підприємства	97
Лабунська С. В., Басова І. О. Проблеми калькулювання собівартості готової продукції.....	99
Воронкова А. Е., Вечерковски Р. Знання як нематеріальні ресурси підприємства.....	103
Матвій М. Я. Кібернетичний підхід до уточнення понятійного апарату дослідження маркетингового менеджменту освітніх послуг	106

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

С. И. Вавилов

Механізм регулювання економіки

УДК 314.145

**Дороніна М. С.
Ковальова В. І.**

КОНТЕНТ-АНАЛІЗ ПОПИТУ-ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ РОБОЧОЇ СИЛИ (ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ)

In the article the method of the content-analysis with the aim of definition the tendencies of supply and demand in the labour market and reserves of its coordination is offered.

Ринок будь-якого ресурсу досягає найбільшої ефективності в обслуговуванні бізнесу, якщо попит і пропозиція на ресурс відповідають один одному за кількістю і якістю. Ця теза в повній мірі стосується ринку робочої сили. Нині в Україні він розбалансований, однак не слід відмовлятися від пошуку резервів підвищення його ефективності. Зменшення проблем, які виникають у взаємодії носія робочої сили та виробничої організації як роботодавця, можна забезпечити узгодженням їх взаємних вимог і очікувань: працівника щодо умов і характерних особливостей праці, організації щодо потенціалу працівника. Саме невідповідність взаємних вимог та можливостей дуже часто стає підґрунтям їх конфліктів і неефективності взаємодії. При цьому сьогодні важливим моментом вирішення зазначеної проблеми є врахування гендерних особливостей персоналу [1, с. 56 – 59]. Проведені останнім часом численні дослідження ролі, функцій, поведінки чоловіка та жінки на робочому місці дають переконливі докази щодо суттєвих їх відмінностей і вимагають подальшого з'ясування і врахування гендерних аспектів у забезпеченні підприємств людськими ресурсами [2, с. 21]. Передумови вирішення даної проблеми розроблені такими ученими, як: О. Баєва (жінка в кадровому менеджменті), О. Ястремська (кар'єра жінки), Е. Киселева (гендерні особливості мотивації персоналу), Н. Лисиця (жінка і чоловік як трудовий ресурс), А. Чирикова (жінка і чоловік – топ-менеджери), І. Бажин (гендерні аспекти відмінностей в організації) та багато інших. Дослідження цих авторів переконливо доводять необхідність вивчення не просто проблеми взаємодії організації і людини, а саме гендерного її аспекту.

Метою даної статті є обґрунтування методичного підходу до визначення на основі контент-аналізу гендерних особливостей попиту і пропозиції на ринку праці і резервів посилення їх узгодженості.

Слід зазначити, що проблема незбалансованості взаємних очікувань претендента на робоче місце і власника цього місця

має стратегічний характер, оскільки від її розв'язання багато в чому залежить життєдіяльність і розвиток як людини-працівника, так і організації. В літературі пропонуються два підходи до формування взаємодії людини і організації. Перший полягає в тому, що для виконання певної роботи чи функції власником робочого місця організується пошук відповідного претендента. Він є найбільш розповсюдженим і традиційним для вітчизняної практики менеджменту. Другий підхід за змістом передбачає пошук нової функції чи робочого місця для співробітника організації у зв'язку з ліквідацією його попереднього робочого місця, підвищенням чи зміною його кваліфікації або виконанням програми його кар'єрного зростання. Цей підхід найбільш притаманний японській концепції управління персоналом. При цьому, незважаючи на складнощі в реалізації, світова практика свідчить про прискорене розповсюдження саме другого підходу [3, с. 68]. Цей факт можна пояснити тим, що посилення постіндустріальних тенденцій розвитку економіки обумовлює ускладнення й подорожчання соціалізації та адаптації нових працівників до умов праці і корпоративної культури організації, а тому проблема врахування гендерних аспектів при забезпеченні організації людськими ресурсами стає актуальною як ніколи не тільки на макро-, а й на мікрорівні. Тобто з певним рівнем умовності можна вважати, що ринок робочої сили існує і на рівні підприємства, і на ньому також можуть бути розбалансовані попит і пропозиція робочої сили.

Аналіз проблем предметної області і сучасних методів її дослідження дозволив сформулювати гіпотезу щодо можливості визначення резервів підвищення збалансованості попиту-пропозиції на ринку робочої сили з використанням контент-аналізу відповідних рекламно-інформаційних видань. Суть цього аналізу полягає у виділенні за визначеним алгоритмом у тексті певних змістовних елементів (обов'язково узгоджених з метою і завданнями дослідження), класифікації їх за авторською концептуальною схемою, підрахунку цих елементів і представлення результатів у кількісному вигляді. Гарантією забезпечення достовірності та надійності результатів контент-аналітичного дослідження попиту-пропозиції на ринку трудових ресурсів полягають у тому, що, по-перше, цей метод суттєво підвищує рівень об'єктивності вивчення інформації, по-друге, існує можливість аналізу, систематизації та узагальнення значної кількості джерел інформації (документів); по-третє, цей метод базується на перевірених стандартизованих правилах пошуку, обліку, аналізу кількісного вимірювання характерних елементів змісту. Технологія контент-аналізу передбачає розгляд тексту як відображення сукупності повідомлень, подій, оцінок міжособистісних стосунків, соціальних проблем, об'єднаних єдиною концепцією в певну цілісність. А тому, хоча формально цей аналіз спрямований на вивчення тексту, його орієнтація на зазначену концепцію створює підстави діагностики відображеної в тексті соціальної реальності [4, с. 509].

Як уже зазначалося, джерелом вихідних даних у дослідженні попиту-пропозиції на ринку робочої сили м. Харкова було обрано рекламно-інформаційні видання, які друкують оголошення

роботодавців та пошукачів робочого місця. Аргументом на користь використання саме цього джерела інформаційного забезпечення є той факт, що вони відповідають вимогам об'єктивності, а саме:

в досліджуваних виданнях необхідні категорії зустрічаються з певною частотою;

ці видання є досить великими за обсягом і несистематизованим документальним матеріалом.

Узагальнення відповідної літератури [4 – 9], в якій розглядається і коментується метод контент-аналізу, дало змогу побудувати схему його використання для вирішення поставленої в даному дослідженні мети. Ця схема має декілька етапів, зображених на рис. 1.

Сформулюємо конкретніше зміст кожного етапу стосовно предмету дослідження, обраного в даній статті.

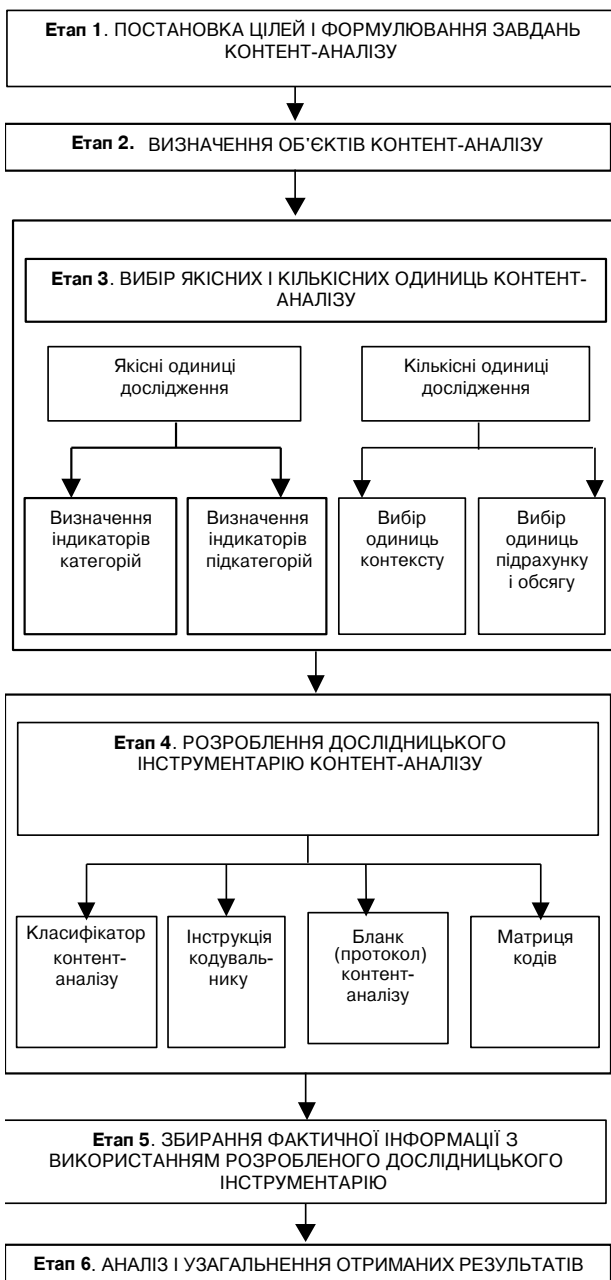


Рис. 1. Етапи контент-аналітичного дослідження попиту-пропозиції на ринку робочої сили

Етап 1. Постановка цілей і формулювання завдань контент-аналізу.

На першому етапі контент-аналізу зазвичай конкретизується предметна область дослідження, розробляється його програма з визначенням цілей, завдань та інших компонент. Мета даного дослідження — визначення гендерних особливостей, відображених в оголошеннях роботодавця і претендента на робоче місце, для їх порівняння і визначення можливостей погодження.

Досягнення цієї мети було конкретизовано у змісті п'яти завдань: 1) порівняння попиту і пропозиції на жінок і чоловіків за різними спеціальностями; 2) аналіз і узагальнення вимог організації до осіб різної статі; 3) аналіз і узагальнення вимог з боку осіб різної статі до робочого місця; 4) встановлення особливостей попиту організацій на жінок та чоловіків; 5) зіставлення критичних характеристик робочого місця і робочих функцій, які визначаються претендентом і організацією як роботодавцем.

Етап 2. Визначення об'єктів контент-аналізу.

На цьому етапі обирається тип текстових документів (різноманітних документальних джерел), інформацію яких доцільно використовувати в дослідженні. На основі аналізу літератури був складений список потенційно можливих об'єктів контент-аналізу з точки зору можливості використання того чи іншого різновиду документа як носія соціально-психологічної інформації. В першу чергу враховувалася мета та зміст завдань, складених на попередньому етапі програми дослідження. Остаточні висновки склалися на користь рекламно-інформаційних видань, переваги яких були охарактеризовані раніше. Емпіричну основу в даному дослідженні склали шість різновидів зазначених видань, а саме: "Прем'єр-дайджест", "Из рук в руки", "Прем'єр-експрес", "Харьков-реклама", "Работа плюс карьера", "Харьковский курьер" за 7, 14 і 21 квітня 2005 року. Вибір саме цих видань для контент-аналізу обумовлений наступними факторами:

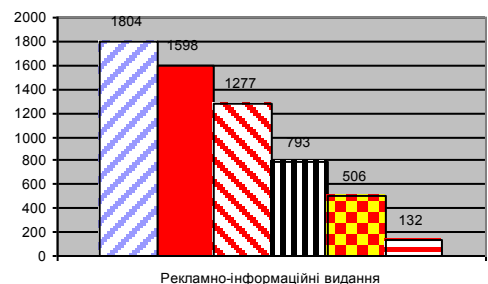
1. Вони характеризують реальну ситуацію на ринку праці: попит і пропозиції, головні вимоги до претендентів з урахуванням гендерного аспекту.

2. Ці документи доступні і безпосередньо призначені для характеристик очікувань організації і людини.

3. Зважаючи на високий рейтинг цих видань, подана в них інформація не викликає сумніву.

4. Документи досить формалізовані та впорядковані, що створює можливості оброблення значних масивів даних.

Характеристика загальної вибірки рекламно-інформаційних видань, що створили емпіричну базу дослідження попиту-пропозиції на ринку праці, зображена на рис. 2.



- ▣ "Прем'єр дайджест" (тираж 15155 екз./тиждень)
- "Из рук в руки" (тираж 196843 екз./тиждень)
- ▤ "Прем'єр-експрес" (тираж 8170 екз./тиждень)
- ▨ "Харків-реклама" (тираж 8350 екз./тиждень)
- ▣ "Работа плюс кар'єра" (тираж 10000 екз./тиждень)
- ▣ «Харківський кур'єр» (тираж 63926 екз./тиждень)

Рис. 2. Розподіл кількості оголошень в рекламно-інформаційних виданнях

Етап 3. Вибір якісних і кількісних одиниць контент-аналізу.

Закінчення табл. 2

На цьому етапі визначаються якісно-кількісні одиниці аналізу (ключові поняття, смислові одиниці, наявні в тексті і такі, що відповідають програмі дослідження). Вибір одиниць контент-аналізу ринку робочої сили виконувався з дотриманням таких вимог: а) *доцільність*, тобто обиралися одиниці, які відповідали змісту завдань дослідження; б) *вичерпність*, тобто одиниці аналізувалися на достатність повного відображення смислу основних понять; в) *взаємовиключення* (один і той же зміст не був притаманний різним категоріям в однаковому обсязі); г) *надійність*, тобто одиниці аналізу перевірялися на відсутність проблем з приводу визначення, що саме слід віднести до тієї чи іншої одиниці аналізу документа.

Приклади і характеристики якісних і кількісних одиниць контент-аналізу ринку робочої сили зображені у табл. 1 і 2.

Таблиця 1

Приклад обраних якісних одиниць дослідження в контент-аналізі рекламно-інформаційних видань м. Харкова

Якісні одиниці аналізу	Зміст якісних одиниць в дослідженні	Якісні індикатори дослідження (приклади)
Категорія	Оголошення	Оголошення для чоловіка Оголошення для жінки Оголошення, складене чоловіком Оголошення, складене жінкою Оголошення без акценту на стать
Підкатегорії	1. Попит на спеціалістів	Керівники, хатні робітничі, няні, менеджери, секретарі та ін.
	2. Пропозиції спеціалістів	Керівники, хатні робітничі, няні, менеджери, секретарі та ін.
	3. Вимоги до працівника з боку роботодавця за спеціальностями	Вища освіта, досвід роботи, комунікабельність, знання англійської мови та ін.
	4. Власна характеристика претенденток-жінок (окремо по кожній спеціальності)	Вища освіта, знання ПК, відповідальність та ін.
	5. Власна характеристика претендентів-чоловіків (окремо по кожній спеціальності)	Вища освіта, наявність практичного досвіду та ін.

Таблиця 2

Приклад обраних кількісних одиниць дослідження в контент-аналізі рекламно-інформаційних видань м. Харкова (по спеціальності "менеджер")

Кількісні одиниці в дослідженні	Кількісні індикатори дослідження (приклади)	Кількісна оцінка індикаторів дослідження (шт.)
1	2	3
Одиниці контексту	Кількість оголошень	3810
Одиниці рахунка й обсягу	Попит та пропозиція спеціальностей:	
	попит на менеджерів:	
	для чоловіків	10
	для жінок	8
	без акценту на стать	134
усього	152	

1	2	3
	пропозиція менеджерів:	
	від чоловіків	14
	від жінок	16
	без акценту на стать	5
	усього	35
	Вимоги до працівника-менеджера (без акценту на стать):	
	вища освіта	55
	досвід роботи	44
	знання ПК	21
	комунікабельність	13
	здатність до навчання	11
	інше	...
	Власна характеристика працівника-чоловіка на посаду менеджера	
	досвід роботи	8
	вища освіта	7
	знання ПК	3
	інше	...
	Власна характеристика працівника-жінки на посаду менеджера	
	досвід роботи	12
	вища освіта	12
	знання ПК	7
	відповідальність	3
	інше	...

Етап 4. Розроблення дослідницького інструментарію контент-аналізу.

Проведення контент-аналізу вимагає попереднього розроблення певного переліку дослідницьких документів. Для дослідження попиту-пропозиції на ринку праці були розроблені такі документи:

1. Класифікатор контент-аналізу – загальна таблиця, в якій були подані всі категорії та підкатегорії з наданими їм кодами і одиницями аналізу.

2. Протокол підсумків аналізу (бланк контент-аналізу) – методичний документ у табличній формі, в якому були зафіксовані результати збирання документальної інформації у змістовній формі.

3. Спеціальна матриця для відображення інформації про кількість одиниць обліку.

Етап 5. Збирання фактичної інформації.

Збирання даних можна здійснювати двома способами: з використанням послуг організацій, які спеціалізуються на збиранні і обробленні соціологічної інформації або збирати інформацію власними силами. В контент-аналітичному дослідженні ринку праці було обрано другий спосіб отримання інформації з урахуванням таких його переваг. По-перше, він надає впевненості щодо достовірності отриманих даних і відповідності їх поставленій меті. По-друге, при використанні цього способу можна визначити, в якому випадку окремі відхилення інформації від загальних закономірностей обумовлені якістю організації її збирання, а в якому пояснення нечіткої і суперечливої інформації слід шукати в об'єктивних закономірностях практики і поглиблювати її змістовний аналіз.

Етап 6. Аналіз і узагальнення отриманих результатів.

На останньому етапі розраховуються аналітичні показники. В даному дослідженні: 1) співвідношення у пропозиціях робочого місця організаціями з чітко визначеною вимогою щодо статі працівника і відсутністю таких вимог; 2) співвідношення

оголошень з визначенням статі і відсутністю в них такої інформації; 3) питома вага робочих місць менеджерів і керівників у попиті і пропозиції і їх розподіл за ознаками статі; 4) співвідношення попиту і пропозиції на ринку жіночої праці і таке ж співвідношення для чоловіків; 5) порівняння характеристик, визначених в оголошеннях роботодавців і претендентів на робоче місце, з врахуванням ознаки статі.

Усього за даними шести рекламно-інформаційних видань, що друкуються в м. Харкові, було проаналізовано 2748 оголошень роботодавців і 1062 оголошень осіб, які шукають роботу. Розрахунки показали, що на ринку робочої сили гендерний аспект відображається в таких даних: тільки 37% оголошень роботодавців і претендентів мають вказівки на стать працівника. При цьому у попиті на робочу силу ця питома вага склала 15%, а в пропозиції 23%. Існують дві роботи винятково жіночі: няні і хатні робітниці, і три роботи суто чоловічі: водії, охоронці і будівельники. В оголошеннях з інших спеціальностей або не зазначалася стать, або був попит і пропозиції і жінкам, і чоловікам.

Для робочих місць, що вимагають високої кваліфікації (в даному дослідженні як робочі місця були визначені посади керівників і менеджерів) роботодавці дають більший перелік необхідних характеристик, ніж для інших спеціальностей. Якщо для інших спеціальностей цей перелік складався з 2 – 9 характеристик, то для менеджерів він склав 18 найменувань, а для керівників – 24. Питома вага оголошень на місця менеджерів і керівників (як висококваліфікованої робочої сили) склала 11%. При цьому в попиті вимоги щодо статі зазначалися у 18% оголошеннях, з них 6% – потреба в жінках, 12% – у чоловіках. З усіх оголошень 152 (4% загальної кількості) мали запит на менеджерів, 199 (5% загальної кількості) – на керівників. Вимоги щодо статі менеджерів були поставлені роботодавцями відповідно у десяти оголошеннях для чоловіків і восьми для жінок, для керівників – 31 і 13 відповідно. Тобто за даними оголошень, що містять вимоги до статі, відчувається ефект "скляної стелі" для жінок щодо тих робочих місць, які вимагають високого рівня освіченості і кваліфікації, а саме менеджерів і керівників. Однак слід звернути увагу і на той факт, що у 89% оголошеннях не зважається на стать працівника.

Для менш кваліфікованих робочих місць в оголошеннях, що мали вказівки на стать, більша потреба в жінках. Це в основному робочі місця для працівників торгівлі і агентів, секретарів, косметологів. Причому у вимогах до якісних характеристик працівниці-жінки на першому місці стоять приємний зовнішній вигляд (21%), вміння спілкуватися (16%). Перелік вимог до претенденток багато в чому співпадає з переліком вимог до жінок віком 18 – 35 років, який подано в табл. 3, що переконує в наявності "жіночого статусу" цих спеціальностей.

Таблиця 3

Вимоги роботодавця до працівника-жінки (18 – 35 років)

Вимоги до працівника з боку роботодавця	Кількість вимог у оголошеннях	% вимог у оголошеннях
1	2	3
Комунікабельність, вміння спілкуватися	15	20,55
Приємна зовнішність, привабливість	12	16,44
Досвід роботи з людьми	6	8,22
Здатність до навчання	6	8,22
Вища освіта	5	6,85
Знання ПК	4	5,48
Відповідальність	4	5,48

Закінчення табл. 3

1	2	3
Порядність	3	4,11
Приємний голос	2	2,74
Ініціативність	2	2,74
Уміння вести переговори	2	2,74
Акуратність	1	1,37
Активність	1	1,37
Амбіційність	1	1,37
Володіння англ. мовою	1	1,37
Добросовісність	1	1,37
Організаторські здібності	1	1,37
Кмітливість	1	1,37
Працьовитість	1	1,37
Чітка дикція	1	1,37
Почуття такту	1	1,37
Ерудованість	1	1,37
Енергійність	1	1,37
Разом: 23 характеристики	73	100,00

Примітка: характеристики були представлені в 83 оголошеннях без акценту на спеціальність

Цікаві результати отримані при порівнянні характеристик, визначених в оголошеннях роботодавців і в оголошеннях претендентів на робоче місце, з врахуванням ознаки статі. Приклад такого аналізу для посад менеджерів наведено у табл. 4.

Таблиця 4

Співвідношення характеристик в оголошеннях роботодавців і претендентів на робоче місце менеджера

Вимоги роботодавця	Питома вага вимог в оголошеннях роботодавців	Питома вага характеристик в оголошеннях для жінок	Питома вага характеристик в оголошеннях для чоловіків
Вища освіта	33,74	24,0	35,0
Досвід роботи	26,99	32,0	40,0
Знання ПК	12,88	16,0	15,0
Комунікабельність	7,98	8,0	
Навченість	6,75		
Відповідальність	1,84	8,0	5,0
Порядність	1,84		5,0
Ініціативність	1,23		
Приємна зовнішність	1,23		
Активність	0,61		
Амбіційність	0,61		
Ретельність	0,61	8,0	
Логічне мислення	0,61		
Організованість	0,61		
Пунктуальність	0,61		
Впевненість	0,61		
Вміння приймати рішення	0,61		
Енергійність	0,61	4,0	
Усього	100,00	100,00	100,00

Як видно з даних, ні жінки, ні чоловіки, які шукають роботу, не мають повного уявлення про ті характеристики, які вимагають від них роботодавці. Подальший аналіз таких робочих місць для жінок (няні та хатні робітниці) показав, що ці, навіть знайомі жінкам за функціями робочі місця, не зовсім відпові-

дають вимогам роботодавця. У своїх пропозиціях жінки багато з якостей, необхідних роботодавцям, не враховують у власних оголошеннях, а саме: доброта (7% вимог роботодавців), ретельність (7%), чесність (7%), приємна зовнішність (7%), творчі здібності (7%), серйозність (7%).

У цілому за результатами проведеного дослідження можна зробити такі висновки. Рекламно-інформаційні видання, в яких друкуються оголошення роботодавців і людей, які шукають роботу, містять багатий матеріал для контент-аналізу соціальної реальності на ринку праці. Попит і пропозиції на ринку робочої сили мають гендерні особливості. Так, за результатами контент-аналізу 3810 оголошень у рекламно-інформаційних виданнях м. Харкова можна зробити висновок, що, по-перше, висококваліфіковану роботу більше пропонують чоловікам, роботу меншої кваліфікації – жінкам. По-друге, існують суто "жіночі" і суто "чоловічі" професії. Вимоги власників робочих місць до кваліфікаційних і людських якостей майбутнього працівника і визначені характеристики в пропозиціях власної робочої сили претендентів на ці місця суттєво відрізняються. Жінки в оголошеннях пропонують збільшений перелік своїх переваг роботодавцям порівняно з чоловіками. Посилена збалансованість характеристик попиту-пропозиції на ринку робочої сили можна забезпечити зусиллями як власників робочих місць, так і носіїв робочої сили. Наприклад, власникам робочих місць доцільно в оголошеннях подавати не тільки вимоги до претендента, а й гарантії та переваги працевлаштування саме в їх організаціях. Особливо цих гарантій потребують жінки у зв'язку із подвійною суспільною функцією (як головний ресурс демовідтворювальних процесів і в той же час як трудовий ресурс). Претендентам на робочі місця необхідно звернути увагу на той факт, що роботодавці все частіше вимагають від них не тільки високого рівня кваліфікації (вища освіта, досвід роботи), а й суто людських якостей (відповідальність, порядність, ретельність, ініціативність).

Проведення регулярного контент-аналізу з використанням запропонованої в даному дослідженні схеми створює підстави визначення тенденцій попиту-пропозиції на ринку робочої сили і резервів їх узгодження з урахуванням гендерних аспектів. Її використання відповідними службами зайнятості дозволить прогнотувати роботу з професійної орієнтації і підготовки людей, які втратили роботу або хочуть її змінити. Подальші дослідження можна проводити у напрямі використання контент-аналізу для внутрішнього аудиту трудових ресурсів підприємства і розроблення програм їх розвитку з урахуванням гендерних аспектів.

Література: 1. Дороніна М. С. Методологічні передумови дослідження поведінки жінки на ринку праці / М. С. Дороніна, В. І. Ковальова // Економіка розвитку. — 2004. — №3(31). — С. 56 – 59. 2. Киселева Е. Л. Гендерный подход к мотивации персонала // Управление персоналом. — 2003. — №6. — С. 21 – 22. 3. Экономика труда: (социально-трудовые отношения) / Под ред. Н. А. Волгина, Ю. Г. Одегова. — М.: Изд. "Экзамен", 2003. — 736 с. 4. Социология: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. В. Г. Гордяненка – К.: Вид. центр "Академія", 2002. — 560 с. 5. Москаленко В. В. Соціальна психологія: Підручник. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 624 с. 6. Морозов А. В. Социальная психология: Учебник для студентов высших и средних специальных учебных заведений. — М.: Академический Проект, 2003. — 336 с. 7. http://shuleniina.narod.ru/Polit/Pocherpcov/inf_war/31.html. 8. http://esocio.narod.ru/archiv/esocio_content.zip. 9. М. А. Клупт. Демографическая политика как предмет контент-анализа // Социс. — 2003. — №12. — С. 108 – 117.

УДК 338.001.36

Горбатов В. М.

ИНТЕГРАЛЬНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ И СТРАН ЕС

The article presents the results of theoretical and applied research. The purpose of which is to analyze the prospects of Ukraine's entry into European Union (EU) and the assessment of the population's quality of life in Ukraine and the countries of EU.

Сегодня вступление Украины в Европейский Союз (ЕС) провозглашено как стратегическая цель внешней политики страны.

Для вступления в ЕС Украина должна взять на себя ряд обязательств и удовлетворить необходимые политические и экономические требования. Эти требования получили название Копенгагенских критериев [1].

Первый – стабильность институтов, которые являются гарантиями демократии, верховенство права, прав человека, а также уважение и защита прав меньшинств (политический критерий).

Второй – существование действующей рыночной экономики, а также способность справиться с конкурентным давлением и рыночными силами в пределах ЕС (экономический критерий).

Третий – способность взять на себя обязательства членства, включительно с соблюдением целей политического, экономического и валютного союза (критерий членства).

Четвертый – способность ЕС абсорбировать новых членов, одновременно поддерживая динамику европейской интеграции. Этот критерий называют независимым, поскольку его суть – обеспечение того, чтобы вступление новых стран не ослабило европейскую интеграцию.

Каждый из этих критериев имеет ряд субкритериев.

Качество жизни населения страны, вступающей в ЕС, непосредственно касается двух критериев: третьего (критерия членства) и четвертого (независимого).

Согласно "критерию членства", Украина в области качества жизни населения обязана осуществить следующие действия:

присоединиться к Хартии основных социальных прав работников, которая предусматривает право на свободное трудоустройство, адекватную оплату труда и гарантии социального обеспечения, улучшение условий жизни и труда работников, охрану здоровья и безопасность труда;

реформировать систему охраны здоровья, образования, культуры, социальной защищенности и социального страхования, приблизив их к европейским стандартам;

предупреждать и бороться с локальными и региональными загрязнениями и внедрить в стране европейскую систему экологической экспертизы окружающей среды.

Четвертый (независимый) критерий предусматривает, что ЕС только в том случае будет включать в свой состав новых членов, если они не ослабят европейскую интеграцию и поддержат ее динамику. Данный критерий напрямую касается качества жизни населения стран – кандидатов в члены ЕС. В том случае, если у населения этих стран низкое качество жизни, динамика развития их экономик не способна его существенно повысить до среднего уровня стран – членов ЕС – и последние не могут оказать им существенную помощь в этом, то, при условии выполнения трех приведенных выше критериев, ЕС оставляет за собой право отложить до лучших времен вступление того или иного кандидата в свой состав.

Исходя из вышеизложенного, важнейшей проблемой в настоящее время является оценка качества жизни населения стран ЕС, кандидатов в члены ЕС и стран – участниц Европейской политики соседства, – включая Украину, для определения

вероятности последних в ближайшее время выполнить третий и четвертый критерии и стать полноправными членами ЕС.

Целью данной статьи является оценка качества жизни населения Украины и стран ЕС и анализ полученных результатов.

В качестве исходных данных использовались данные, представленные в отчетах "Программы развития Организации Объединенных Наций" (ПРООН) за 2003 год [2], а также другая статистическая информация, публикуемая в официальных бюллетенях различных стран мира [3 – 5].

В табл. 1 представлена общая характеристика стран ЕС, кандидатов в члены ЕС и стран — участниц Европейской политики соседства — за 2003 год.

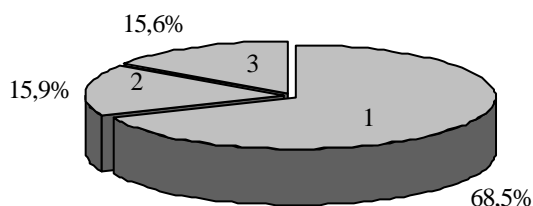
Согласно табл. 1, приведенные ниже страны занимают 4,9% территории земного шара, в них проживает 10,5% населения и они производят 32,0% ВВП мировой экономики.

По приведенным выше показателям страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны - участницы Европейской политики соседства — распределились следующим образом (рис. 1, рис. 2).

Таблица 1

Общая характеристика стран ЕС, кандидатов в члены ЕС и стран — участниц Европейской политики соседства за 2003 год [6]

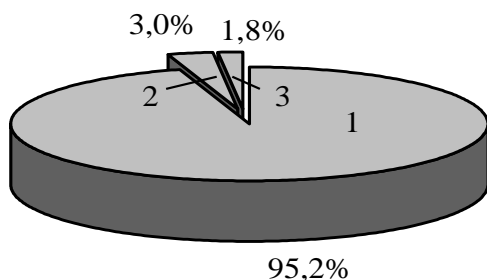
№ п/п	Страна	Территория, тыс. км ²		Численность населения, млн. чел.		ВВП, млрд. долл. США		
		значение	ранг	значение	Ранг	значение	ранг	
Страны — основатели ЕС								
1	1	Бельгия	31,0	29	10,4	13	301,9	7
2	2	Германия	357,0	7	82,6	1	2 403,2	1
3	3	Италия	301,0	10	58,0	5	1 468,3	4
4	4	Люксембург	2,6	34	0,5	34	26,5	25
5	5	Нидерланды	42,0	28	16,1	11	511,5	6
6	6	Франция	552,0	3	60,0	3	1 757,6	3
Итого:			1 285,6		227,6		6 469,0	
Страны "второй волны"								
7	1	Дания	43,0	27	5,4	22	211,9	11
8	2	Великобритания	243,0	11	59,3	4	1 794,9	2
9	3	Ирландия	70,0	21	3,2	29	153,7	15
Итого:			356,0		67,9		2 160,5	
Страны "третьей волны"								
10	1	Греция	132,0	14	11,1	12	172,2	13
11	2	Испания	506,0	4	42,1	7	838,7	5
12	3	Португалия	92,0	17	10,4	13	147,9	16
13	4	Австрия	84,0	19	7,6	20	253,1	9
14	5	Финляндия	338,0	8	5,2	25	161,9	14
15	6	Швеция	450,0	5	9,0	18	301,6	8
Итого:			1 602,0		85,4		1 875,4	
Страны — новые члены ЕС								
16	1	Венгрия	93,0	16	10,2	15	82,7	19
17	2	Кипр	9,3	33	0,8	33	11,4	29
18	3	Латвия	65,0	22	2,3	30	11,1	30
19	4	Литва	65,0	22	3,5	28	18,2	28
20	5	Мальта	0,3	35	0,4	35	4,9	34
21	6	Польша	323,0	9	38,6	8	209,6	12
22	7	Словакия	49,0	25	5,4	22	32,5	22
23	8	Словения	20,0	32	2,0	31	27,7	24
24	9	Чехия	79,0	20	10,2	15	89,7	18
25	10	Эстония	45,0	26	1,3	32	9,1	33
Итого:			748,6		74,7		496,9	
Всего по 25 странам ЕС			3 992,2		455,6		11 001,8	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
27	2	Румыния	238,0	12	21,9	10	57,0	20
28	3	Турция	775,0	1	71,3	2	240,4	10
29	4	Хорватия	57,0	24	4,5	26	28,8	23
Итого:			1 181,0		105,5		346,1	
Страны — участницы Европейской политики соседства								
30	1	Украина	604,0	2	47,5	6	49,5	21
31	2	Израиль	22,0	31	6,5	21	110,2	17
32	3	Тунис	164,0	13	9,9	17	25,0	26
33	4	Иордания	89,0	18	5,4	22	9,9	31
34	5	Марокко	447,0	6	30,6	9	9,9	31
35	6	Молдова	30,0	30	4,2	27	2,0	35
Итого:			1 356,0		104,1		206,5	
Всего страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны — участницы Европейской политики соседства			6 529,2		665,2		11 554,4	
Всего страны мира			133 831,0		6 313,8		36 058,3	



Условные обозначения:

- 1 – страны ЕС;
- 2 – страны — кандидаты в члены ЕС;
- 3 – страны — участницы Европейской политики соседства

Рис. 1. Распределение стран ЕС, кандидатов в члены ЕС и стран — участниц Европейской политики соседства — по численности населения



Условные обозначения:

- 1 – страны ЕС;
- 2 – страны — кандидаты в члены ЕС;
- 3 – страны — участницы Европейской политики соседства

Рис. 2. Распределение стран ЕС, кандидатов в члены ЕС и стран — участниц Европейской политики соседства — по объему ВВП

Как видно из табл. 1 и рис. 1 и 2, страны — кандидаты в члены ЕС — и страны — участницы Европейской политики соседства, — занимая вместе 63,5% территории и 46,0% населения стран ЕС, имеют куда меньший объем ВВП — 5,0%. Украина, занимая 15,1% территории и 10,4% населения, имеет ВВП, который по отношению к странам ЕС составляет всего лишь 0,5%.

Таким образом, проведенное выше исследование показывает, что включение в состав членов ЕС стран-кандидатов и стран — участниц Европейской политики соседства, включая Украину, — существенно может сказаться на динамике развития ЕС.

Проанализируем качество жизни населения в странах ЕС, кандидатах в члены ЕС, а также странах — участницах Европейской политики соседства, включая Украину.

Основным показателем, который официально используется специалистами ООН для сопоставления качества жизни населения в различных странах мира, является индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) [7, с. 253].

В табл. 2 представлена динамика ИРЧП в странах ЕС, кандидатах в члены ЕС, и странах — участницах Европейской политики соседства — за период 1980 — 2003 гг.

Из табл. 2 видно, что наиболее высокий ИРЧП у стран — основателей ЕС — и стран "второй" и "третьей" волны вступления в его состав. Страны — новые члены ЕС — значительно уступают им по ИРЧП. Наиболее низкие значения данного показателя имеют страны — кандидаты в члены ЕС — и страны — участницы Европейской политики соседства, включая Украину. Так, последняя по ИРЧП в 2003 году заняла 78-е место среди 177 стран мира и 30-е место среди 35 стран, представленных в табл. 2. Ни одна из стран, представленных в табл. 2, не имела ИРЧП в 2003 году ниже, чем в 1990 году, кроме Украины и Молдовы.

Методология расчета интегрального значения ИРЧП предусматривает, помимо количественной оценки и качественную, и имеет следующую градацию [7, с. 257]:

$ИРЧП \geq 0,8$ — группа стран с высоким уровнем человеческого развития;

$0,5 \leq ИРЧП < 0,799$ — группа стран со средним уровнем человеческого развития;

$ИРЧП \leq 0,49$ — группа стран с низким уровнем человеческого развития.

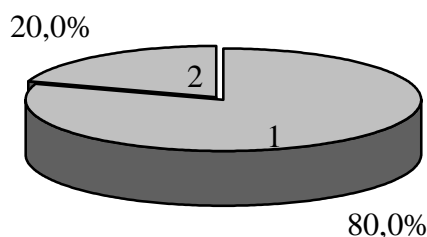
По качественному критерию оценки ИРЧП, согласно методологии ООН, страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны — участницы Европейской политики соседства — в 2003 году распределились следующим образом (рис. 3).

Таблица 2

Динамика ИРЧП по странам ЕС, кандидатам в члены ЕС и странам — участницам Европейской политики соседства — за период 1980 — 2003 гг. [4]

№ п/п	Страна	Годы														Рейтинг по ИРЧП среди 177 стран мира	
		1980		1985		1990		1995		2000		2002		2003			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Страны — основатели ЕС																	
1	1	Бельгия	0,862	5	0,876	5-6	0,897	4-5	0,927	2	0,940	2	0,942	2-3	0,945	4	9
2	2	Германия	0,860	6	0,868	8	0,887	8-9	0,911	9	0,925	11	0,925	11	0,93	12	20
3	3	Италия	0,856	8-9	0,865	10	0,887	8-9	0,904	11	0,915	13	0,920	13	0,934	11	18
4	4	Люксембург	0,850	12	0,856	13	0,882	12	0,908	10	0,928	9	0,933	8	0,949	1-2	4
5	5	Нидерланды	0,877	2	0,891	1	0,907	1	0,927	2	0,938	3	0,942	2-3	0,943	5	12
6	6	Франция	0,867	4	0,880	4	0,902	2	0,919	5	0,929	7-8	0,932	9-10	0,938	9	16
Страны "второй волны"																	
7	1	Дания	0,881	1	0,889	2	0,897	4-5	0,912	8	0,929	7-8	0,932	9-10	0,941	6-7	14
8	2	Великобритания	0,853	10-11	0,862	11	0,883	11	0,921	4	0,932	5	0,936	4-5	0,939	8	15
9	3	Ирландия	0,825	14	0,844	14	0,869	14	0,893	13	0,926	10	0,936	4-5	0,946	3	8
Страны "третьей волны"																	
10	1	Греция	0,847	13	0,860	12	0,870	13	0,875	16	0,894	15	0,902	15	0,912	15	24

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
11	2	Испания	0,853	10-11	0,867	9	0,885	10	0,903	12	0,917	12	0,922	12	0,928	13	21
12	3	Португалия	0,800	16	0,823	16	0,847	16	0,876	15	0,892	16	0,897	16	0,904	16-17	27
13	4	Австрия	0,856	8-9	0,870	7	0,893	7	0,913	6	0,931	6	0,934	7	0,936	10	17
14	5	Финляндия	0,859	7	0,876	5-6	0,899	3	0,913	6	0,933	4	0,935	6	0,941	6-7	13
15	6	Швеция	0,873	3	0,885	3	0,895	6	0,928	1	0,943	1	0,946	1	0,949	1-2	6
Страны — новые члены ЕС																	
16	1	Венгрия	0,793	18	0,807	18-19	0,807	21-22	0,810	22	0,837	23	0,848	23	0,862	21	35
17	2	Кипр	0,791	19	0,812	17	0,835	17	0,855	17	0,880	18	0,883	18	0,891	18	29
18	3	Латвия	0,795	17	0,807	18-19	0,807	21-22	0,765	28	0,808	26	0,823	27	0,836	27	48
19	4	Литва	0,823	19	0,789	25	0,829	24	0,842	24	0,852	24	39
20	5	Мальта	0,763	21	0,789	20	0,824	18	0,850	19	0,873	19	0,875	19	0,867	20	32
21	6	Польша	0,802	24	0,816	21	0,843	21	0,850	22	0,858	22	36
22	7	Словакия	0,842	24	0,849	25	42
23	8	Словения	0,852	18	0,883	17	0,895	17	0,904	16-17	26
24	9	Чехия	0,843	20	0,856	20	0,868	20	0,874	19	31
25	10	Эстония	0,817	20	0,796	24	0,839	22	0,853	21	0,853	23	38
Страны — кандидаты в члены ЕС																	
26	1	Болгария	0,768	20	0,788	21	0,795	26	0,784	26	0,791	27	0,796	28	0,808	28	55
27	2	Румыния	0,771	27	0,769	27	0,773	28	0,778	29	0,792	29	64
28	3	Турция	0,614	23	0,651	23	0,683	29	0,713	30	0,751	31	0,75	33	94
29	4	Хорватия	0,806	23	0,798	23	0,823	25	0,830	26	0,841	26	45
Страны — участницы Европейской политики соседства																	
30	1	Украина	0,798	25	0,751	29	0,762	29	0,777	30	0,766	30	78
31	2	Израиль	0,818	15	0,839	15	0,857	15	0,880	14	0,907	14	0,908	14	0,915	14	23
32	3	Тунис	0,574	24	0,623	24	0,656	31	0,696	32	0,734	31	0,745	33	0,753	31-32	89
33	4	Иордания	0,639	22	0,663	22	0,682	30	0,707	31	0,741	30	0,750	32	0,753	31-32	90
34	5	Марокко	0,474	25	0,510	25	0,542	32	0,571	34	0,603	33	0,620	35	0,631	35	124
35	6	Молдова	0,736	28	0,684	33	0,673	32	0,681	34	0,671	34	115



Условные обозначения:
 1 – высокий уровень;
 2 – средний уровень

Рис. 3. Структура распределения стран ЕС, кандидатов в члены ЕС и стран-участниц Европейской политики соседства — в 2003 году по качественному критерию оценки ИРЧП

Как следует из рис. 3, по качественному критерию оценки ИРЧП страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны — участницы Европейской политики соседства — в 2003 году распределились следующим образом: высокий уровень — 28 государств (80%) и средний уровень — 7 государств (20%).

В процессе исследования при помощи итерационного кластерного анализа *k*-средних была проверена правильность группировки экспертами ПРООН стран ЕС, кандидатов в члены ЕС и стран — участниц Европейской политики соседства — по качественному критерию оценки ИРЧП с учетом количественных значений трех составляющих его компонент.

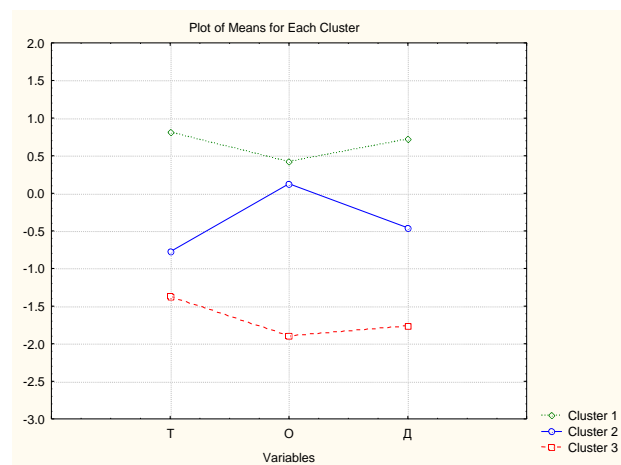
На рис. 4 представлен график средних значений характеристик кластеров стран, приведенных выше.

Как свидетельствуют результаты исследования, страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны — участницы Европейской политики соседства — в зависимости от уровня и соотношения компонент ИРЧП в 2003 году распределились на три кластера (группы):

страны с высоким уровнем ИРЧП (кластер 1) — характеризуются высокой продолжительностью жизни населения, уровнем доступности образования и уровнем ВВП на одного жителя;

страны со средним уровнем ИРЧП (кластер 2) — характеризуются средней продолжительностью жизни населения, уровнем доступности образования и уровнем ВВП на одного жителя;

страны с низким уровнем ИРЧП (кластер 3) — характеризуются низкой продолжительностью жизни населения, уровнем доступности образования и уровнем ВВП на одного жителя.



Условные обозначения:
 Т — ожидаемая продолжительность жизни населения;
 О — доступный уровень образования (грамотности) населения;
 Д — валовой внутренний продукт на душу населения

Рис. 4. График средних значений характеристик кластеров исследуемых стран

В табл. 3 представлена группировка стран ЕС, кандидатов в члены ЕС и стран — участниц Европейской политики соседства — по кластерам в зависимости от качественной оценки ИРЧП.

Таблица 3

Группировка стран ЕС, кандидатов в члены ЕС и стран — участниц Европейской политики соседства — по кластерам в зависимости от качественной оценки ИРЧП

Высокий уровень ИРЧП (1-й кластер)		Средний уровень ИРЧП (2-й кластер)		Низкий уровень ИРЧП (3-й кластер)	
страна	ранг	страна	ранг	страна	ранг
Бельгия	9	Венгрия	35	Турция	94
Германия	20	Латвия	48	Тунис	89—91
Италия	18	Литва	39	Иордания	89—91
Люксембург	4—6	Польша	36	Марокко	124
Нидерланды	11—12	Словакия	40—42	Молдова	115
Франция	16	Чехия	31		
Дания	13—14	Эстония	38		
Великобритания	15	Болгария	55		
Ирландия	8	Румыния	63—64		
Греция	24	Хорватия	45		
Испания	21	Украина	78		
Португалия	26—27				
Австрия	17				
Финляндия	13—14				
Швеция	4—6				
Кипр	29				
Мальта	32				
Словения	26—27				
Израиль	23				

По качественной оценке ИРЧП, согласно кластерному анализу, страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны — участницы Европейской политики соседства — в 2003 году по количественному составу распределились следующим образом: с высоким уровнем — 19 государств (54,3%), средним уровнем — 11 государств (31,4%) и низким уровнем — 5 государств (14,3%). В группу стран с высоким уровнем ИРЧП вошло 18 стран ЕС и 1 страна — участница Европейской политики соседства — Израиль. В группу стран со средним уровнем ИРЧП вошли 7 оставшихся стран ЕС, три страны — кандидата в члены ЕС (Хорватия, Болгария и Румыния), а также одна страна — участница Европейской политики соседства (Украина). К третьей группе стран с низким уровнем ИРЧП относятся: 1 страна — кандидат в члены ЕС (Турция) и четыре страны — участницы Европейской политики соседства (Иордания, Тунис, Молдавия, Марокко).

Компонентный состав ИРЧП по странам ЕС, кандидатам в члены ЕС и странам — участницам Европейской политики соседства — в 2003 году представлен в табл. 4.

Согласно табл. 4, страны — основатели ЕС — и страны "второй" и "третьей" волны значительно опережают страны — новые члены ЕС, а те, в свою очередь, страны — кандидаты в члены, а также страны — участницы Европейской политики соседства. Украина среди 35 стран, представленных в табл. 4, занимает 35-е место по индексу продолжительности жизни, 32-е место по ВВП на одного жителя и 20 — 23-е места по уровню образования.

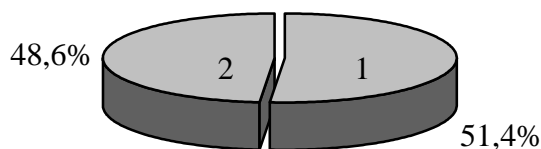
Таблица 4

Компонентный состав ИРЧП по странам ЕС, кандидатам в члены ЕС и странам — участницам Европейской политики соседства — в 2003 г. [2]

№ п/п	Страна	Индекс ожидаемой продолжительности жизни		Индекс уровня образования		Индекс ВВП на 1 жителя		Значение ИРЧП		Рейтинг по ИРЧП среди 177 стран мира	
		значение	ранг	значение	ранг	значение	ранг	значение	ранг		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Страны — основатели ЕС											
1	1	Бельгия	0,90	6—8	0,99	1—6	0,94	6—11	0,945	4	9
2	2	Германия	0,90	6—8	0,96	15—19	0,94	6—11	0,93	12	20
3	3	Италия	0,92	1—2	0,95	20—23	0,94	6—11	0,934	11	18
4	4	Люксембург	0,89	9—15	0,95	20—23	1,00	1	0,949	1-2	4
5	5	Нидерланды	0,89	9—15	0,99	1—6	0,95	4—5	0,943	5	12
6	6	Франция	0,91	3—5	0,97	8—14	0,94	6—11	0,938	9	16
Страны "второй волны"											
7	1	Дания	0,87	17—18	0,99	1—6	0,96	3	0,941	6-7	14
8	2	Великобритания	0,89	9—15	0,99	1—6	0,94	6—11	0,939	8	15
9	3	Ирландия	0,88	16	0,97	8—14	0,99	2	0,946	3	8
Страны "третьей волны"											
10	1	Греция	0,89	9—15	0,97	8—14	0,88	14—16	0,912	15	24
11	2	Испания	0,91	3—5	0,97	8—14	0,90	13	0,928	13	21
12	3	Португалия	0,87	17—18	0,97	8—14	0,87	17—18	0,904	16—17	27
13	4	Австрия	0,90	6—8	0,96	15—19	0,95	4—5	0,936	10	17
14	5	Финляндия	0,89	9—15	0,99	1—6	0,94	6—11	0,941	6-7	13
15	6	Швеция	0,92	1—2	0,99	1—6	0,93	12	0,949	1-2	6
Страны — новые члены ЕС											
16	1	Венгрия	0,80	24—25	0,96	15—19	0,83	21	0,862	21	35
17	2	Кипр	0,89	9—15	0,91	25—27	0,87	17—18	0,891	18	29
18	3	Латвия	0,78	28	0,96	15—19	0,77	27	0,836	27	48
19	4	Литва	0,79	26—27	0,97	8—14	0,79	24—26	0,852	24	39
20	5	Мальта	0,89	9—15	0,85	31—32	0,86	19	0,867	20	32
21	6	Польша	0,82	22—23	0,96	15—19	0,79	24—26	0,858	22	36
22	7	Словакия	0,82	22—23	0,91	25—27	0,82	22—23	0,849	25	42
23	8	Словения	0,86	19	0,98	7	0,88	14—16	0,904	16—17	26
24	9	Чехия	0,84	20	0,93	24	0,85	20	0,874	19	31
25	10	Эстония	0,77	29—31	0,97	8—14	0,82	22—23	0,853	23	38
Страны — кандидаты в члены ЕС											
26	1	Болгария	0,79	26—27	0,91	25—27	0,73	28	0,808	28	55
27	2	Румыния	0,77	29—31	0,89	29	0,72	29	0,792	29	64

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
28	3	Турция	0,73	33	0,82	33	0,70	31	0,75	33	94
29	4	Хорватия	0,83	21	0,90	28	0,79	24—26	0,841	26	45
Страны — участницы Европейской политики соседства											
30	1	Украина	0,69	35	0,95	20—23	0,67	32	0,766	30	78
31	2	Израиль	0,91	3—5	0,95	20—23	0,88	14—16	0,915	14	23
32	3	Тунис	0,80	24—25	0,74	34	0,71	30	0,753	31—32	89
33	4	Иордания	0,77	29—31	0,86	30	0,63	33	0,753	31—32	90
34	5	Марокко	0,75	32	0,53	35	0,62	34	0,631	35	124
35	6	Молдова	0,71	34	0,85	31—32	0,45	35	0,671	34	115

По компоненте "Долголетие" ИРЧП страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны — участницы Европейской политики соседства — распределились на группы следующим образом (рис. 5).



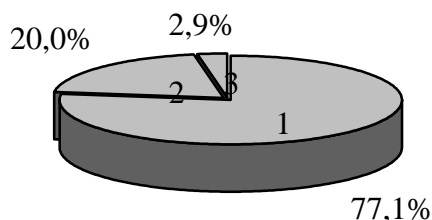
Условные обозначения:

- 1 – высокий уровень (группа стран с ожидаемой продолжительностью жизни свыше 77 лет);
- 2 – средний уровень (группа стран с ожидаемой продолжительностью жизни от 63 до 76,9 лет)

Рис. 5. Распределение стран ЕС, кандидатов в члены ЕС и стран — участниц Европейской политики соседства — на группы по количественному составу по компоненте "Долголетие" ИРЧП в 2003 году

Из рис. 5 видно, что по качественному критерию оценки компоненты "Долголетие" ИРЧП страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны — участницы Европейской политики соседства — распределились в 2003 году по количественному составу следующим образом: с высоким уровнем — 18 государств (51,4%); со средним уровнем — 17 государств (48,6%).

По компоненте "Образование" ИРЧП страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны — участницы Европейской политики соседства — в 2003 году по количественному составу распределились на группы следующим образом (рис. 6).



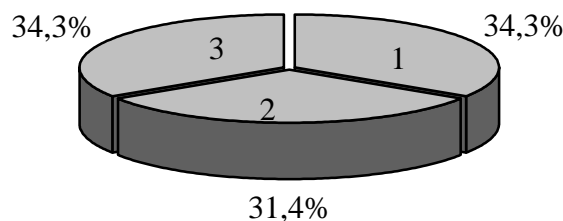
Условные обозначения:

- 1 – высокий уровень (группа стран со значением индекса свыше 0,91);
- 2 – средний уровень (группа стран со значением индекса от 0,71 до 0,90);
- 3 – низкий уровень (группа стран со значением индекса ниже 0,71).

Рис. 6. Распределение стран ЕС, кандидатов в члены ЕС, а также стран — участниц Европейской политики соседства — на группы по количественному составу по компоненте "Образование" ИРЧП в 2003 году

Из рис. 6 видно, что по качественному критерию оценки компоненты "Образование" ИРЧП страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны — участницы Европейской политики соседства — в 2003 году по количественному составу распределились следующим образом: с высоким уровнем — 27 государств (77,1%); со средним уровнем — 7 государств (20,0%); с низким уровнем — 1 государство (2,9%).

По компоненте "ВВП на одного жителя" ИРЧП страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны — участницы Европейской политики соседства — в 2003 году по количественному составу распределились на группы следующим образом (рис. 7).



Условные обозначения:

- 1 – высокий уровень (группа стран с ВВП на 1 жителя по ППС свыше 24 000 долл. США в год);
- 2 – средний уровень (группа стран с ВВП на 1 жителя по ППС от 12 001 до 24 000 долл. США в год);
- 3 – низкий уровень (группы стран с ВВП на 1 жителя по ППС до 12 000 долл. США в год).

Рис. 7. Распределение стран ЕС, кандидатов в члены ЕС и стран — участниц Европейской политики соседства — на группы по количественному составу по компоненте "ВВП на одного жителя" ИРЧП в 2003 году

Из рис. 7 видно, что по качественному критерию оценки компоненты "ВВП на одного жителя" ИРЧП страны ЕС, кандидаты в члены ЕС и страны — участницы Европейской политики соседства — в 2003 году по количественному составу распределились следующим образом: с высоким уровнем — 12 государств (34,3%); со средним уровнем — 11 государств (31,4%); с низким уровнем — 12 государств (34,3%).

Согласно проведенному выше исследованию можно сделать следующие выводы:

1. Страны — кандидаты в члены ЕС — и страны — участницы Европейской политики соседства, — занимая относительно большую территорию и имея относительно большую численность населения, производят гораздо меньший объем ВВП, чем страны ЕС.
2. Население стран ЕС имеет более высокое интегральное качество жизни населения, чем страны — кандидаты в члены ЕС — и страны — участницы Европейской политики соседства.

3. Особенно большой разрыв в качестве жизни населения стран ЕС, стран — кандидатов в члены ЕС — и стран — участниц Европейской политики соседства — по компоненте "ВВП на одного жителя".

Литература: 1. Сіденко В. Р. Критерії членства в СOT, ЄС та НАТО: інтеграційні перспективи України / В. Р. Сіденко, І. І. Жовкова, Т. М. Немиря, Г. М. Перспалиця. — К.: Інститут Євроатлантичного співробітництва, 2004 — 88 с. 2. Human Development Report. — 2005 //http://hdr.undp.org. 3. Россия и страны — члены Европейского Союза. 2003.: Стат. сб. — М.: Госкомстат России, 2003. — 280 с. 4. Россия и страны мира. 2002.: Стат. сб. — М.: Госкомстат России, 2002. — 400 с. 5. Россия и страны мира. 2004.: Стат. сб. — М.: Росстат, 2004. — 364 с. 6. Страны и регионы. 2003. Статистический справочник Всемирного банка: Пер. с англ. — М.: Издательство "Весь мир", 2004. — 240 с. 7. Удогова Л. Ф. Соціальна статистика. — К.: КНЕУ, 2002. — 376 с.

Стаття надійшла до редакції
14.04.2006 р.

УДК 336.225

**Іванов Ю. Б.
Мотуз Н. О.**

ПОДАТКОВІ ВАЖЕЛІ СТИМУЛЮВАННЯ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ

In the article the tax regulation and the tax levers of stimulation the rational usage of power resources are considered.

Одним з найбільш ефективних методів непрямого регулювання соціально-економічних процесів у ринковій економіці є податкове регулювання. Саме за допомогою оподаткування держава може створити для суб'єктів господарювання умови, що сприяють вирішенню найбільш важливих та пріоритетних, з точки зору загальнодержавних інтересів, завдань. Це стосується, зокрема, енергозбереження, що є одним з пріоритетів національної економічної політики на найближчу перспективу.

Питанням податкового стимулювання підприємств, що впроваджують технології, які в результаті сприяють ресурсозбереженню та оздоровленню екологічної ситуації, в останній час присвячується багато наукових досліджень. Серед них слід відмітити роботи І. Цигилика [1], Л. Шаблистої [2], Я. Литвиненко [3].

Так, наприклад, Шаблисто Л. [2] пропонує ввести в дію підвищений (до 50% вартості закупленого і введеного в дію устаткування) інвестиційний податковий кредит для підприємств, що впроваджують прогресивні технології, якщо результати вжитих заходів сприяють ресурсозбереженню.

Але в опублікованих за цим напрямком досліджень наукових працях основна увага приділяється стимулюванню впровадження інвестицій та інновацій, у тому числі пов'язаних з ресурсозбереженням, і практично не висвітлене питання податкового стимулювання енергозбереження в процесі поточної діяльності підприємств.

Кризова ситуація на ринку енергоресурсів повинна вирішуватися шляхом запровадження програм енергозбереження. Особливо важливою в нинішній економічній ситуації України є стимулювання підприємств до економії енергозатрат при виробництві. Так статтею 16 Закону України "Про енергозбереження" [4] встановлені такі стимули для енергозбереження:

а) надання податкових пільг підприємствам-виробникам енергозберігаючого обладнання, техніки і матеріалів, засобів ви-

мірювання, контролю та управління витратами паливно-енергетичних ресурсів;

б) надання податкових пільг підприємствам, які використовують устаткування, що працює на нетрадиційних та поновлюваних джерелах енергії;

в) пріоритетного кредитування заходів щодо забезпечення раціонального використання та економії паливно-енергетичних ресурсів.

Придбання з ініціативи підприємств — споживачів паливно-енергетичних ресурсів енергозберігаючих технологій, обладнання, матеріалів, засобів вимірювання, контролю та управління витратами паливно-енергетичних ресурсів, а також інвестиції в будівництво енергозберігаючих об'єктів кредитується на пільгових умовах за наявності відповідного експертного висновку органів управління енергозбереженням. Розмір зниження відсоткової ставки залежить від енергетичної ефективності впровадження енергозберігаючих заходів. Компенсація збитків кредитних установ від зменшення позикового відсотка проводиться за рахунок коштів фонду енергозбереження;

г) встановлення підвищених норм амортизації енергозберігаючих основних фондів.

Таким чином, вже існують законодавчо встановлені засади стимулювання підприємств (у тому числі й податкового) до енергозбереження, але в чинному податковому законодавстві України на сьогодні такі пільги не визначені. Цей момент є недостатньо дослідженим, що при складній економічній ситуації на ринку енергоносіїв є можливим шляхом вирішення даної проблеми.

Одним з дієвих механізмів податкового стимулювання суб'єктів господарювання до зниження енергозатрат є використання податкового кредиту з податку на прибуток підприємств, розмір якого залежить від суми зменшення валових витрат, пов'язаної з енергозбереженням.

Для дослідження можливих варіантів стимулювання зниження валових витрат використані дані 16 підприємств, що оподатковуються за звичайною системою оподаткування, які займаються виробництвом поліграфічної продукції. В табл. 1 наведені вихідні дані для розрахунку податку на прибуток підприємств до впровадження заходів енергозбереження (базовий варіант).

Таблиця 1

Розрахунок податку на прибуток у базовому варіанті

№ з/п	Валові доходи, тис. грн.	Валові витрати, тис. грн.	Амортизація, тис. грн.	Прибуток до оподаткування, тис. грн.	Податок на прибуток, тис. грн.	Рентабельність, %
1	11355,6	10720,3	580,3	55,0	13,75	0,49
2	11343,3	11232,4	16,5	94,4	23,6	0,84
3	3149,6	2931,4	182,3	35,9	8,975	1,15
4	35715,5	35002,2	147,5	565,8	141,45	1,61
5	15058,8	14721,0	35,7	302,1	75,525	2,05
6	14378,6	13713,0	117,6	548,0	137	3,96
7	17707,8	16613,2	294,7	799,9	199,975	4,73
8	25008,7	23318,1	420,3	1270,3	317,575	5,35
9	104272,4	94795,5	2320,8	7156,1	1789,025	7,37
10	181103,3	161382,2	6133,0	13588,1	3397,025	8,11
11	7403,8	6381,9	289,6	732,3	183,075	10,98
12	2795,2	2431,8	59,4	304,0	76	12,20
13	128903,6	102207,9	3596,9	23098,8	5774,7	21,83
14	8293,3	6325,8	206,3	1761,2	440,3	26,96
15	446,1	327,7	5,7	112,7	28,175	33,80
16	10274,7	7520,7	145,4	2608,6	652,15	34,03

Показник рентабельності (R) в даній ситуації був розрахований за формулою:

$$R = \frac{П}{ВВ + А} \times 100, \% \quad (1)$$

де П — прибуток до оподаткування, тис. грн.;

ВВ — валові витрати, тис. грн.;

А — сума амортизаційних відрахувань, тис. грн.

Проаналізуємо можливі варіанти зниження валових витрат для даних підприємств у частині зменшення затрат на енергоресурси.

Слід розглянути варіанти зниження валових витрат за рахунок енергозбереження на 3% (варіант 1), 8% (варіант 2), 15% (варіант 3). Звичайно зниження підприємствами енергозатрат не повинно привести до зміни валового доходу, оскільки цей показник безпосередньо на впливає на рівень ринкових цін. Хоча слід зазначити, що в деяких випадках з метою покращення конкурентної позиції підприємства, що реалізують стратегію лідерства у витратах (або знижених витрат), при наявності високоеластичного попиту можуть знизити ціну на продукцію, що виробляється. А це, у свою чергу, сприятиме зростанню ринкової частки таких виробників.

Зниження собівартості продукції, при незмінному відсотку націнки, повинно привести до збільшення рентабельності і, як результат, при незмінних обсягах реалізації — до збільшення маси прибутку.

Для наведеного прикладу вважаємо, що зниження валових затрат за рахунок енергозбереження не вплине на збільшення валових доходів, тобто останні залишаться в розмірі базового варіанта.

Оскільки зниження енергозатрат у більшості випадків можливе за рахунок введення в дію енергозберігаючого обладнання та технологій, з великим ступенем ймовірності можна вважати, що й амортизаційні відрахування в період експлуатації ресурсозберігаючого обладнання, збільшаться. В даному випадку зроблене припущення про збільшення амортизаційних відрахувань на: 9% (варіант 1), 15% (варіант 2) та 20% (варіант 3) від базової суми амортизаційних відрахувань.

Результати розрахунків валових витрат та податкових зобов'язань з податку на прибуток (відповідно до п. 3.1 ст. 3 Закону України "Про оподаткування прибутку підприємств" [5]) за наведеними варіантами подані в табл. 2.

Таблиця 2

Розрахунок податку на прибуток за варіантами зниження витрат на енергоресурси за варіантами

№ з/п	Валові доходи, тис. грн.	Валові витрати (тис. грн.), знижені на:			Податок на прибуток підприємств, тис. грн.:		
		3%	8%	15%	Варіант 1	Варіант 2	Варіант 3
1	11355,60	10398,69	9862,68	9112,26	81,10	206,39	386,75
2	11343,30	10895,43	10333,81	9547,54	107,47	247,63	443,99
3	3149,60	2843,46	2696,89	2491,69	26,86	60,77	109,79
4	35715,50	33952,13	32202,02	29751,87	400,65	835,96	1446,66
5	15058,80	14279,37	13543,32	12512,85	185,13	368,61	625,78
6	14378,60	13301,61	12615,96	11656,05	237,20	406,85	645,36
7	17707,80	16114,80	15284,14	14121,22	317,94	521,19	808,24
8	25008,70	22618,56	21452,65	19820,39	483,00	768,18	1170,99
9	104272,40	91951,64	87211,86	80576,18	2447,77	3597,91	5227,82
10	181103,30	156540,73	148471,62	137174,87	4469,40	6394,68	9142,21
11	7403,80	6190,44	5871,35	5424,62	224,42	299,85	407,92
12	2795,20	2358,85	2237,26	2067,03	92,90	122,41	164,22
13	128903,60	99141,66	94031,27	86876,72	6460,33	7683,97	9427,65
14	8293,30	6136,03	5819,74	5376,93	483,10	559,08	667,20
15	446,10	317,87	301,48	278,55	30,50	34,52	40,18
16	10274,70	7295,08	6919,04	6392,60	705,28	797,11	926,91

З метою визначення впливу розміру податкового кредиту на кінцеві показники діяльності підприємств розглянемо податкові наслідки застосування цього механізму податкового регулювання при встановленні різних ставок податкового кредиту:

при зменшенні валових витрат на 3% ставка кредиту становить 9%;

при зменшенні валових витрат на 8% ставка кредиту становить 17%;

при зменшенні валових витрат на 15% ставка кредиту становить 20%.

Ставка податкового кредиту застосовується до суми зниження валових витрат. Сума податкового кредиту (ПК) обчислюється наступним чином:

$$ПК = \frac{\Delta BB \times C}{100}, \text{ тис. грн.}, \quad (2)$$

де ΔBB — сума податкового кредиту, тис. грн.;

C — ставка податкового кредиту, %.

Під час впровадження податкового кредиту з метою стимулювання енергозбереження пропонуються такі умови застосування цієї пільги:

обсяг виробництва за податковий період має збільшуватися;

сума отриманого зниження податкових зобов'язань має використовуватися виключно для подальшого впровадження у виробництво ресурсозберігаючого обладнання та технологій.

У табл. 3 розрахований податок на прибуток при використанні податкового кредиту та різниця податкових зобов'язань платників за варіантами застосування податкового кредиту з базовою сумою податку на прибуток у базовому варіанті.

Таблиця 3

Податок на прибуток при зниженні валових витрат при використанні податкового кредиту

№ з/п	Податок у базовому варіанті	Варіант 1		Варіант 2		Варіант 3	
		Сума, тис. грн.	Різниця з базовим, +/-	Сума, тис. грн.	Різниця з базовим, +/-	Сума, тис. грн.	Різниця з базовим, +/-
1	13,8	55,37	41,62	177,45	163,70	65,14	51,39
2	23,6	80,51	56,91	217,30	193,70	107,02	83,42
3	9,0	19,82	10,85	52,85	43,88	21,85	12,87
4	141,5	316,64	175,19	741,46	600,01	396,59	255,14
5	75,5	149,80	74,27	328,86	253,33	184,15	108,62
6	137,0	204,29	67,29	369,82	232,82	233,97	96,97
7	200,0	278,07	78,10	476,33	276,36	309,84	109,86
8	317,6	427,04	109,47	705,22	387,64	471,45	153,87
9	1789,0	2220,26	431,24	3341,96	1552,93	2383,95	594,93
10	3397,0	4082,08	685,06	5958,95	2561,92	4300,74	903,72
11	183,1	209,11	26,03	282,62	99,55	216,46	33,38
12	76,0	87,07	11,07	115,84	39,84	91,27	15,27
13	5774,7	6215,03	440,33	7408,01	1633,31	6361,41	586,71
14	440,3	467,92	27,62	542,00	101,70	477,43	37,13
15	28,2	29,72	1,54	33,63	5,46	30,35	2,17
16	652,2	687,23	35,08	776,81	124,66	701,29	49,14
Сума	13258,3	15529,97	2271,67	21529,11	8270,81	16352,89	3094,59

Якщо розглянути суми податку з точки зору фіскальної функції оподаткування, то видно, що податкові надходження в бюджет збільшилися в усіх варіантах, а при 8% зниженні валових витрат суми надходжень з цього податку збільшилися майже на 60%. Проаналізувавши варіант 3, видно, що зниження валових витрат найбільше, а податкових надходжень менше ніж, наприклад, у другому варіанті. Це зумовлено високою ставкою податкового кредиту, яка передбачена для стимулювання якнайбільшого зменшення валових витрат.

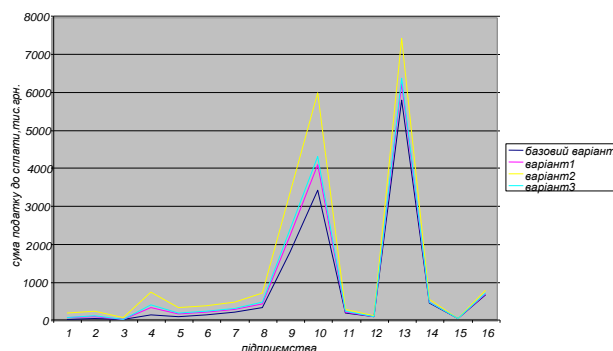


Рис. 1. Порівняння сум податку на прибуток підприємств при використанні податкового кредиту

Проаналізувавши суми податку до сплати в усіх варіантах, можна зробити висновок, що низькорентабельним підприємствам вигідніше якнайбільше зменшення валових витрат, при цьому вплив на суми податку буде найменшим. Для підприємств з високою рентабельністю зменшення валових витрат в усіх варіантах майже не вплине на суми податку до сплати. Це передусім зумовлено тим, що в базовому варіанті прибуток на даних підприємствах високий за рахунок низьких валових витрат у порівнянні з валовими доходами. І тому зниження валових витрат за рахунок ресурсозбереження обладнання не так різко впливає на збільшення податку, як у підприємств з низькою рентабельністю.

Звичайно, з першого погляду підприємствам не вигідно використання цієї пільги, оскільки спостерігається збільшення сум податку до сплати у трьох варіантах, у порівнянні з базовим. Але якщо розглянути це зі сторони формування фінансових ресурсів підприємства, то результат буде протилежним (табл. 4).

Таблиця 4

Чистий прибуток підприємств після оподаткування з використанням податкового кредиту

№ з/п	Чистий прибуток в базовому варіанті, тис. грн.	Прибуток, тис. грн.					
		Варіант 1		Варіант 2		Варіант 3	
		Сума	Різниця з базовим, +/-	Сума	Різниця з базовим, +/-	Сума	Різниця з базовим, +/-
1	41,3	269,0	227,8	648,1	606,9	1481,8	1440,6
2	70,8	349,4	278,6	773,2	702,4	1668,9	1598,1
3	26,9	87,6	60,7	190,2	163,3	417,3	390,4
4	424,4	1285,9	861,6	2602,4	2178,0	5390,0	4965,7
5	226,6	590,7	364,1	1145,6	919,0	2319,0	2092,4
6	411,0	744,5	333,5	1257,6	846,6	2347,5	1936,5
7	599,9	993,7	393,8	1608,4	1008,5	2923,1	2323,2
8	952,7	1505,0	552,3	2367,5	1414,8	4212,5	3259,8
9	5367,1	7570,8	2203,8	11049,7	5682,6	18527,3	13160,2
10	10191,1	13795,5	3604,4	19619,8	9428,7	32268,1	22077,0
11	549,2	688,6	139,4	916,8	367,6	1415,2	866,0
12	228,0	284,5	56,5	373,8	145,8	565,6	337,6
13	17324,1	19626,3	2302,2	23327,9	6003,8	31349,2	14025,1
14	1320,9	1464,5	143,6	1694,3	373,4	2191,4	870,5
15	84,5	92,3	7,8	104,4	19,9	130,4	45,8
16	1956,5	2133,9	177,5	2411,6	455,2	3006,3	1049,9
Сума	39774,9	51482,3	11707,6	70091,3	30316,5	110213,7	70438,8

Чистий прибуток підприємств (ЧП) у цьому випадку був розрахований наступним чином:

$$PP = Pr - P, \text{ тис.}, \quad (3)$$

де Pr — прибуток до оподаткування, тис. грн.;
P — нарахований податок на прибуток підприємств до сплати, з використанням податковим кредитом, тис. грн.

Таким чином можна стверджувати, що прибуток, який залишився у підприємств при всіх варіантах, збільшився (рис. 2). Звичайно даний розрахунок є умовним, оскільки не враховуються, наприклад, інші витрати, які не включаються в валові витрати, цей показник розраховується за даними податкового обліку, що природно не відповідає даним бухгалтерського обліку.

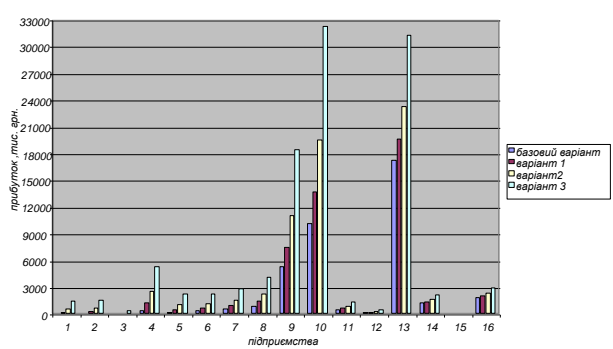


Рис. 2. Порівняння прибутку, який залишається у підприємств після оподаткування з використанням податкового кредиту з прибутком базового варіанта

Безумовно, різке зменшення валових витрат за рахунок енергозбереження сприятиме збільшенню вільних коштів у розпорядженні підприємств, з одного боку, а з іншого — збільшити доходи бюджету та зменшити використання енергоресурсів.

Отже, наведені розрахунки підтверджують доцільність впровадження механізму податкового кредиту для стимулювання зниження валових витрат. Загрозна економічна ситуація на ринках енергетичних ресурсів не тільки України, а й усього світу може призвести до збільшення ціни на ці ресурси, тому необхідно уже зараз вводити в дію цей механізм стимулювання енергозбереження виробничо-господарської діяльності промислових підприємств.

Впровадження податкового кредиту для зменшення енергоспоживання дозволить підприємствам за рахунок зменшення собівартості виробництва мати більший дохід при незмінній ціні, а при зменшенні ціни збільшити обсяги реалізації; отримати додаткову вигоду у вигляді зменшення податкових зобов'язань з податку на прибуток та додаткові джерела фінансування витрат на енергозбереження.

Державі запропонований підхід до стимулювання підприємств вигідний тому, що енергозбереження та оновлення застарілого обладнання на підприємствах забезпечується при одночасному збільшенні податкових надходжень до бюджету. Звичайно, обов'язковою умовою є організація чіткого моніторингу та контролю за застосуванням цієї пільги, перш за все, за обсягами виробництва, цільовим використанням сум податкового кредиту; перевірка достовірності даних зниження енергозатрат.

Напрямами подальших досліджень цієї проблеми є обґрунтування раціонального рівня ставок податкового кредиту з урахуванням пріоритетів галузевого розвитку України.

Література: 1. Цигилик І. І. Інноваційна політика в системі підприємництва / І. І. Цигилик, С. О. Кропельницька // Актуальні проблеми економіки. — 2003. — №1. — С. 75 – 79. 2. Шабліста Л. М. Податкова політика України в трансформаційний період // Актуальні проблеми економіки. — 2001. — №3 – 4. — С. 26 – 33. 3. Литвиненко Я. Податкові пільги: їх вплив, значення і зарубіжний досвід застосування // Економіка, фінанси, право. — 2002. — №6. — С. 21 – 25. 4. Закон України "Про енергозбереження" від 01.07.1994 №75/94-ВР // Відомості Верховної Ради. — 1994. — №30. — Ст. 283. 5. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" (в редакції Закону України від 22 травня 1997 року №283/97-ВР зі змінами і доповненнями) / В кн.: Основи податкового законодавства. Збірка основних законодавчих актів. — Харків: ВД "ІНЖЕК", 2005. — С. 94 – 174. 6. Іваненко В. О. Оподаткування прибутку — ключові підходи // Економіка, фінанси, право. — 2004. — №4. — С. 11 – 13.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ МОТИВАЦІЇ ТРУДОВОЇ ПОВЕДІНКИ

In the article the necessity of creation the socioeconomic mechanism of motivation of effective management of labour behavior is proved.

Найвиразнішою тенденцією розвитку постіндустріальної економіки є перетворення працівника в основну цінність виробничої організації. Це пояснюється тим, що потреби в різних ресурсах, необхідних для її функціонування в умовах посилення непередбачуваності змін, що відбуваються як всередині організації, так і в її оточенні, швидко змінюються кількісно і якісно. В таких умовах людина, яка опановує інформаційно-інтелектуальні технології, її знання та вміння здатні швидко компенсувати нестачу інших ресурсів, необхідних для бізнес-діяльності. Зміна ролі працівника породжує проблеми управління відносинами працівник-підприємство і вимагає пошуку їх вирішення. Світовий досвід переконливо свідчить, що ефективність регулювання зазначених відносин значною мірою залежить від якості мотивації трудової поведінки персоналу підприємств. Економічні, політичні та соціокультурні умови, що склалися в Україні, зруйнували існуючі раніше механізми активізації трудової поведінки і стримують формування нових. Як правило, менеджери використовують лише елементи окремих форм і методів мотивації, вибір яких часто здійснюється інтуїтивно, без наукового обґрунтування. Ця практична проблема свідчить про відсутність як досвіду ефективної мотивації, так і відповідного науково-методичного її забезпечення.

Розроблення засад і передумов формування нової органічної системи мотивації трудової поведінки працівника, такої, яка відповідає принципам соціально орієнтованого ринкового господарювання, є важливою науково-практичною проблемою, яка вимагає досліджень і обґрунтувань. У контексті її вирішення метою даної статті є аналіз і узагальнення сутності та змісту системи понять і категорій, а також положень різних теорій мотивації для обґрунтування підстав розроблення сучасного соціально-економічного механізму мотивації високопродуктивної праці.

Вибір поняття "механізм" як центральної категорії, навколо якої розгортається дослідження, обумовлено тим, що зазвичай, коли предметом вивчення обираються системи з глибокою внутрішньою інтеграцією (а саме такою повинна бути система трудової мотивації), на перше місце виходить проблема забезпечення її впорядкованості і цілісності, яка в процесі вирішення конкретизується у двох моментах: пошуку специфічних механізмів і визначення найбільш суттєвих форм взаємодії цілісного об'єкта із середовищем [1]. Розроблення та впровадження в практику категорії "механізм мотивації" орієнтує на вивчення складної системи регуляторів економічної поведінки і передбачає розроблення методичного забезпечення удосконалення їх використання менеджерами. Систему управління персоналом можна вважати ефективною в тому випадку, якщо в будь-яких виробничих ситуаціях вона дозволяє менеджерам максимально впливати на поведінку кожного підлеглого, вводити в дію ті інструменти і важелі мотивації, які забезпечують особисту зацікавленість кожного працівника у високих результатах своєї праці [2]. Можна погодитися із Б. Сербиновським та С. Самігіним, що в сучасних умовах господарювання механізм мотивації повинен перетворитися в центральну ланку системи управління персоналом на кожному підприємстві [3, с. 207]. Причому такий механізм повинен мати соціально-економічну природу, оскільки мотивація як явище поєднує процеси, що мають і соціальний, і економічний характер: економічна поведінка є результатом взаємодії економічної сфери та людського фактора.

У зв'язку з цим для регулювання поведінки працівників і колективів необхідно використовувати систему соціальних та економічних важелів і засобів, обґрунтування сутності й змісту яких стає досить актуальним з таких причин. По-перше, незважаючи на численні дослідження у цій сфері менеджменту, залишаються невирішеними такі теоретичні проблеми, як визначення сутності і змісту категорій "соціально-економічний механізм" та "соціально-економічний механізм мотивації", їх спільних та відмінних рис, їх взаємозв'язку. По-друге, через зростання та ускладнення ролі особистісного чинника виробництва практика мотивації безперервно породжує нові явища і процеси, управління якими постійно потребує додаткових досліджень і методичних розробок. Про необхідність збагачення природи заходів мотивації вчені наголошували ще 20 років тому, зазначаючи, що для підвищення ефективності мотивації праці недостатньо використовувати тільки економічні і організаційні заходи, потрібно вводити в дію все більший арсенал соціальних важелів [4]. Існуючі сьогодні підходи до мотивації, як правило, не враховують цю вимогу, тому не забезпечують вирішення в повному обсязі проблем комплексного управління економічною поведінкою персоналу. При їх вирішенні доцільно звернути увагу на той факт, що багато хто з вчених (наприклад, М. Попов, Л. Рисухін та ін.) вважають, що найбільш перспективним способом розв'язання будь-яких проблем менеджменту є рух від цілей управління до створення необхідних для їх досягнення механізмів [5]. З огляду на сказане стає очевидним, що на сьогоднішній день для вирішення проблем мотивації праці особливого значення набуває проектування такого соціально-економічного механізму, який би, маючи за критерій узгодження інтересів працівників і виробничих організацій, створював умови для їх ефективного розвитку.

Щоб спроектувати такий механізм та досягти поставленої мети, перш за все, слід уточнити сутність і зміст таких понять, як механізм, соціально-економічний механізм, соціально-економічний механізм мотивації. Оскільки в спеціальній літературі немає однозначного тлумачення їх сутності, виникла необхідність проаналізувати та узагальнити підходи, запропоновані різними авторами (табл.1).

Таблиця 1

Аналіз підходів до визначення сутності категорії "механізм"

1	Визначення	Автор (джерело)	Ключове значення
1	2	3	4
1	Механізм (з грецької "mechane" – знаряддя, машина): 1) сукупність рухомих з'єднаних частин, які здійснюють під дією прикладених сил задані рухи; 2) внутрішній пристрій, система чого-небудь; 3) сукупність станів і процесів, з яких складається будь-яке явище	Словарь русского языка. В 4 т. Т. 2. / Под ред. А. П. Евгеньевой. – М.: Русский язык, Полиграфресурсы, 1999. – 736 с.	1) Сукупність частин; 2) внутрішній пристрій 3) сукупність станів і процесів
2	Механізм: 1) послідовність станів, процесів, які визначають собою якусь дію, явище; 2) система, пристрій, порядок якого-небудь виду діяльності; 3) внутрішній пристрій (система ланок) машини, приладу, апарату, що приводить їх в дію	Новый экономический и юридический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. – М.: Ин-т новой экономики, 2003. – 1088 с.	4) послідовність станів, процесів; 5) система, пристрій, порядок; 6) внутрішній пристрій (система ланок)

Продовження табл. 1

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
3	Механізм – певна складна організована система, яка переробляє вхідні умови, у бажаний вихід – процеси	Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства. Монографія. – Харків: ХДЕУ, 2002. – 432 с.	Складна організована система
4	Механізм – система, пристрій, які визначають порядок якого-небудь виду діяльності	Славинская Л. О. О понятии хозяйственно-го механизма // Эконом. Науки. – 1979. – №2. – С. 28	Система, пристрій
5	Механізм – це сукупність засобів і методів управління, це зчеплення, яке визначає можливість цілеспрямованого руху системи	Теория управления: Учебн. / Под общ. ред. А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М.: РАГС, 2003. – 558 с.	Зчеплення, яке визначає цілеспрямований рух системи
6	Економічний механізм управління виробництвом – система взаємопов'язаних засобів, методів і форм планомірного впливу на економічні процеси	Механизм управления промышленным производством: Теория и практические проблемы / Под ред. проф. И. Мокана. – Кишинев: Картя Молдовены, СКЭ, 1977. – 122 с.	Система планомірного впливу на економічні процеси
7	Економічний механізм можна визначити як сукупність певних ресурсів, методів, засобів, інструментів і важелів впливу на виробничі процеси, застосовувані керівництвом для досягнення поставлених цілей розвитку підприємства	Шандова Н. В. Визначення механізму прогнозування показників розвитку виробництва // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №2 (32). – С. 182 – 189	Сукупність управлінських ресурсів
8	Соціальний механізм регуляції економічної поведінки – система зв'язків між елементами, які входять до його складу	Экономическая социология / Под ред В. Е. Пилипенко. – К.: МАУП, 2002. – С. 155	Система зв'язків між елементами
9	Механізм управління – сукупність засобів впливу, комплекс важелів, які використовуються в управлінні	Лафта Дж. К. Менеджмент. – М.: ПБОЮЛ Григорян А. Ф., 2002. – С. 61	Сукупність засобів впливу
10	Механізм управління – сукупність мотивів діяльносної активності персоналу, які визначають як саму можливість, так і ефективність управління, від яких залежить сприйняття впливу	Коротков Э. М. Концепция менеджмента. – М.: Экономика, 1997. – С. 91	Сукупність мотивів діяльносної активності персоналу

1	2	3	4
11	Механізм управління – це засіб розв'язання суперечностей явища чи процесу, послідовна реалізація дій, які базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації, функціональній діяльності з використанням відповідних їй методів управління та спрямованої на досягнення визначеної мети	Державне управління і менеджмент: Навч. посібн. / Г. С. Одінцова, Г. І. Мостовий, Ю. Амосов; [Заг. ред Г. С. Одінцової. – Харків: ХарУАДУ, 2002. – 492 с.	Засіб розв'язання суперечностей, послідовна реалізація функціональних дій
12	Механізм управління – спосіб організації управління суспільними справами, де взаємопов'язані методи, засоби і принципи управління, що забезпечує ефективну реалізацію цілей управління	Социальный менеджмент: Уч. пособие / Под ред В. Н. Иванова, В. И. Патрушева. – М.: Высшая школа, 2001. – 207 с.	Спосіб організації управління

Даний аналіз думок різних авторів дає змогу виділити найбільш характерні риси, притаманні соціально-економічному механізму.

По-перше, важливою особливістю такого механізму є його конкретність і функціональність [4, с. 53]. Конкретність полягає в тому, що механізм в цілому, його структура і складові частини виступають у конкретних формах практичної діяльності. Функціонування механізму регулюється через управління ним. За допомогою управління механізм приводиться в рух, визначаються його цілі і узгоджується дія. Механізм мотивації отримує свою конкретність в певних межах (відділ, підприємство).

Функціональність механізму — це спосіб поєднання його частин, що забезпечує йому ефективну роботу. У своєму функціональному відображенні механізм існує в "змонтованому" вигляді, тобто усі його деталі поєднані між собою таким чином, щоб створити можливості механізму діяти. Механізми проявляються тільки в дії, це єдина форма їх існування [5].

Крім охарактеризованих вище, соціально-економічний механізм має ще деякі суттєві особливості, на які вказують різні автори.

Так, механізм слід сприймати як систему, що складається з певних взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів [6 – 15]. Для забезпечення ефективності його використання важливим є момент виділення головної ланки і визначення місця кожного елемента в механізмі. Центральну увагу в соціально-економічному механізмі слід звертати на діяльність і поведінку працівників.

Механізм має вхід (зовнішній вплив) та вихід (корисний результат) [9; 16; 17]. Зважаючи на це, при побудові механізму необхідно забезпечити таку взаємодію елементів, яка дозволить досягти поставлених цілей найбільш ефективно (отримати на "виході" найкращий результат). Складовими елементами соціально-економічного механізму виступають відносно певні, закріплені явище і весь процес, що відбувається на інтервалі між ними.

Механізм за своєю структурою поєднує методи, засоби впливу [11; 13; 14; 18 – 23]. До основних методів впливу традиційно відносять економічні, соціально-психологічні, організаційно-адміністративні (організаційно-розпорядчі). В інформаційному суспільстві цей перелік необхідно збільшити за рахунок освіт-

ньо-виховних методів, а також виділити в окрему групу самоуправління як різновид саморегулювання соціальної системи. До засобів впливу можна віднести також розробку планів і програм з мотивації.

Головне призначення механізму – забезпечувати ефективне досягнення цілей [7; 13; 14; 21 – 26]. Для соціально-економічного механізму мотивації головною метою є задоволення потреб основних суб'єктів соціально-трудова відносин на основі узгодження їх інтересів.

Механізм є гнучкою адаптивною системою [15; 27 – 29]. Він постійно змінюється під впливом змін зовнішнього середовища, розвитку потреб особистості і організації, змін пріоритетів тощо.

Узагальнення наведених ознак створило підстави визначення поняття "соціально-економічний механізм мотивації" у такий спосіб: соціально-економічний механізм мотивації – це складна організована система, яка забезпечує ефективну реалізацію соціально-економічних цілей працівника і підприємства та їх узгодження за рахунок використання методів і засобів (інструментів) управління. До засобів механізму можна віднести все те, за допомогою чого можна управляти, а методи – це способи приведення в дію, способи використання засобів механізму.

Соціально-економічний механізм мотивації – органічна складова загального механізму управління підприємством. Призначенням механізму управління є забезпечення ефективної взаємодії керівної і керованої підсистем, впливу на чинники результатів економічної діяльності керованої підсистеми [7]. Механізм є єдністю об'єктивного і суб'єктивного, оскільки відображає широке коло відносин з приводу реалізації потреб і інтересів як окремих працівників, так і підприємства в цілому. Тому можна стверджувати, що соціально-економічний механізм мотивації впливає на чинники результатів діяльності працівників і колективів (керованої підсистеми), забезпечуючи реалізацію потреб і інтересів підприємства та працівників.

Деякі науковці у своїх працях відображають зміст процесу мотивації і його механізму через потреби, подаючи останній у вигляді певних послідовностей [25 – 27; 30; 31], а саме: середовище – потреба – усвідомлення – мотивація – рішення – установки – дії; установка – орієнтація – мотив – вибір – рішення – діяльність; мета – мотив – спосіб – результат; цінність – потреба – інтереси – мотиви – орієнтація – установки – цілі – рішення – дії. Однак такий підхід не дає змогу враховувати при побудові соціально-економічного механізму мотивації його основні елементи впливу на поведінку персоналу: методи, засоби, інструменти. При такому розгляді механізму не зрозуміло, де і яким чином відбувається узгодження цілей (інтересів) об'єкта і суб'єкта управління.

Існує ще одна наукова тенденція, за якою механізм мотивації розглядається за його основними складовими (методи, засоби тощо), але без подання зв'язків між цими складовими та об'єктом управління [32]. Крім того, такий методичний підхід не відображає входні умови та результуючу реакцію.

Недоліки обох підходів суттєво зменшуються при поданні механізму мотивації у вигляді, зображеному на рис. 1.

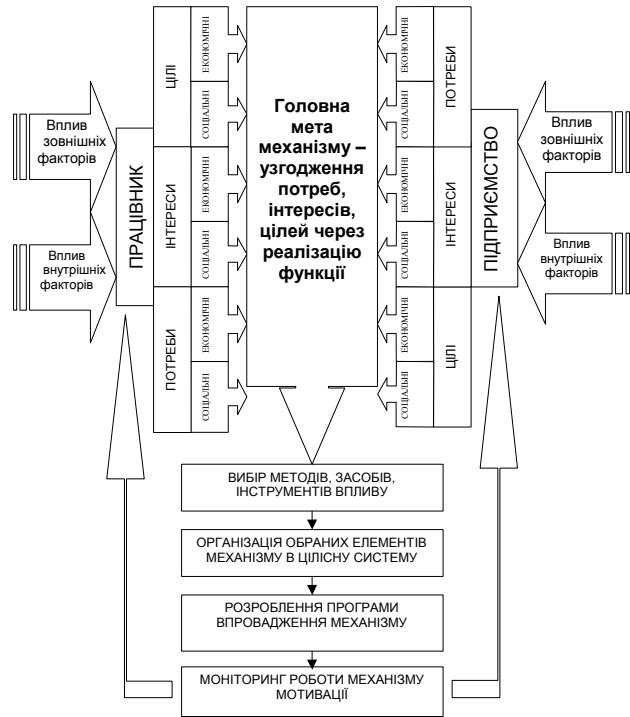


Рис. 1. Модель функціонування соціально-економічного механізму мотивації

Важливою проблемою забезпечення функціонування соціально-економічного механізму мотивації є комплексний аналіз впливу на мотивацію праці факторів зовнішнього середовища, дослідження впливу на мотивацію політико-правових, економічних, соціокультурних, технологічних факторів, а також внутрішнього середовища, аналіз відповідності існуючого механізму вимогам (потребам, інтересам, цілям) зацікавлених сторін. Хоча у працівника та підприємства потреби, інтереси, цілі не тільки не співпадають, а нерідко вступають у протиріччя, саме через механізм мотивації можна їх узгодити, адже як виробнича організація, так і працівник не можуть існувати відокремлено, а тільки в системі.

При розробленні рекомендацій щодо формування соціально-економічного механізму мотивації персоналу не слід ігнорувати накопичений досвід у цій сфері менеджменту. Логічний аналіз і узагальнення його дало змогу розробити рекомендації щодо способів використання положень основних теорій мотивації при розробленні соціально-економічного механізму, які подано у табл. 2

Таблиця 2

Рекомендації щодо способів використання основних теорій мотивації

Теорії мотивації	Сутність теорій	Способи застосування положень теорій
1	2	3
Змістовні (теорія потреб Маслоу; теорія Аль-дерфера; двофакторна теорія Герцберга; теорія набутих потреб Мак-Клелланда.)	Виявлення найбільш повного переліку потреб працівника, застосування відповідних винагород залежно від ступеня їх актуальності	<ol style="list-style-type: none"> 1. Постійний моніторинг рівня задоволення потреб працівників, визначення серед них найбільш критичних; створення умов найбільш повного задоволення зазначених потреб; розвиток механізму мотивації трудової поведінки відповідно до змін, які відбуваються у системі потреб. 2. Забезпечення наявності на підприємстві двох груп мотиваційних факторів одночасно. Коли потреби нижчого рівня задоволені, більше зосереджуватися на мотивуючих факторах визначати стимули і антистимули продуктивної праці. 3. Розроблення мотиваційних заходів щодо працівників згідно з найбільш актуальними їх потребами: людей з нерівними здібностями готувати на вищі посади, не призначати їх на посади нижче середнього рангу; людям з потребою успіху ставити складні завдання та делегувати достатньо повноважень для їх виконання, гарантувати конкретну винагороду за результатами праці; створювати і зберігати неформальні комунікації для людей з сильною потребою в причетності. 4. Використання різних засобів мотивації з урахуванням того, що працівники намагаються задовольнити різний за складом і якістю комплекс потреб

1	2	3
Процесні (теорія очікування; постановки цілей; справдливості; теорія підсилення; модель Портера-Лоулера)	Зосереджуються на розумовому процесі, пов'язаному з мотивацією. В них аналізується яким чином люди на розподіляють зусилля для досягнення різних цілей і як обирає конкретний вид поведінки	1. Оцінка відповідності винагород і потреб працівників, призначення винагород тільки за ефективну роботу; встановлення високих, але досяжних вимог і результатів для працівника; відстеження рівня самооцінки працівників, делегованих їм повноважень, їх професійних знань і навичок. 2. Надання повної інформації працівникам щодо "правил", за якими розподіляються результати; роз'яснення перспектив зростання винагород за зусилля; постійна підтримка двостороннього зв'язку з підлеглими. 3. Встановлення перед працівниками цілей, які мають бути специфічними і вимірюваними, досяжними, доречними щодо основної роботи в організації і обмеженими в термінах їх досягнення; має бути сильний зв'язок між досягненням цілі і винагородами. 4. Використання в комплексі позитивного, негативного підкріплення, загасання і покарання для посилення бажаної і послаблення небажаної поведінки. Використання в основному позитивного підкріплення. Надання працівникам інформації про те, яка поведінка буде заохочуватись, встановлювати стандарти діяльності
Теорії "поля" (теорія Шейна; теорія Ліпмана-Стрінгера, теорія Х.У.З., крос-культурна мотивація)	Визначають, яким чином середовище існування і організаційна культура підтримують (відносять) стимулюють трудову діяльність працівника і формують його мотиваційне середовище	1. Визначення бажаних для організації цінностей, норм, правил поведінки, впровадження їх, виховання почуття приналежності до організації, колективу. Здійснення підбору нових працівників на основі порівняння індивідуальної системи цінностей і цінностей організації. 2. Створення середовища, найбільш сприятливого для демонстрації людиною своїх кращих якостей, відданості цілям організації (гарантія зайнятості, дух колективізму і довіри між працівниками та керівництвом тощо). 3. Врахування при розробці механізму мотивації особливостей національної ментальності працівників (колективізм, прагнення справедливості, терпимість, довірливість, альтруїзм тощо).

При формуванні ефективного соціально-економічного механізму мотивації важливим моментом є визначення методів управління поведінкою людей. В більшості розглянутих робіт метод управління визначається як сукупність прийомів і способів впливу на об'єкт управління для досягнення поставленої мети [33 – 35]. При цьому прийом розглядається як певна дія, рух. Спосіб – як порядок застосування інструментів і засобів. Можна погодитися з К. Наумік, яка визначає методи мотивації персоналу як сукупність прийомів і способів спонукання працівників для досягнення цілей організації на основі узгодження їх цілей і цілей організації шляхом постійного дослідження та активізації структури мотивів праці [36].

У складі методів впливу на поведінку працівників науковці і практики традиційно виділяють організаційно-адміністративні, економічні, соціально-психологічні (соціальні і психологічні) [33; 35; 37; 38]. Зміна ролі людини і характеру її впливу на діяльність

організації вимагає посилення акцентів на ідейно-виховні (освітньо-виховні) методи і введення їх в механізм мотивації [7; 36], адже засобами методів навчання і виховання можна суттєво змінити поведінку людини.

Не можна ігнорувати пропозиції деяких авторів виносити в окрему групу методів управління поведінкою працівників самоуправління як різновиду саморегулювання соціальних систем [21; 33]. Саме опанування методами самоуправління є надзвичайно актуальним в сучасних умовах. Дослідження у сфері синергетики (яка вивчає механізми самоорганізації) показують, що окрема людина і суспільство в цілому є відкритими нелінійними системами, для управління якими нині необхідні використовувати принципово нові підходи. Слід зважати на той факт, що складна нелінійна система здатна сама себе організувати, необхідно лише правильно ініціювати бажані для людини тенденції впорядкування нею своєї поведінки. Характеристику перелічених методів наведено в табл. 3.

Таблица 3

Характеристика методів мотивації

Група методів	Зміст	Форми прояву
Економічні	Способи досягнення економічних цілей управління, що базуються на вимогах економічних законів, в першу чергу за рахунок економічного стимулювання, впливу на економічні інтереси працівників	Використання різних форм оплати праці, премій, надбавок, забезпечення участі в розподілі прибутку, правах власності тощо
Соціальні	Використання соціально-психологічних механізмів, що діють в колективі, врахування наявності в ньому формальних і неформальних груп, особистостей з різними ролями і статусами, врахування системи взаємовідносин і соціальних потреб колективу та ін.	Стимулювання творчою працею, розвитком соціальної захищеності, соціального впливу, створення умов для відчуття соціальної належності до справ фірми, використання ціннісного орієнтування, формального і неформального спілкування тощо
Психологічні	Способи управлінського впливу, що спираються на об'єктивні закони функціонування і розвитку людської психіки	Навіювання, переконування, залучення, спонукання, примус тощо
Організаційно-адміністративні	Засоби управлінського впливу, природа яких має за основу владу, дисципліну, відповідальність	Обов'язкова регламентація поведінки (наказ, розпорядження, заборона тощо); розроблення узгоджувальних заходів (консультації, компроміси); надання рекомендацій (поради, роз'яснення, пропозиції, неформальне спілкування)
Ідейно-виховні	Інструменти зміни ціннісних орієнтацій, світогляду особистості у напрямку, що забезпечує ефективне функціонування організації	Пропаганда, публік рилейшнз, навчання, наставництво, виховання тощо
Самоуправління	Механізми і засоби самостійного регулювання поведінки працівником	Технології самоорганізації, саморегуляції праці, коучинг самовиховання

За результатами дослідження, поданими в даній статті, можна зробити такі висновки. Ефективність функціонування виробничих організацій в умовах постіндустріальної економіки значною мірою забезпечується використанням збагаченого за методами соціально-економічного механізму мотивації трудової поведінки працівників. Для адекватної реакції на ускладнення і посилення ролі людини у забезпеченні життєдіяльності організацій та докорінну зміну природи мотивації її поведінки необхідно розробити нові способи узгодження інтересів виробничої організації з інтересами і потребами її працівників і відповідну їм систему інструментів та методів активізації трудової поведінки останніх.

При розбудові такої системи необхідно враховувати її соціально-економічний характер, надбання теорій мотивації, необхідність подолання опору при її впровадженні на конкретних підприємствах.

Запропонована у статті модель соціально-економічного механізму мотивації створює теоретичну основу для подальших досліджень у цій сфері, дозволяє проводити аналіз ефективності існуючого механізму мотивації, розробляти практичні рекомендації щодо його удосконалення.

Література: 1. Блауберг И. В. Становление и сущность системного подхода / И. В. Блауберг, Э. Г. Юдин. — М.: политиздат 1973. — 224 с. 2. Бовыкин В. И. Новый менеджмент: Управление предприятиями на уровне высших стандартов. — М.: ОАО "Изд. "Экономика", 1997. — 368 с. 3. Управление персоналом. Учебное пособие / Под ред. Б. Ю. Сербиновского и С. И. Самойлова. — М.: "Издательство Приор", 1999. — 432 с. 4. Социально-экономический механизм повышения эффективности материального производства в условиях интенсификации: [Межвуз. сб.] / Редкол.: В. И. Батрасов (отв. ред.) и др. — Горький: ГГУ, 1985. — 86 с. 5. Попов М. И. Механизмы социально ориентированного управления экономикой в регионе: Монография / М. И. Попов, Л. И. Рисухин. — Луганск.: Изд. СНУ им. В. Даля, 2001. — 128 с. 6. Экономическая социология / Под ред. В. Е. Пилипенко. — К.: МАУП, 2002. — 296 с. 7. Доронина М. С. Управление экономическими та социальными процессами предприятия. Монография. — Харьков: ХДЕУ, 2002. — 432 с. 8. Словарь русского языка. В 4 т. Т. 2. / Под ред. А. П. Евгеньевой. — М.: Русский язык, Полиграфресурсы, 1999. — 736 с. 9. Новый экономический и юридический словарь / Под ред. А. Н. Азриляна. — М.: Ин-т новой экономики, 2003. — 1088 с. 10. Славинская Л. О. О понятии хозяйственного механизма // Экономические науки. — 1979. — №2. — С.28. 11. Механизм управления промышленным производством: Теория и практические проблемы / Под ред. проф. И. Мокана. — Кишинев: Картия Молдовена, СКЭ, 1977. — 122с. 12. Механизм хозяйствования социалистического предприятия/ Научн. ред. Ю. М. Зиновьев. — Горький: Волго-Вятск. кн. изд., 1976. — 152 с. 13. Бесперстова Е. А. Социально-экономические факторы в механизме стимулирования труда // Сб. статей "Социально-экономический механизм стимулирования труда". Вып. 2. / Отв. ред. А. П. Бычков — Томск: Изд. Томск. ун-та, 1981. — С. 45 — 49. 14. Шандова Н. В. Визначення механізму прогнозування показників розвитку виробництва//Актуальні проблеми економіки.— 2004. — №2 (32). — С. 182 — 189. 15. Гончаров Г. О. Мотиваційний механізм трудової діяльності в умовах становлення ринкового господарства. Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.01.01 — К.: Ун-т ім. Т. Шевченка, 1999. — 20 с. 16. Косалс Л. Я. Социальный механизм инновационных процессов / Ред. Р. В. Рынкина. — Новосибирск: Наука, 1989. — 248 с. 17. Рассуждай Л. Н. Организационно-экономические основы экономического механизма реструктуризации угольной промышленности. // Сб. научн. трудов. "Социально-экономические аспекты промышленной политики". — Донецк, 2001. — С.29 — 40. 18. Лафта Дж. К. Менеджмент: Учебн. — М.: ПБОЮЛ Григорян А. Ф., 2002. — 264 с. 19. Путятин Ю. А. Финансовые механизмы стратегического управления развитием предприятия: Монография / Ю. А. Путятин, А. И. Пушкарь, А. Н. Тридед. — Харьков: Основа, 1999. — 488 с. 20. Механизм социально-экономического развития региона: [Межвуз. сб.]. — Томск: Изд. Томск. ун-та, 1983. — 232 с. 21. Социальный ме-

неджмент: Уч. пособие / Под ред В. Н. Иванова, В. И. Патрушева. — М.: Высшая школа, 2001. — 208 с. 22. Теория управления: Учебник / Под общ. ред. А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. — М.: РАГС, 2003. — 558с. 23. Державне управління і менеджмент: Навч. посібник / Г. С. Одінцова, Г. І. Мостовий, О. Ю. Амосов; [Заг. ред Г. С. Одінцової. — Харків:ХарІУАДУ, 2002. — 492 с. 24. Коротков Э. М. Концепция менеджмента. — М.: Экономика, 1997. — 290 с. 25. Пономаренко В. Мотивация труда на предприятиях рыночной экономики / В. Пономаренко, С. Довбня, И. Клименко // БизнесИнформ. — 1998. — №13-14. — С. 118-121. 26. Шаульська Л. В. Мотиваційний механізм ефективного використання трудового потенціалу / Л. В. Шаульська, Н. В. Романова / 36. наук. праць. Вісник Технологічного університету Поділля. Сер. "Економічні науки". — 2003. — №4. — Ч.1. — Т.2. — С.36 — 39. 27. Кондратьева Т. В. Учет активности человека в организационных системах / Т. В. Кондратьева, Н. В. Константинова // Механизмы функционирования организационных систем: теория и приложения/ Отв. ред. В. Н. Бурков, О. И. Авен. — М.: ИПУ, 1982. — 126 с. 28. Дерябин В. С. К вопросу о механизме социалистического соревнования// Сб. статей "Социально-экономический механизм стимулирования труда". Вып.1. — Томск: Изд. Томск. ун-та, 1980. — С. 73 — 79. 29. Гніденко О. А. Мотивація ефективної праці в сільськогосподарських підприємствах. Автореф. дис...канд. екон. наук — Кіровоград: ДТУ, 2001. — 20 с. 30. Зинченко Г. П. Социология для менеджеров. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. — 252 с. 31. Дворецька Г. В. Соціологія: Навч. посібн.— К.:КНЕУ, 1999. — 340 с. 32. Гущина И. Трудовая мотивация как фактор повышения эффективности труда //Общество и экономика — 2000. — №1. — С. 169 — 174. 33. Гладышев А. Г. Социальное управление. Теория и методология: Уч. пособие. Ч.2. / А. Г. Гладышев, В. Н. Иванов. — М.: Муниципальный мир, 2003. — 316 с. 34. Основы управления: Учебн. / Под ред. В. П. Радукіна. — М.: Высшая школа, 1986. — 271 с. 35. Уколов В. Ф. Теория управления: Учебн. — М.: Экономика, 2003. — 575 с. 36. Наумік К. Г. Розвиток мотивації персоналу підприємства: Автореф. дис...канд. екон. наук — Харків: ХДЕУ, 2003. — 20 с. 37. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством. — Харків: Основа, 1999. — 620 с. 38. Друкер П. Ф. Практика менеджмента: Уч. пособие / Пер. с англ. — М.: Изд. дом "Вильямс", 2000. — 398 с. 39. Кузьман А. Экономические механизмы / Под ред. И. И. Хрусталева. — М.: Прогресс Универс, 1993. — 188 с.

Стаття надійшла до редакції
06.04.2006 р.

УДК 004:338(477)

Сазонець О. М.

ШЛЯХИ ПРИСКОРЕННЯ ПРОЦЕСУ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

In the article the problems of transition of the modern society to the status of information one are characterized. Basic regulations of the Ukrainian legislation concerning the state support of the process of the information the economy of Ukraine are analyzed. The proposals as for perfection of the mechanism of formation the information systems at the modern enterprises are given.

Однією з характерних тенденцій розвитку суспільства в ХХ столітті і визначальному напрямку в ХХІ є широка інформатизація різноманітних сфер діяльності людини. На сьогодні клас автоматизованих завдань значно розширився [1]. Створено спеціальні інформаційно-обчислювальні комплекси для вирішення багатьох економічних завдань. У першу чергу, це викликало необхідність підвищення продуктивності праці людини.

Увесь розвиток людства, у тому числі і в економіці, визначається зараз і буде визначатися наступне десятиріччя досягненням нового якісного рівня одразу двома фундаментальними процесами: розвитком нових технологій, в першу чергу, інформаційних, та швидкою глобалізацією економіки, що зараз спирається на перший процес. Розгляду та аналізу цих питань приділено багато уваги вченими всього світу [2 – 5]. Однак необхідно більш конкретно розглянути їх у світлі рішень вітчизняних законодавчих органів з цієї тематики та нових пропозицій щодо вдосконалення механізму інформатизації на підприємстві.

Розвиток інформаційних технологій у середині 90-х років призвів до фактичного створення найбільш розвиненою частиною людства інформаційного суспільства. Ефективність функціонування економіки багато в чому залежить від ступеня інформатизації її галузей.

Основні напрями розвитку інформаційного суспільства в нашій країні сформульовані в Законі "Про Національну програму інформатизації" [6] і в Законі "Про Концепцію Національної програми інформатизації" [7]. В Законах подано концепцію Національної програми інформатизації, завдання законодавства щодо цієї програми, поняття замовника та керівника програми, галузеві, регіональні проекти, положення щодо закупівлі та використання програмних, технічних та інших засобів, дано пояснення порядку здійснення фінансового забезпечення, економічного стимулювання, контролю за виконанням завдань програми. Окремий розділ програми присвячено міжнародному співробітництву при виконанні програми.

Для упорядкованості електронних ресурсів органів державної влади, органів місцевого самоврядування та інших юридичних осіб публічного права, доступ до яких здійснюється через телекомунікаційні мережі загального користування, а також електронних ресурсів приватної форми власності, організовано Національний реєстр електронних інформаційних ресурсів [8].

Глибокі якісні зрушення, притаманні інформаційному суспільству, в той же час потребують необхідності забезпечення безпеки інформаційних ресурсам. Значну роль у цьому процесі повинні відіграти міжнародні організації. 28 січня 1981 року Радою Європи було прийнято Конвенцію про захист осіб стосовно автоматизованої обробки даних особистого характеру. До цієї Конвенції Україна теж має приєднатися [9]. 23 листопада 2001 року Радою Європи прийнято Конвенцію про кіберзлочинність, яку ратифіковано і на Україні.

У 2006 році повинно бути завершено будівництво транспортної мережі для цифрових технологій до усіх райцентрів. А також закінчити побудову вузлів доступу до мережі Інтернет через АТС та запровадження технології xDSL у великих містах. Буде забезпечено виділення частот для доступу до мережі Інтернет в усіх містах та райцентрах.

Згідно з положеннями Державної програми "Електронна Україна" на період до 2011 року заплановано розширення первинних мереж, запровадження конкуренції з метою повного забезпечення цифровими каналами за оптимальними цінами, повне покриття території країни мережами мобільного стільникового зв'язку, забезпечення побудови широкопasmової мережі стільникового зв'язку третього покоління у найбільших містах країни, впровадження надання послуги підключення до мережі Інтернет як універсальної послуги. Однак для цього необхідне удосконалення формування системи ресурсів статичної інформації в Інтернеті, потрібні заходи щодо більшої її доступності, багато треба зробити у галузі земельної реформи, необхідний не тільки веб-портал земельних кадастрів, але і забезпечення можливості кожного громадянина ознайомитись з інформацією з цієї теми. Для цього слід провести роботу щодо розповсюдження інформації про користування Інтернет-ресурсами серед широких верств населення, включаючи сільську місцевість. Можна скористатися діяльністю студентських бригад, що проходять педагогічну практику. Це також може послужити виконанню державної програми щодо створення курсів для безкоштовного навчання населення всієї країни початковим знанням щодо інформаційних комп'ютерних технологій.

Перехід країни до статусу інформаційного суспільства неможливий без оволодіння усім населенням комп'ютерною письменністю, для чого передбачене створення мережі громадських комп'ютерних центрів в усіх населених пунктах країни для навчання дорослого населення.

Нещодавно США звернулися у Всесвітню торговельну організацію з пропозицією оголосити Інтернет-зоною, вільною від оподаткування. Якщо ж такі норми будуть прийняті, то вони не повинні руйнувати саму ідею створення глобальної мережі, бути простими і прозорими, вони повинні бути погоджені із США й іншими міжнародними партнерами. Дотримуючись цієї пропозиції, хотілося б відзначити необхідність скасування в нашій країні реєстрації як платників ПДВ осіб, що здійснюють постачання товарів через локальні і глобальні мережі. Це б уплинуло на найшвидший розвиток електронної торгівлі на Україні.

Певні кроки робляться державними органами в напрямку стимулювання впровадження новітніх технологій на українських підприємствах. Для створення сприятливого клімату для якнайшвидшого відновлення інформаційних технологій на підприємствах, ДПА внесло наступну пропозицію: "Витрати на придбання програмного забезпечення, що використовується в господарській діяльності платника і вартість якого менше 1000 грн, і відновлення даного програмного забезпечення включаються до складу валових витрат такого платника" [10].

Розвитку підприємницької діяльності у сфері інформаційно-комунікаційних технологій буде сприяти, зокрема, формування системи адміністративних, правових і економічних механізмів, які стимулюватимуть попит на інформаційну продукцію, залучення інвестицій в інформаційно-комунікаційні технології; розвиток конкуренції, просування вітчизняної продукції на міжнародний ринок; забезпечення оптимізації митного та податкового законодавства. При цьому необхідно розглянути можливість введення більш гнучкого порядку проведення амортизаційних відрахувань на програмні, комп'ютерні та телекомунікаційні засоби і спрощення процедури ввезення інноваційної продукції із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій. Для вдосконалення механізму формування інформаційних систем на підприємстві необхідно:

- встановити чіткий опис і контроль послуг щодо інформаційних технологій при взаємодії з постачальником цих послуг;
- проводити контроль задоволення кінцевих користувачів інформаційних технологій;
- поліпшити комунікацію між клієнтами та виконавцями інформаційних систем;
- впровадження інформаційних систем, архітектура яких підлягає легкій перебудові;
- удосконалювати систему планування бюджету щодо застосування інформаційних технологій з використанням останніх розробок математичних методів і моделей;
- підвищити відповідальність при встановленні нових апаратних засобів у підрозділах, які поставляють, так і у підрозділах, що замовляють;
- розвивати форми кредитування для придбання програмного забезпечення і формування мереж, стимулювання розвитку лізингу апаратних засобів;
- проводити більш глибоку деталізацію при відображенні функціонування апаратних засобів в операціях бухгалтерського обліку;
- удосконалювати систему кваліфікації і сертифікації кадрів щодо інформаційних технологій;
- проводити подальше впровадження Інтернет-технологій у проведення звітності підприємств.

Для втілення норм законодавства України у практику діяльності сучасних підприємств необхідне впровадження ефективного програмного забезпечення, що підтримує введені закони. Для цього при прийнятті нового законодавчого акта необхідне прийняття постанови про додаткові заходи сприяння розробки і впровадження програмного забезпечення, побудови мереж, конкретизації відповідальності за проведену роботу.

Таким чином, зроблено аналіз деяких питань розвитку інформаційного суспільства у нашій країні. Показано комплексність та масштабність цієї теми. Встановлено, що рішення проблем з цієї тематики потребує об'єднання зусиль науки та бізнесу, ініціювання та координації з боку державних та суспільних інституцій. Внесено деякі пропозиції для поліпшення впровадження інформаційних систем на підприємстві.

Література: 1. Сазонець О. М. Інформаційні системи у фінансово-кредитних установах. – Дніпропетровськ, ДАУБП, 2000. — 94 с. 2. Глобалізація і безпека розвитку: Монографія / О. Г. Білорус, Д. Г. Лук'яненко та ін.; Керівник авт. колективу і наук. ред. О. Г. Білоус — К.: КНЕУ, 2001. — 732 с. 3. Информационные технологии и управление предприятием / В. В. Баронов, Г. Н. Калянов, Ю. Н. Попов, И. Н. Титовский — М.: Компания Айти, 2004. — 328 с. 4. Лук'яненко Д. Г. Глобальний контекст розвитку економіки України. Вчені записки: Наук. збірник. Вип. 2. — К.: КНЕУ, 1999. — С. 151 – 158. 5. Щедрин А. Н. Электронные информационные ресурсы в информационной экономике: Монография / НАН Украины. Ин-т экономики промышленности. — Донецк: ТОВ "Альматео" 2003. — 232 с. 6. Закон України "Про Національну програму інформатизації" // Відомості Верховної Ради. — 1998. — №27 – 28. — Ст. 181. 7. Закон України "Про Концепцію Національної програми інформатизації" // Відомості Верховної Ради. — 1998. — №27 – 28. — Ст. 182. 8. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Положення про Національний реєстр електронних інформаційних ресурсів" від 17 березня 2004 р. №326, Київ // <http://kmu.gov.ua/control/uk/publish/article/main?art=67487&catid=66960>. 9. Постанова Верховної Ради України "Про Рекомендації парламентських слухань з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні", м. Київ, 1 грудня 2005 року, №3175-IV // <http://iu.library/426429/492.html>. 10. Письмо Государственной налоговой администрации Украины от 23.03.2005 г. №2418/6/11-1116 "Относительно отражения в налоговом учете операций по приобретению и обновлению программного обеспечения".

*Стаття надійшла до редакції
19.05.2006 р.*

УДК 336.226.322 (477)

Кармінська-Белоброва М. В.

АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ ПДВ ТА МОЖЛИВОСТІ ЗАМІНИ ІСНУЮЧОГО МЕТОДУ ОБЧИСЛЕННЯ ЗА ПЕРІОД 1991– 2003 РР.

In the article the value-added tax (VAT) as the source of state income, the problems and the factors of budgetary debt of VAT is examined. The influence of mechanism of VAT application on economic development of Ukraine is traced.

Жоден з податків, що стягуються в Україні, не викликає стільки дискусій, як податок на додану вартість (далі ПДВ). У нашій державі з моменту виходу Закону України "Про податок на додану вартість" №168/97 ВР 3 квітня 1997 р. [1, с. 56] економісти розділилися на дві групи — прихильників і супротивників ПДВ: з одного боку, не раз порушувалися питання про необхідність його скасування і запровадження податку з реалізації чи податку з продажу; з іншого — наводяться аргументи

на захист ПДВ, на користь його збереження у складі податкової системи України.

Аналіз теоретичних засад оподаткування доданої вартості дозволяє дійти висновку, що частина проблем оподаткування доданої вартості полягає не у податку, який застосовується, а в діючому механізмі адміністрування ПДВ: в особливостях об'єкта оподаткування, найбільш часто вживаних принципах утримання податку та методах обрахувань податкових зобов'язань.

Але на сьогодні дослідження з цієї проблеми обмежуються лише статтями та деякими розділами в підручниках і мають фрагментарний характер. Дослідження особливостей функціонування ПДВ були проведені в працях [2 – 7]. У той же час, на думку автора, ніхто не приділяє ретельної уваги розгляду проблем адміністрування ПДВ з урахуванням зміни умов ведення господарської діяльності.

Податкова система, поєднуючи в собі фіскальну та регулюючу функції, є однією з найбільш динамічних форм державного регулювання підприємницької діяльності, яка залежить від змін потреб у фінансових ресурсах і в господарській діяльності взагалі (особливо це стосується договірних відносин). Сьогодні особливості здійснення підприємницької діяльності (в частині податкового планування) призвели до посилення недоліків кредитного методу обчислення ПДВ, тому метою цієї статті є ретроспективний аналіз застосування ПДВ та розгляд найбільш доцільного в нинішній ситуації методу його обчислення.

Завданням даної статті є вивчення особливостей методу вирахувань та кредитного методу обчислення ПДВ, визначення можливостей і передумов заміни існуючого методу обчислення.

Відповідно до прийнятої Організацією економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) класифікації, ПДВ входить у розряд податків на споживання і є загальним акцизом, яким обкладається вся система приватного та суспільного споживання.

Першість у винаході податку на додану вартість належить Франції. Винайшов цей податок французький фінансист М. Лоре. У 1954 р. він описав схему дії ПДВ і обґрунтував його переваги над податком з обороту, що виражаються в усуненні каскадного ефекту при стягненні останнього. Однак пізніше, через десять років, ПДВ застосовувався в локальному варіанті, а дослідним полігоном для його застосування послужила залежна від Франції африканська держава Кот-д'Івуар. У Франції в тому вигляді, який ПДВ має сьогодні, він був введений 1 січня 1968 року із набуттям чинності Закону П'ятої республіки №66-10 [8, с. 126].

Сьогодні ПДВ використовується в більшості європейських держав, у всіх країнах Європейського союзу, Японії, Індонезії, Бразилії, Колумбії, Греції й інших країнах Південно-Східного регіону, Африки та Америки.

Світовий досвід показав, що через високі фіксовані витрати й адміністративну складність цього податку його оптимальна ставка повинна становити 10 – 15%. Тільки в цьому випадку можливе зменшення витрат на його стягнення до 2% від одержуваних від нього доходів.

В Україні ПДВ був запроваджений Законом від 20.12.1991 р. Але вже у грудні 1992 р. недосконалість цього Закону обумовила необхідність ухвалення Декрету Кабінету Міністрів України "Про податок на додану вартість". Запровадження ПДВ на початку 1990-х рр. в Україні за наявності високих фінансових ризиків відіграло певну роль у загостренні проблеми вимивання обігових коштів підприємств та погіршення умов господарювання. Протягом 1995 – 1997 рр. відбувалося реформування податку на додану вартість. У 1995 р. знижено його ставку з 28 до 20% [2, с. 10]. У 1997 р. переглянуто ряд правових норм, що регулюють механізми визначення величини та порядку стягнення податку. Саме цей рік західні вчені назвали роком запровадження "класичного" ПДВ із застосуванням кредитного методу обчислення податкового зобов'язання.

Важкою проблемою в Україні є відшкодування ПДВ. Держава не виконує своїх обов'язків у цій сфері, за рахунок чого зростає термін заборгованості уряду перед платниками податків. Одна з моделей такого відшкодування була запропонована, зокрема, Постановою Кабінету Міністрів України №2215 від 7 грудня 1999 р. Ця Постанова дозволяла зараховувати суму експортного відшкодування за згодою платника по-

датку в рахунок платежів до бюджету його кредитора та мала своїм наслідком виникнення "тіньових" схем погашення заборгованості з ПДВ, у яких основним мотивом боржника бюджету була економія обігових коштів [3, с. 10].

Серйозні проблеми з відшкодуванням ПДВ стали очевидними вже у 1999 р., коли бюджетна заборгованість досягла 2,2 млрд. грн. (1,7% ВВП). Це відбувалося за зростання податкової недоїмки до 5,5 млрд. грн. (4,4% ВВП — найвищий за весь період її існування рівень) та появи додаткового сальдо зовнішньої торгівлі, що спричинило втрати надходжень від ПДВ до бюджету на рівні 0,2% ВВП.

У 2002 р. зростання бюджетної заборгованості як частки ВВП на 0,5% відбулося на тлі перевиконання плану надходжень ПДВ до бюджету, що мало позитивно вплинути на динаміку бюджетної заборгованості (сприяти її зменшенню). Отже, чинниками, що вплинули на збільшення заборгованості, стали зростання додаткового сальдо зовнішньої торгівлі як частки ВВП на 2,9% і втрат надходжень ПДВ внаслідок додаткового сальдо на 0,6 %, а також зростання недоїмки з ПДВ.

Крім проблеми бюджетної заборгованості з ПДВ, залишається гострою й проблема низької фіскальної ефективності податку, про що свідчить падіння його частки у ВВП з 11,6% у 1993 р. до 8,8% у 1997 р. і 5,1% у 2001 р. У 2002 р. вона зросла до 6,6%, що лише на 0,1% перевищило рівень 1999 р., коли ще мало місце падіння ВВП [4, с. 27]. Але у 2003 р. фіскальна ефективність ПДВ знизилася до безпрецедентного рівня — 4,8% ВВП. Це сталося передусім унаслідок зростання фактичних сум відшкодування ПДВ від 5,5 до 10,3 млрд. грн. за підсумками 2003 р. На відшкодування було спрямовано 45,0% загальної суми надходжень ПДВ порівняно з 30,4% надходжень у 2002 р. і 34,8% у 2001 р. Якби у 2003 р. були задоволені всі вимоги на відшкодування ПДВ, то його фіскальна ефективність знизилася б до 1,6% ВВП [5, с. 26].

До чинників, що впливають на фіскальну ефективність податку, можна віднести рівень податкової ставки; сальдо експортно-імпортних операцій, здатне звужувати чи розширювати податкову базу; обсяг податкових пільг; суму недоїмки, що безпосередньо впливає на величину податкових надходжень.

Окрім зазначених недоліків, особливу увагу слід приділити недолікам, пов'язаним із методом обчислення податкового зобов'язання. До негативних наслідків кредитного методу слід віднести існування часового лагу між сплатою податку в ціні придбаних матеріальних ресурсів і відшкодуванням цієї суми після реалізації виробленої підприємством продукції завдяки перерахуванню до бюджету різниці між отриманим та сплаченим податком. Величина цього лагу залежить від тривалості виробничого циклу і в деяких галузях може бути досить значною. Це не спричиняє особливих незручностей, якщо підприємства мають вільний доступ до недорогих кредитних ресурсів і можуть своєчасно поповнювати обігові кошти. Якщо ж такий доступ є обмеженим, а ресурси дорогими, то виникає їх гостра нестача.

На величину лагу впливає також швидкість реалізації виробленої продукції. В умовах недостатнього сукупного попиту, низької якості та конкурентоспроможності багатьох видів продукції, що ускладнюють її реалізацію, ця вада ПДВ набуває особливої уваги та породжує значні труднощі у його застосуванні.

Також серед недоліків кредитного методу є й те, що звільнення від сплати будь-якого економічного суб'єкта (що знаходиться у будь-якій точці ланцюжка "виробництво – кінцеве споживання") руйнує ланцюжок податкових кредитів і породжує кумулятивний ефект. Природу цього можна побачити на прикладі. Внаслідок звільнення підприємства, посередника між виробником та реалізатором кінцевому споживачу, які є платниками ПДВ, від ПДВ воно втрачає право на податковий кредит, а ПДВ, сплачений ним у ціні придбаної продукції, відноситься на витрати виробництва і підвищує її ціну. В результаті того, що підприємство-посередник не утримує ПДВ зі свого продажу, реалізатор кінцевому споживачу також не має права на податковий кредит. Тому вся сума податку перекладається на споживача.

Таким чином, звільнення від ПДВ дозволяє обкласти на більш пізній стадії додану вартість економічного суб'єкта. Це призводить до того, що вартість, додана економічним суб'єктам на більш ранній стадії (в даному випадку на стадії виробництва), обкладається податком на більш пізній стадії. Наслідком цього,

по-перше, стає подвійне оподаткування доданої вартості всіх економічних суб'єктів, що знаходяться на початку ланцюжка "виробництво – кінцеве споживання", а по-друге, сума ПДВ, що підлягає відшкодуванню на більш пізній стадії (у випадку існування двох чи більше посередників), перевищує суми, фактично сплачені до бюджету на ранніх стадіях цього ланцюжка.

На сьогодні проблема подвійного оподаткування ПДВ є особливою гострою, оскільки більшість підприємств при здійсненні заходів податкового планування використовують посередників, які не є платниками ПДВ.

Як було вказано вище, проблема функціонування ПДВ полягає в методах обчислення податкових зобов'язань. Зробимо порівняльний аналіз позитивних сторін і недоліків двох альтернативних методів розрахунку доданої вартості (кредитного, відомого ще як метод розрахунку на основі рахунків-фактур і методу вирахувань). Економічні наслідки використання цих двох методів виявляються різними, якщо ПДВ має більше однієї ставки і якщо в його системі використовуються нульові ставки та звільнення.

У числовому прикладі розглядається тристадійний процес виробництва і розподілу, при якому виробник продає свою продукцію оптовому торговцю, який, у свою чергу, перепродує його роздрібному торговцю. Передбачається, що на кожному етапі додається вартість у 100 одиниць. Ставка ПДВ дорівнює 10% на суму без податку (чи 9,1% на суму, що включає податок $[(10\%:(100\%+10\%))\times 100\% = 9,1]$) на всіх стадіях. Розглянемо наслідки застосування обох методів у випадках наявності множинних ставок ПДВ [5, с. 36].

У табл. 1 проілюстровані деякі аспекти кредитного методу, при використанні якого потрібно, щоб стягнута сума ПДВ безпосередньо вказувалася у рахунках-фактурах за всіма оподаткованими операціями.

Таблиця 1

Кредитний метод [5, с. 38]

Показники	Виробництво	Оптова торгівля	Роздрібна торгівля	Загальна сума ПДВ	Обсяг продажу кінцевому споживачу (з ПДВ)
1. Усі підприємства обкладаються ПДВ					
1.1. Продаж (без ПДВ)	100	200	300		
1.2. Купівля (без ПДВ)	0	100	200		
1.3. ПДВ на продаж (10% від 1.1)	10	20	30		
1.4. Податковий кредит на купівлю (10% від 1.2)	0	10	20		
1.5. Чисті платежі ПДВ (1.3 – 1.4)	10	10	10	30	330
2. Нульова ставка для роздрібною торгівлі					
2.1. Продаж (без ПДВ)	100	200	300		
2.2. Купівля (без ПДВ)	0	100	200		
2.3. ПДВ на продаж (10% від 1.1.)	10	20	0		
2.4. Податковий кредит на купівлю (10% від 1.2)	0	10	20		
2.5. Чисті платежі ПДВ (2.3 – 2.4)	10	10	-20	0	300
3. Оптова торгівля, звільнена від податку					
3.1. Продаж (без ПДВ)	100	210	310		
3.2. Купівля (без ПДВ)	0	100	210		
3.3. ПДВ на продаж (10% від 1.1)	10	н/з	31		
3.4. Податковий кредит на купівлю (10% від 1.2)	0	н/з	н/з		
2.5. Чисті платежі ПДВ (3.3 – 3.4)	10	н/з	31	41	341

У першій частині показано, як за допомогою цього методу на кожній стадії стягується ПДВ у розмірі 10 одиниць. Загальна сума зібраного ПДВ дорівнює 30 одиницям, тобто 10% від

сукупної доданої вартості, рівної 300 одиницям. У другій частині існує ситуація, коли для підприємств роздрібною торгівлі встановлена нульова ставка, і вони мають право зажадати відшкодування податкових платежів у сумі 20 одиниць. Це відшкодування податкових платежів дорівнює сумі ПДВ, стягнутій з виробників і оптових торговців. Таким чином, загальна сума ПДВ, що збирається державою, дорівнює нулю. Оскільки на продаж роздрібних торговців (300 одиниць) ПДВ не нараховується, споживач не несе ніякого податкового тягара.

А зараз звернемося до табл. 2, у якій проілюстровані деякі аспекти методу вирахувань з використанням такого ж числового прикладу.

Таблиця 2

Метод вирахувань [5, с. 42]

Показники	Виробництво	Оптова торгівля	Роздрібна торгівля	Загальна сума ПДВ	Обсяг продажу кінцевому споживачу (з ПДВ)
1. Усі підприємства обкладаються ПДВ					
1.1. Продаж (без ПДВ)	100	210	320		
1.2. Купівля (включаючи ПДВ)	0	110	220		
1.3. Продаж, включаючи ПДВ (110% від 1.1 – 1.2+1.2)	110	220	330		
1.4. База ПДВ (1.3-1.2)	110	110	110		
1.5. Чисті платежі ПДВ (9,1% від 1.4)	10	10	10	30	330
2. Нульова ставка для роздрібною торгівлі					
2.1. Продаж (без ПДВ)	100	210	300		
2.2. Купівля (включаючи ПДВ)	0	110	220		
2.3. Продаж, включаючи ПДВ (110% від 2.1–2.2+2.2)	110	220	300		
2.4. База ПДВ (2.3-2.2)	110	110	-220		
2.5 Чисті платежі ПДВ (9,1% від 2.4)	10	0	-20	0	300
3. Оптова торгівля, звільнена від податку					
3.1. Продаж (без ПДВ)	100	210	310		
3.2. Купівля (включаючи ПДВ)	0	110	210		
3.3. Продаж, включаючи ПДВ (110% від 3.1–3.2+3.2)	110	210	320		
3.4. База ПДВ (3.3-3.2)	110	н/з	110		
3.5. Чисті платежі ПДВ (9,1% від 3.4)	10	0	10	20	320

При використанні цього методу податкові зобов'язання кожного продавця обчислюються шляхом застосування установленної ставки ПДВ, що дорівнює 9,1%, до різниці між загальним обсягом продажу і загальним обсягом його покупок з урахуванням ПДВ. Наприклад, для оптового торговця базу ПДВ (110 одиниць) можна визначити шляхом вирахування вартості його закупівель (110 одиниць) з вартості його продажу (220 одиниць). До даних сум уже внесено ПДВ. Зобов'язання з ПДВ визначаються шляхом застосування ставки 9,1% до зазначеної різниці.

У першій частині табл. 2 показано, що в тому разі, коли всі підприємства обкладаються податком, метод вирахувань дає такі ж результати, що і кредитний метод. На кожній стадії ланцюжка "виробництво – розподіл" стягується ПДВ у розмірі 10 одиниць, але весь податковий тягар несе споживач. У другій частині показано обкладання роздрібною торгівлі податком за нульовою ставкою, що фактично означає, що сума його продажу для цілей розрахунку оподаткованої бази дорівнює нулю. Це в результаті дає негативну базу в 220 одиниць і повернення податкових платежів у розмірі 20 одиниць.

Однак, на відміну від кредитного методу, розрив кредитного ланцюжка шляхом звільнення оптової торгівлі від ПДВ не викликає каскадного ефекту і ніяка додана вартість більш ранніх етапів не обкладається на більш пізніх етапах.

Усе зазначене дає підстави для деяких висновків щодо доцільного методу обчислення податкових зобов'язань з ПДВ. Безумовно, кредитний метод є найпоширенішим методом обчислення зобов'язань з ПДВ, але в економіці, обтяженій чисельними пільгами та звільненнями, він втрачає деякі зі своїх переваг. За цих умов, на думку автора, перевага може бути надана прямому методу вирахування як такому, що не породжує кумулятивного ефекту. Однак до недоліків методу вирахувань деякі вчені відносять те, що він не може застосовуватись у системі із множинними ставками.

У двох таблицях була звернута увага лише на деякі аспекти двох методів обчислення ПДВ. Тому подальші дослідження слід проводити в напрямку усунення зазначених недоліків методу вирахувань, порівняння цих методів за іншими критеріями.

Література: 1. Закон України "Про податок на додану вартість" // Вісник податкової служби. — 2003. — №11 – 12. — С. 98 – 111. 2. Раздина Е. Стабилизация экономики: применение НДС, адекватного потребностям экономического развития // Деловая жизнь. — 2003. — №3. — С. 10 – 11. 3. Рибникова Г. Податок на додану вартість, як інструмент державного регулювання ефективності в сучасних умовах / Г. Рибникова, С. Шахін // Схід. — 2004. — №1. — С. 7 — 11 4. Соколовская А. Проблемы реформирования налога на добавленную стоимость в Украине // Вопросы экономики. — 2004. — №4. — С. 24 — 31. 5. Азаров М. Я. Податок на додану вартість та прогнозування його надходжень до бюджету: Монографія / М. Я. Азаров, Ф. О. Ярошенко, Т. І. Сфименко. — К.: НДФІ, 2004. — 344 с. 6. Гриценко І. В. ПДВ: скасування чи вдосконалення // Фінанси України. — 1997. — №10. — С. 14 – 21. 7. Кузминский Ю. Налог на добавленную стоимость в Украине и некоторых странах СНГ // Бухгалтерский учет и аудит. — 2004. — №6. — С. 43 – 50. 8. Ткаченко Н. М. Податкові системи країн світу та України. Облік і звітність: навчально-методичний посібник / Н. М. Ткаченко, Т. М. Горова, Н. О. Льенко. Під заг. ред. Н. М. Ткаченко. — К.: Алерта, 2004. — 556 с. 9. Декрет КМУ №14-92 від 26.12.92 "Про податок на додану вартість" // www.rada.gov. 10. Василевська Г. В. Податкова політика у регулюванні економічного зростання // Фінанси України. — 2003. — №2. — С. 39 – 43. 11. Дадалко В. В. Налогообложение в системе международных экономических отношений: Учебное пособие / В. В. Дадалко, Е. Е. Румянцева, Н. Н. Демчук. — Нг.: Армита-Маркетинг, Менеджмент, 2000. — 360 с.

Стаття надійшла до редакції
13.04.2006 р.

УДК 659.330.115

Шведун В. А.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ МЕЖДУ РЕКЛАМНЫМИ КАНАЛАМИ

In the article the qualitatively new approach to advertising investments' management by means of financial assets' distribution optimization between advertising channels with the purpose to get the maximum profit is offered.

Реклама является важнейшей составляющей современного рынка и маркетинговой политики производителя. Залогом успеха любого предприятия, позволяющего в итоге получать высокий доход, является качественное и профессиональное определение затрат на рекламу. В то же время, не зная сколько

денег выделить на каждый из возможных каналов продвижения рекламной информации, невозможно предвидеть даже приблизительный эффект от рекламной акции.

На сегодняшний день отсутствует универсальная модель, посвященная проблеме рационального распределения финансовых средств между рекламными каналами. Если такие разработки и существуют, то либо они принадлежат зарубежным ученым и совершенно не приспособлены к украинскому рынку рекламы, либо затрагивают только некоторые возможные направления рекламных инвестиций [1 – 3]. В большинстве своем они довольно сложны, трудоемки и требуют широкого использования дорогостоящих программных и аппаратных средств, что крайне проблематично реализовать на отечественных предприятиях. Поэтому, несмотря на наличие множества методов, ориентированных на решение описанной выше проблемы, в настоящее время присутствует актуальная необходимость разработки качественного нового подхода к распределению бюджета рекламы.

Таким образом, целью данной работы является разработка методики, позволяющей в рамках процедуры распределения бюджета рекламы задействовать все возможные направления вложения средств и дающей при этом возможность получения максимальной прибыли. Для достижения этой цели в работе поставлены и решены следующие задачи:

- проведен анализ и систематизация исследований, посвященных оптимизации инвестиций в средства рекламы;
- рассмотрены особенности рекламной деятельности выбранного предприятия;
- предложен новый подход к классификации средств рекламы, используемых предприятием;
- обосновано приоритетное использование метода динамического программирования применительно к решению задач оптимального распределения средств в сфере рекламного бизнеса;

проведена апробация разработанной модели на выбранном предприятии.

Соответственно, в итоге автор сводит управление процессом распределения финансовых средств между рекламными каналами к решению классической задачи распределения денежных ресурсов между средствами рекламы.

В рамках настоящей работы в качестве объекта исследования выступает фарфоро-фаянсовый завод.

Предприятие регулярно принимает участие в ряде выставок, размещает рекламные сообщения в прессе и на носителях полиграфической продукции, на наружных щитах и транспортных средствах, занимается прямыми почтовыми рассылками рекламных материалов, используя базу данных своих постоянных клиентов, проводит ряд мероприятий Public Relations, участвует в телевизионных программах.

В начале 2005 г. была предпринята попытка формирования и утверждения рекламного бюджета, который рассчитывался на основании опыта предыдущих лет. Однако впоследствии выяснилось, что имеет место явное несоответствие реализованных и запланированных рекламных мероприятий. Причиной подобного явления послужило, по мнению руководства, отсутствие на тот момент полноценного рекламного отдела, способного грамотно распределить расходы на рекламу. В июне 2005 года был создан отдел маркетинга и рекламы, однако, продолжалась тенденция проведения рекламных мероприятий, исходя из наличия денежных средств на определенный момент. Таким образом, реклама 2005 г. напоминала реализацию отдельных разделов рекламного бюджета и проводилась по принципу "на сколько хватило денег". В итоге предприятие столкнулось с проблемой невозможности оценки даже приблизительного эффекта от рекламы вследствие изначального отсутствия информации о количестве средств, выделенных на каждое из возможных направлений размещения рекламных сообщений.

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод, что для рекламы своей продукции предприятие регулярно использует восемь медиаканалов. В то же время отделом маркетинга и рекламы не проводится оптимизация распределения финансовых средств между ними. Таким образом, возникает необхо-

димость разработки и применения в практике отдела маркетинга и рекламы модели, позволяющей рационально распределить выделенные на рекламную деятельность денежные средства. Для решения этой задачи в рамках данной работы предлагается классифицировать все средства рекламы, используемые предприятием, по двум направлениям: прямые и косвенные.

Средства рекламы прямого воздействия предполагают психологическое влияние на потребителя при непосредственном контакте с ним. Средства рекламы косвенного воздействия влияют на потребителя опосредованно.

В свою очередь, вышеуказанные средства рекламы предлагается классифицировать следующим образом (рис. 1, 2).



Рис. 1. Основные средства рекламы прямого воздействия



Рис. 2. Основные средства рекламы косвенного воздействия

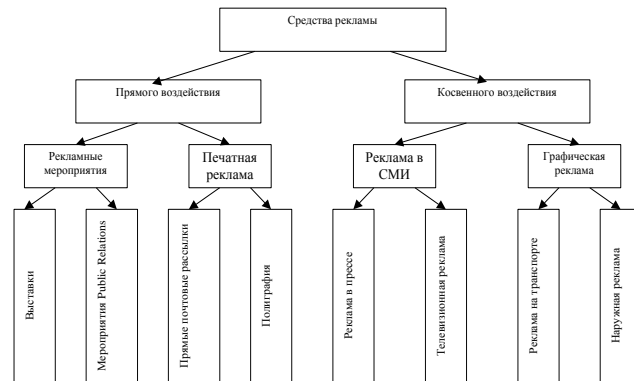


Рис. 3. Схема распределения финансов между средствами рекламы

Исходя из этого, можно построить схему распределения бюджетных средств между рекламными средствами прямого и косвенного воздействия на 5 будущих лет (рис. 4). Вследствие такого распределения вначале каждого года на рекламу будет выделена определенная сумма.



Рис. 4. Схема распределения средств между средствами рекламы прямого и косвенного воздействия сроком на 5 лет

Далее, учитывая, что в каждом году четыре квартала, а в каждом квартале, соответственно, три месяца, можно продолжить построение схемы распределения средств на рекламу. Однако теперь необходимо осуществить дальнейшее распределение полученных в начале каждого года сумм по кварталам: суммы, выделенные на средства рекламы прямого воздействия – между рекламными мероприятиями презентационного характера и печатной рекламой, а суммы, выделенные на средства рекламы косвенного воздействия – между рекламой в СМИ и графической рекламой.

И, наконец, необходимо распределить суммы, полученные в начале каждого квартала, по месяцам. Касательно средств рекламы прямого воздействия: суммы, выделенные на мероприятия презентационного характера, распределяются между выставками и мероприятиями Public Relations.

¹Что же касается сумм, выделенных на печатную рекламу, то они распределяются между прямыми почтовыми рассылками и полиграфической рекламой. Аналогично происходит и со средствами рекламы косвенного воздействия: суммы, выделенные на рекламу в СМИ распределяются между рекламой в прессе и на телевидении; суммы, выделенные на графическую рекламу – между прямыми почтовыми рассылками и полиграфической рекламой.

Если проанализировать приведенную выше схему распределения средств на рекламу, можно сделать вывод, что это – многоэтапный процесс распределения ресурсов. Исходя из этого, постановка задачи будет выглядеть следующим образом. Планируются вложения денежных средств в сумме 2 млн. грн. в средства рекламы прямого и косвенного воздействия сроком на 5 лет. Анализ исходных данных позволил аппроксимировать функции дохода от вложения финансовых средств в вышеуказанные каналы распространения рекламной информации следующей экспоненциальной зависимостью:

для средств рекламы прямого воздействия: $f(X) = 1 - e^{-x}$;

для средств рекламы косвенного воздействия: $g(Y) = 1 - e^{-3Y}$.

Такое представление функций дохода позволяет говорить о насыщении дохода.

В свою очередь, функции расходов, согласно исходным данным, можно представить следующей линейной зависимостью:

для средств рекламы прямого воздействия: $(X) = 0,73X$.

для средств рекламы косвенного воздействия: $\psi(Y) = 0,27Y$.

¹ Здесь Π означает средства, выделенные на средства рекламы прямого воздействия, Π — средства, выделенные на средства рекламы косвенного воздействия. Стоящие по соседству с буквами индексы означают порядковый номер года в пятилетнем планировании. Например, Π^1 означает сумму средств, выделенных на средства рекламы прямого воздействия в начале первого года

К решению этой задачи можно применять различные методы. В классическом анализе ее можно решить при помощи методов Лагранжа. В прикладных задачах классический метод Лагранжа, как правило, неприменим по многим причинам и, прежде всего, по причине размерности. Искать абсолютный максимум функции многих переменных, даже если эта функция дифференцируема, дело трудоемкое. Если к тому же учесть, что экстремум может достигаться на границе, то к исследованию стационарных точек внутри области прибавляется исследование стационарных точек на ее границе. В практических задачах исходные переменные могут принимать дискретные значения (например, средства выделяются в размерах, кратных 10 ед.), а функции дохода от средств рекламы, в которых предприятие регулярно размещает свои рекламные объявления, могут быть недифференцируемыми или заданными таблично. Во всех случаях классические методы оптимизации неприменимы. К решению задачи можно применить методы нелинейного программирования. Однако и они оказываются эффективными лишь при ряде дополнительных свойств функций дохода, которые на практике часто не выполняются. Наконец, иногда бывает важно не только получить решение конкретной задачи при определенном количестве изначально выделенных средств и сроке планирования, но и исследовать чувствительность решения к изменению этих исходных данных, что при использовании классических методов затруднительно. Исходя из этого, можно сделать вывод, что наиболее подходящим в данной ситуации оказывается метод динамического программирования.

Метод динамического программирования близок к методу ветвей и границ в том смысле, что он производит перебор всех допустимых точек решения некоторой задачи, но делает это другим способом. Обычно задача разбивается на этапы, на каждом из которых принимаются решения, а также находится рекуррентное соотношение, которое позволяет переходить от произвольного этапа к предыдущему. И если каждое, взятое в отдельности, такое решение малозначительно, то в совокупности эти решения могут оказать большое влияние на прибыль [4]. Главным достоинством метода является возможность введения в задачу дополнительных ограничений.

Основным недостатком метода динамического программирования являются чрезмерные требования к памяти, однако, учитывая аппаратные и программные ресурсы современных ЭВМ это уже не является существенной проблемой. Поэтому автор считает целесообразным продолжение исследований в направлении разработки на базе алгоритма динамического программирования соответствующего программного продукта, позволяющего автоматизировать процесс распределения финансовых средств между каналами размещения рекламных сообщений.

В результате применения к данной задаче алгоритма динамического программирования можно сформулировать следующие рекомендации касательно распределения денежных средств между рекламными каналами по годам (табл. 1), а затем – по кварталам для каждого года (табл. 2, 3). Далее осуществляется аналогичная процедура применительно к ежемесячным денежным вложениям в рекламу для всех кварталов относительно каждого из пяти лет.

Таблица 1

Оптимальное ежегодное распределение финансовых ресурсов между средствами рекламы прямого и косвенного воздействия

Реклама	Год				
	2006	2007	2008	2009	2010
Прямого воздействия	1,25	0,63	0,27	0,12	0
Косвенного воздействия	0,75	0,53	0,36	0,19	0,15

Таблиця 2

Оптимальное ежеквартальное распределение средств между рекламными мероприятиями и печатной рекламой

Реклама	Год																						
	2006				2007				2008				2009				2010						
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 кварта	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал			
Рекламные мероприятия	0,79	0,38	0,38	0,22	0,22	0,09	0,09	0,39	0,19	0,11	0,05	0,17	0,08	0,05	0,02	0,08	0,04	0,02	0,01	·	·	·	·
Печатная реклама	0,48	0,33	0,30	0,15	0,24	0,16	0,15	0,07	0,1	0,07	0,06	0,03	0,05	0,03	0,03	0,01	0,28	0,19	0,17	0,09			

Таблиця 3

Оптимальное ежеквартальное распределение средств между рекламой в СМИ и графической рекламой

Реклама	Год																				
	2006				2007				2008				2009				2010				
	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал	
Рекламы в СМИ	0,34	0,16	0,09	0,04	0,23	0,11	0,06	0,03	0,12	0,06	0,03	0,01	0,09	0,05	0,03	0,01	0,01	0,09	0,05	0,03	0,01
Графическая реклама	0,20	0,14	1,13	0,06	0,14	0,09	0,08	0,04	0,07	0,05	0,04	0,02	0,02	0,03	0,03	0,01	0,06	0,04	0,03	0,02	

Проведенные исследования позволили получить результаты, которые представляют собой существенную научную новизну. При этом впервые было предложено использовать классическую задачу распределения ресурсов применительно к оптимизации бюджета рекламы. Кроме того, дальнейшее развитие получил метод динамического программирования.

Таким образом, в результате проведенных исследований была достигнута основная цель работы: предложена модель наиболее эффективного распределения рекламного бюджета между различными медиаканалами, которая позволила получить максимальную прибыль от рекламы с учетом особенностей современного отечественного рекламного бизнеса. При этом:

тщательно изучены существующие методы и модели оптимизации распределения финансовых средств между каналами распространения рекламной информации;

предложен новый альтернативный вариант классификации средств рекламы;

модифицирован метод динамического программирования;

осуществлена адаптация существующей вычислительной методики к решению управленческих задач по распределению ресурсов в сфере рекламного бизнеса;

обоснована необходимость разработки программной системы, позволяющей оптимизировать финансовые вложения в средства рекламы при помощи ЭВМ.

В целом, полученные результаты можно квалифицировать как решение важной народнохозяйственной задачи, связанной с качественно новым подходом к управлению рекламным бизнесом.

Литература: 1. Дем'яненко В. В. Оптимізація розподілу бюджету рекламної кампанії для поширення повідомлень / В. В. Дем'яненко, С. Д. Потапенко // Маркетинг в Україні. – №3. – 2003. – С. 10 – 12. 2. Иргизов Р. С. Оптимальное распределение рекламных затрат // Маркетинг и реклама. – 1998. — №9 – 10. – С. 22 – 24. 3. Черевко В. Б. Моделирование процессов распределения рекламных обращений в средствах массовой информации // Сб. науч. тр. "Модели управления в рыночной экономике". Донецкий национальный ун-т. Вып. 5. – Донецк: ДонНУ, 2002. – С. 78 – 81. 4. Исследование операций в экономике: Учебн. пособие для вузов / Под ред. проф. Н. Ш. Кремера. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999. – 407 с.

Стаття надійшла до редакції
10.04.2006 р.

ІНТЕГРАЛЬНІ ІНДИКАТОРИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ: МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

In the article the system of indicators, which characterize the level of regional economic development are improved. New methods of calculating and analyzing the economic indices, that characterize the regional economic development are proposed. The examples of the indices usage in the decision-making/supporting process concerning the region development and its constituents, as well as in economical and enterprise activities are given.

В умовах економіки перехідного періоду, коли продовжують відбуватися процеси реформування всіх сфер економічного життя країни, основний тягар реформ переміщується на регіональний рівень. Але для розробки ефективної національної та регіональної економічної політики, концепції й стратегії розвитку окремих регіонів і територіально-адміністративних одиниць необхідно визначити депресивні території, які вимагають пріоритетної державної підтримки, а також здійснити кількісний комплексний аналіз соціально-економічного розвитку регіону. Важливу роль у галузі обґрунтування та методичних підходів інтегральної оцінки економічного розвитку регіонів України відіграють праці таких вітчизняних вчених, як С. Герасимчук, І. Гришин, М. Долішний, В. Дорофійко, А. Єрина, О. Кузнєцова, В. Коломійчук, Л. Масловська, Л. Мельник, Н. Нижник, О. Осаулєнко, О. Сарахман, М. Чумаченко.

Сучасний розвиток теорії і практики аналізу життєдіяльності окремих регіонів також базується на Угоді про створення Європейського Союзу в Маастрихті в 1992 році, методичних рекомендаціях Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України "Щодо створення та функціонування агентств регіонального розвитку", розпорядженні КМУ від 13.09.2001 р. №437 "Про заходи щодо реалізації концепції державної регіональної політики", методичних рекомендаціях щодо формування регіональних стратегій розвитку (наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 29 липня 2002 р. №224) та Постанові КМУ від 6.04.2005 р. №263 "Про запровадження моніторингу результатів діяльності Кабінету Міністрів України та Ради міністрів Автономної Республіки Крим, області, Київської і Севастопольської міських державних адміністрацій [1 – 4]. Існує ряд методик, які визначають моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів, але вони містять лише перелік показників, за якими доцільно здійснювати аналіз соціально-економічного розвитку регіону на основі темпів зростання. Недоліком цих розробок також є і те, що вони носять оглядовий характер динаміки соціально-економічних показників розвитку регіону, не дають рекомендацій щодо використання їх в практичній діяльності, містять дуже великий перелік показників, і головне, вони не дозволяють виявити закономірності щодо обґрунтування інтегрального індексу економічного розвитку регіону та використання його при прийнятті управлінських рішень і в між-регіональних співставленнях. Разом з тим сучасні економічні умови вимагають пошуку нових форм і методів організації інформації як комплексу даних та їх обробки.

Метою даної статті є побудова об'єктивно обумовлених рейтингів, які відповідали б адекватності завданням, що вирішуються, і разом з тим в їх спрощенні, забезпеченні простоти розуміння та доступності в кожному регіоні України.

Отже, при поглибленні радикальних ринкових перетворень у регіонах, розширенні їхньої економічної незалежності зростає роль місцевих органів влади та управління у вирішенні завдань, пов'язаних з економічним розвитком. Сьогодні виконавчим органам влади необхідно володіти комплексною аналітичною інформацією не лише про стан економічного розвитку підопічного регіону, але й регіонів-партнерів, тобто тих, що входять до сфери їх стратегічних інтересів, економіка яких обумовлює або відчутно залежить від економічного розвитку конкретного регіону. Це передусім аналітична інформація, що забезпечує обґрунтування економічної політики кожної з областей (районів, міст)-партнерів. З метою інтегральної оцінки рівня соціально-економічного розвитку регіонів була створена та постійно вдосконалюється комплексна система показників регіональної статистики як цілісна сукупність найвагоміших індикаторів тенденцій основних соціально-економічних процесів і явищ, що відбуваються в регіонах держави. Ця система показників складається з трьох блоків — природно-ресурсного потенціалу, економічного та соціального розвитку. Вже відпрацьований соціальний блок показників і на його основі будується інтегральний регіональний індекс людського розвитку, але недостатньо розробленими залишаються блоки природно-ресурсного потенціалу та економічного розвитку.

З метою визначення економічного розвитку регіону доцільно застосовувати спеціальні індекси, що спираються на кількісну характеристику різних аспектів життєдіяльності регіону. Такий підхід повинен забезпечити обґрунтованість і методологічну коректність порівнянь економічного розвитку мікро-(районів чи міст), мезо-(областей) чи макрорегіонів (групи областей) України, наукове забезпечення систематичних розрахунків цих індексів у розрізі певних регіонів України на універсальній шкалі, яка дозволяє виконувати методологічно коректні співставлення як за узагальнюючим інтегральним індексом економічного розвитку, так і за груповими або частковими інтегральними індексами показників, що характеризують певні аспекти економічного розвитку регіону.

Принциповим моментом нижченаведеної методики є її орієнтація виключно на інформаційну базу Державного комітету статистики України та Головного управління статистики в області — дані поточної статистики та систематичних вибіркового обстеження.

Виходячи з аналізу оцінки економічного розвитку регіонів України, найбільш обґрунтовано видається ієрархічна схема. Верхній щабель — це узагальнюючий інтегральний індекс економічного розвитку регіону, другий — групові інтегральні індекси чотирьох аспектів життєдіяльності регіону, третій — часткові інтегральні індекси, що характеризують його певні аспекти.

Методика розрахунку узагальнюючого інтегрального індексу економічного розвитку регіону включає наступні основні етапи:

Системний аналіз проблеми, її структуризацію та представлення у вигляді ієрархії;

підбір показників регіональної статистики, що характеризують економічний розвиток регіону;

визначення показників (ознак), які суттєво не впливають на стан економічного розвитку регіону за допомогою коефіцієнта варіації (V_j):

$$V_j = \frac{S_j}{\bar{X}_j},$$

де S_j — середньоквадратичне відхилення j -ої ознаки (показника);

\bar{X}_j — середньоарифметичне значення j -ої ознаки (показника).

Після визначення за кожною j -ою ознакою V_j перевіряється нерівність: $V_j < e$.

Якщо V_j менше величини ϵ , яка дорівнює 0,1, то ознаки вважаються квазопостійними і виключаються з переліку подальшого дослідження;
 визначення показників: стимуляторів (+), дестимуляторів (-);
 формування інформаційних баз даних, тобто формування матриці вихідних даних [X]:

$$X = \begin{bmatrix} X_{11} & \dots & X_{1j} & \dots & X_{1m} & \dots \\ X_{21} & \dots & X_{2j} & \dots & X_{2m} & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ X_{i1} & \dots & X_{ij} & \dots & X_{im} & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ X_{n1} & \dots & X_{nj} & \dots & X_{nm} & \dots \end{bmatrix}$$

де m — кількість ознак ($j = 1, 2, \dots, m$);
 n — кількість блоків, за якими доцільно здійснювати дослідження економічного розвитку регіону ($i = 1, 2, \dots, n$);

X_{ij} — значення i -ї ознаки, що характеризує стан i -го блоку економічного розвитку регіону;

ранжування показників у порядку збільшення для визначення максимального і мінімального значення показників;
 вибір кращого значення для кожного показника, який характеризує i -ий блок у побудові інтегрального індексу економічного розвитку регіону (максимального для показників-стимуляторів і мінімального для показників-дестимуляторів);
 розрахунок часткових індексів конкретного блоку, що характеризує рівень певного аспекту економічного розвитку регіонів відношення фактичного значення j -го показника для кожного регіону (X_{ij}) до кращого в Україні (в певному регіоні), тобто нормування показників:

для показників-стимуляторів: $K_{част.і} = \frac{X_{ij}}{X_{ijmax}}$;

для показників-дестимуляторів: $K_{част.і} = \frac{X_{ijmin}}{X_{ij}}$;

розрахунок добутку часткових індексів, що характеризують i -ий блок показників економічного розвитку регіону;
 розрахунок групових інтегральних індексів, що характеризують певні аспекти економічного розвитку регіону за формулою середньої геометричної часткових коефіцієнтів, що входять до i -го блоку:

$$K_i = \sqrt[m]{K_{част.1} \times K_{част.2} \times \dots \times K_{част.m}};$$

розрахунок зведеного інтегрального індексу регіону за формулою середньої геометричної групових інтегральних індексів, що характеризують основні аспекти економічного розвитку регіону:

$$K = \sqrt[n]{K_1 \times K_2 \times \dots \times K_n};$$

ранжирування регіонів за зведеним інтегральним індексом економічного розвитку [5, с. 4 – 6].

Слід зауважити, що, на погляд автора, для оцінювання економічного розвитку регіону стовідсотково аналогом недоцільно брати методику ООН індексу розвитку людського потенціалу. Це пов'язано з трудомістким процесом визначення ваг. Крім того, в практичних розрахунках для регіону, що має мінімальне значення показника з окремого аспекту діяльності, за методикою ООН коефіцієнт буде дорівнювати "0", а це суперечить його економічному змісту, а з максимальним значенням — у знаменнику коефіцієнта з'являється "0", і розрахунок його втрачає зміст.

Таким чином, за базовий рівень можна приймати різні показники: нормативи, інші раціональні норми, а при їхній відсутності — середні чи краще досягнуті показники в окремих регіонах (максимальні чи мінімальні). Для позитивних явищ (стимуляторів) кращим доцільно вважати максимальне значення, а для негативних (дестимуляторів) — мінімальне. У тих випадках, коли аналізуються негативні явища й оцінюється їх вплив на економічний розвиток регіону, часткові показники, що характеризують рівень розвитку окремих аспектів економічного розвитку регіону, що впливають на цей процес, повинні виступати зворотними величинами, тобто розраховуватись відношенням мінімального значення (нормативу) до фактичного. У такому випадку буде дотримана порівнянність коефіцієнтів, що розраховуються.

Пропонований автором підхід передбачає використання кращих (максимальних) показників, досягнутих у регіоні за базу порівняння для показників-стимуляторів і мінімальних — для показників-дестимуляторів. Це дозволяє розраховувати показники, що характеризують різні аспекти економічного розвитку регіону, для яких немає науково обґрунтованих нормативів. До того ж, орієнтація на більш високий рівень стимулює розвиток регіонів, дозволяє оцінити глибину й ступінь диференціації їх розвитку. Розраховані за пропонованою методикою часткові індекси різних окремих аспектів життєдіяльності регіонів за абсолютними значеннями будуть не більше одиниці, що дозволяє однозначно їх трактувати і використовувати для розрахунку узагальнюючих показників. Розрахунок узагальнюючого інтегрального індексу економічного розвитку регіонів здійснюється на основі наступних п'яти групових інтегральних індексів (табл. 1).

Таблиця 1

Бази даних для розрахунку інтегральних індикаторів економічного розвитку регіону

<p>Узагальнюючий інтегральний індекс економічного розвитку регіону: сприяє обґрунтуванню рішень щодо визначення рівня економічного розвитку регіону і його місця серед інших регіонів України, визначення пріоритетних напрямків розвитку його складових</p>
<p>1. Груповий інтегральний індекс розвитку підприємництва: забезпечує обґрунтування рішень щодо удосконалення механізмів державного управління розвитком підприємництва в регіоні</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних показників:</i></p> <p>кількість суб'єктів підприємницької діяльності в регіоні; кількість об'єктів, що змінили форму власності; кількість підприємств — суб'єктів підприємницької діяльності на 10 тисяч осіб наявного населення</p>
<p>2. Груповий інтегральний індекс розвитку промисловості регіону: сприяє обґрунтуванню рішень щодо оцінювання рівня розвитку промисловості в регіоні</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних показників:</i></p> <p>кількість промислових підприємств; кількість промислових підприємств на 10 тис. наявного населення; питома вага промислових підприємств недержавного сектору.</p>
<p>2.1. Частковий інтегральний індекс організації промислового виробництва в регіоні: свідчить про рівень організації промисловості в регіоні та формування сприятливих умов для його розвитку</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних показників:</i></p> <p>кількість промислових підприємств; кількість промислових підприємств на 10 тис. наявного населення; питома вага промислових підприємств недержавного сектору.</p>
<p>2.2. Частковий інтегральний індекс індустріалізованості регіону: відображає ступінь зорієнтованості господарства на промислове виробництво та його потенційні масштаби</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних показників:</i></p> <p>питома вага середньорічної кількості найманих працівників у промислових підприємствах у загальній середньорічній кількості найманих працівників регіону, у відсотках; питома вага середньорічної вартості основних промислово-виробничих засобів у загальній середньорічній вартості основних засобів регіону, у відсотках</p>

<p>2.3. Частковий інтегральний індекс інвестиційної діяльності в промисловості регіону: свідчить про можливість промисловості регіону в майбутньому, ступінь довіри та зацікавленості зарубіжних інвесторів до економічного розвитку промислової діяльності регіону, активності фінансових структур у забезпеченні економічного розвитку промисловості регіону і довіри банкірів до сподівань підприємців на успішний розвиток їх бізнесу, а також готовності підприємців здійснювати свою промислову діяльність</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних показників:</i></p> <p>валові інвестиції в основний капітал промисловості; прямі іноземні інвестиції в промисловість; обсяг банківських кредитів, наданих у сферу промислової діяльності; середньорічна вартість введених у дію основних фондів у промисловості</p>
<p>2.4. Частковий інтегральний індекс промислового виробництва: відображає досягнутий у процесі функціонування промисловості економічний результат, що формується під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів, а також ступінь активності промислових підприємств у формуванні валової доданої вартості регіону</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних показників:</i></p> <p>обсяг виробленої продукції промисловості; питома вага обсягу продукції, що вироблена в промисловості, до загального обсягу продукції та наданих послуг регіону, у відсотках; виробництво продовольчих товарів на душу населення; виробництво непродовольчих товарів на душу населення.</p>
<p>2.5. Частковий інтегральний індекс економічної ефективності промисловості: показує ступінь ефективності використання основних елементів виробничого процесу на промислових підприємствах регіону</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних показників:</i></p> <p>продуктивності праці в промисловості; фондовіддача в промисловості; середньомісячна заробітна плата одного працівника, зайнятого на промислових підприємствах</p>
<p>2.6. Частковий інтегральний індекс ступеня та особливостей адаптації промислового виробництва до ринкових умов функціонування: відображає ступінь адаптації промислового виробництва до ринкових перетворень (чим вище, тим краще)</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних показників:</i></p> <p>індекс виробництва продукції промисловості порівняно з попереднім роком; індекс виробництва продовольчих товарів народного споживання порівняно з попереднім роком; індекс виробництва непродовольчих товарів народного споживання порівняно з попереднім роком; питома вага підприємств, які одержали прибуток, до загальної кількості підприємств промисловості регіону, у відсотках; рівень рентабельності в промисловості регіону, у відсотках</p>
<p>3. Груповий інтегральний індекс розвитку агросектору в регіоні: сприяє обґрунтуванню рішень щодо оцінювання рівня розвитку агросектору в регіоні</p>
<p>3.1. Частковий інтегральний індекс рівня організації агросектору регіону: забезпечує обґрунтування рішень щодо визначення організаційного рівня розвитку агросектору регіону.</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>середньорічна кількість сільськогосподарських підприємств: зростання їх кількості свідчить про формування сприятливих умов для розвитку агросектору; середньорічна кількість діючих сільськогосподарських підприємств на 10 тис. наявного населення</p>
<p>3.2. Частковий інтегральний індекс матеріально-технічного забезпечення агросектору: відображає ступінь зорієнтованості господарств регіону на сільськогосподарське виробництво та їх потенційні можливості</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>питома вага середньорічної кількості найманих працівників у сільськогосподарських підприємствах у загальній середньорічній кількості найманих працівників регіону, у відсотках; питома вага середньорічної вартості основних засобів сільськогосподарських підприємств у загальній середньорічній вартості основних засобів регіону, у відсотках; посівна площа зернових культур; посівна площа технічних культур; посівна площа картоплі та овоче-баштанних культур; посівна площа кормових культур; поголів'я великої рогатої худоби; поголів'я свиней; поголів'я овець та кіз; поголів'я птиці</p>
<p>3.3. Частковий інтегральний індекс інвестиційної діяльності в агросекторі регіону: свідчить про можливість агросектору регіону в майбутньому, ступінь довіри та зацікавленості зарубіжних інвесторів до економічного розвитку сільськогосподарської діяльності регіону, активності фінансових структур у забезпеченні економічного розвитку агросектору регіону і довіри банкірів до сподівань підприємців на успішний розвиток їх бізнесу, а також готовності підприємців здійснювати свою сільськогосподарську діяльність</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>валові інвестиції в основний капітал агросектору регіону; прямі іноземні інвестиції в агросектор регіону; обсяг банківських кредитів, наданих у сферу сільськогосподарської діяльності регіону; середньорічна вартість введених у дію основних засобів в агросектор регіону</p>
<p>3.4. Частковий інтегральний індекс сільськогосподарського виробництва: відображає досягнутий у процесі функціонування агросектору регіону економічний результат, що формується під дією внутрішніх та зовнішніх впливів, і забезпечує обґрунтування рішень щодо визначення ступеня активності сільськогосподарських підприємств у формуванні валової доданої вартості регіону</p>

<p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>валова продукція рослинництва в регіоні; валова продукція тваринництва в регіоні; питома вага обсягу продукції, що вироблена в агросекторі, до загального обсягу продукції та наданих послуг регіону, у відсотках; валовий збір зернових культур в регіоні; валовий збір цукрових буряків в регіоні; валовий збір соняшнику в регіоні; валовий збір картоплі в регіоні; валовий збір овочів в регіоні; валовий збір плодів та ягід у регіоні; валовий збір винограду в регіоні; виробництво м'яса в регіоні; виробництво молока в регіоні; виробництво яєць у регіоні</p>
<p>3.5. Частковий інтегральний індекс рівня економічної ефективності агросектору: показує ступінь ефективності використання елементів організації виробничого процесу в сільськогосподарських підприємствах регіону</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>продуктивність праці в рослинництві регіону; продуктивність праці в тваринництві регіону; урожайність зернових культур регіону; урожайність цукрових буряків регіону; урожайність соняшнику регіону; урожайність картоплі регіону; урожайність овочів регіону; урожайність плодів та ягід регіону; середньорічний удій молока від однієї корови в регіоні; середньорічний настриг вовни від однієї вівці в регіоні; середньорічна несучість курей-несучок у регіоні</p>
<p>3.6. Частковий інтегральний індекс ступеня та особливостей адаптації сільськогосподарського виробництва до ринкових умов функціонування: показує ступінь адаптації сільськогосподарського виробництва до ринкових перетворень (чим вище, тим краще)</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>індекс продукції сільського господарства порівняно з попереднім роком; питома вага підприємств, які одержали прибуток, до загальної кількості сільськогосподарських підприємств регіону, у відсотках; рівень рентабельності сільськогосподарських підприємств регіону, у відсотках; рівень рентабельності по зерну, у відсотках; рівень рентабельності по цукровим бурякам, у відсотках; рівень рентабельності по насінню соняшнику, у відсотках; рівень рентабельності по картоплі, у відсотках; рівень рентабельності по овочам відкритого ґрунту, у відсотках; рівень рентабельності по плодам, у відсотках; рівень рентабельності по винограду, у відсотках; рівень рентабельності по молоку незбираному, у відсотках; рівень рентабельності по м'ясу великої рогатої худоби, у відсотках; рівень рентабельності по м'ясу свиней, у відсотках; рівень рентабельності по м'ясу овець і кіз, у відсотках; рівень рентабельності по м'ясу птиці, у відсотках; рівень рентабельності по яйцям, у відсотках; рівень рентабельності по вовні, у відсотках</p>
<p>4. Груповий інтегральний індекс інвестиційних переваг регіону: сприяє обґрунтуванню рішень щодо вкладання інвестицій в економіку кожного з регіонів</p> <p>4.1. Частковий інтегральний індекс природного та виробничого потенціалу регіону: забезпечує обґрунтування рішень щодо економічного розвитку регіонів</p> <p style="text-align: center;"><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>середньорічна вартість основних засобів регіону; питома вага основних засобів промисловості в загальному обсязі основних засобів регіону, у відсотках; питома вага основних засобів сільського господарства в загальному обсязі основних засобів регіону, у відсотках; коефіцієнт зношеності основних засобів у промисловості регіону; коефіцієнт зношеності основних засобів у сільському господарстві регіону; кількість промислових підприємств, що впроваджують інновації, до загальної кількості підприємств, що впроваджують інновації, регіону; обсяг інвестицій в основний капітал регіону; обсяг прямих іноземних інвестицій у регіон; обсяг введених у дію основних засобів; коефіцієнт вводу в дію основних засобів на підприємствах промисловості регіону; коефіцієнт вводу в дію основних засобів на сільськогосподарських підприємствах регіону; питома вага валової доданої вартості регіону в загальному обсязі ВДВ, у відсотках; обсяг виробництва продукції промисловості на одну особу населення регіону; обсяг виробництва продукції сільського господарства на одну особу населення регіону; роздрібний товарообіг підприємств регіону; рівень зайнятості працездатного населення регіону; обсяг експорту продукції регіону; середньомісячна заробітна плата одного працюючого в регіоні; питома вага земель сільськогосподарського призначення від загальної площі землі регіону, у відсотках</p>

Механізм регулювання економіки

34

Продовження табл. 1

<p>4.2. Частковий інтегральний індекс трудового потенціалу регіону: забезпечує обґрунтування рішень щодо кадрового забезпечення трудовими ресурсами економіки регіону</p> <p><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>рівень безробіття в регіоні; рівень працездатності всього населення регіону; коефіцієнт демографічного навантаження дітьми в регіоні; коефіцієнт демографічного навантаження пенсіонерами в регіоні</p>
<p>4.3. Частковий інтегральний індекс освітнього потенціалу регіону: доповнює обґрунтування рішень щодо кадрового забезпечення трудовими ресурсами економіки регіону</p> <p><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>кількість студентів, що здобули освіту у вищих навчальних закладах I – II рівнів акредитації регіону; кількість студентів, що здобули освіту у вищих навчальних закладах III – IV рівнів акредитації регіону; кількість підготовлених кваліфікованих робітників у професійно-технічних закладах освіти регіону</p>
<p>4.4. Частковий інтегральний індекс фінансового потенціалу регіону: забезпечує обґрунтування рішень щодо забезпечення регіону фінансами</p> <p><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>питома вага дебіторської заборгованості регіону в загальному обсязі дебіторської заборгованості, у відсотках; питома вага кредиторської заборгованості регіону в загальному обсязі кредиторської заборгованості, у відсотках; доходи місцевого бюджету регіону; фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування регіону</p>
<p>4.5. Частковий інтегральний індекс інфраструктури ринків регіону: допомагає в прийнятті рішень щодо сприяння умов розвитку інфраструктури регіональних ринків</p>
<p>4.5.1. Частковий інтегральний індекс споживчого ринку регіону</p> <p><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>роздрібний товарооборот підприємств регіону; роздрібний товарооборот підприємств на одну особу регіону; питома вага продовольчих товарів у роздрібному товарообороті підприємств регіону, у відсотках; питома вага непродовольчих товарів у роздрібному товарообороті підприємств регіону, у відсотках</p>
<p>4.5.2. Частковий інтегральний індекс кредитного ринку регіону</p> <p><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>процентна ставка банків України за наданими кредитами в регіоні в національній валюті, у відсотках; процентна ставка банків України за наданими кредитами в регіоні в іноземній валюті, у відсотках; процентна ставка банків України за строковими депозитами в регіоні в національній валюті, у відсотках; процентна ставка банків України за строковими депозитами в регіоні в іноземній валюті, у відсотках; співвідношення між короткостроковими та довгостроковими кредитами, наданими в економіку регіону, у національній валюті; співвідношення між короткостроковими та довгостроковими кредитами, наданими в економіку регіону, в іноземній валюті</p>
<p>4.5.3. Частковий інтегральний індекс податкової системи регіону: показує ступінь розвитку податкової системи регіону та її дієвості</p> <p><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>питома вага податку на прибуток підприємств у загальному обсязі доходів регіону, у відсотках; питома вага прибуткового податку з громадян у загальному обсязі доходів регіону, у відсотках; питома вага податку на власність у загальному обсязі доходів регіону, у відсотках</p>
<p>4.6. Груповий інтегральний індекс інвестиційної привабливості регіону: сприяє обґрунтуванню рішень щодо ступеня ефективності використання основних елементів виробничого процесу на підприємствах регіону за базовими галузями економіки регіону</p> <p><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>коефіцієнт співвідношення позикового та власного капіталу підприємств регіону; коефіцієнт поточної ліквідності; фондовіддача основних засобів у промисловості регіону, грн.; фондовіддача основних засобів у сільському господарстві регіону, грн.; продуктивність праці на промислових підприємствах регіону; продуктивність праці на сільськогосподарських підприємствах регіону; рівень рентабельності на підприємствах сільського господарства, мисливства та лісового господарства регіону, у відсотках; рівень рентабельності на підприємствах промисловості регіону, у відсотках; питома вага простроченої кредиторської заборгованості в загальному обсязі кредиторської заборгованості в регіоні, у відсотках; питома вага простроченої дебіторської заборгованості в загальному обсязі дебіторської заборгованості в регіоні, у відсотках; заборгованість за податковими платежами в бюджетну систему</p>
<p>4.7. Груповий інтегральний індекс комунікаційної інфраструктури регіону: допомагає в обґрунтуванні рішень щодо розвитку комунікацій в регіоні</p> <p><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>довжина автомобільних доріг загального користування з твердим покриттям регіону; експлуатаційна довжина залізничних колій загального користування регіону; монтажна ємність автоматичних телефонних станцій</p>
<p>4.8. Груповий інтегральний індекс комерційної інфраструктури регіону: забезпечує обґрунтування рішень щодо сприяння формуванню комерційної структури регіону</p> <p><i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i></p> <p>середня кількість об'єктів роздрібною торгівлі в регіоні; середня кількість об'єктів ресторанного господарства в регіоні; середня кількість місць на об'єктах ресторанного господарства в регіоні; торгова площа магазинів у регіоні</p>

5. Груповий інтегральний індекс розвитку ринку праці регіону: забезпечує прийняття рішень щодо визначення ступеня розвитку ринку праці на регіональному рівні
5.1. Частковий індекс рівня зайнятості населення в регіоні: забезпечує обґрунтування рішень щодо визначення ступеня використання працюючого населення у сфері суспільно корисної праці та економічної ситуації, яка встановлюється в регіоні, а також кадрового забезпечення трудовими ресурсами економіки регіону <i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i> рівень працездатності всього населення регіону, у відсотках; коефіцієнт демографічного навантаження пенсіонерами в регіоні, в проміле (дестимулятор); коефіцієнт демографічного навантаження дітьми в регіоні, виражене в проміле; рівень повної зайнятості населення регіону, у відсотках; рівень повної зайнятості жінок у регіоні, у відсотках; рівень економічної активності населення регіону, у відсотках; рівень зайнятості молоді у регіоні, у відсотках; питома вага зайнятих неповний робочий день (тиждень), у відсотках (дестимулятор); питома вага зайнятих, що перебувають у вимушених відпустках з ініціативи адміністрації у відсотках (дестимулятор); питома вага працюючих на умовах вторинної зайнятості, у відсотках
5.2. Частковий індекс освітнього потенціалу регіону: доповнює обґрунтування рішень щодо кадрового забезпечення трудовими ресурсами економіки регіону <i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i> кількість студентів, що здобули освіту у вищих навчальних закладах I – II рівнів акредитації регіону; кількість студентів, що здобули освіту у вищих навчальних закладах III – IV рівнів акредитації регіону; кількість підготовлених кваліфікованих робітників у професійно-технічних закладах освіти регіону; питома вага найманих працівників, що закінчили вищі навчальні заклади, у відсотках; питома вага найманих працівників, що закінчили вищі навчальні заклади, у відсотках; питома вага найманих працівників, що навчилися новим професіям і підвищили кваліфікацію, у відсотках
5.3. Частковий інтегральний індекс рівня задоволення працездатного населення умовами праці: забезпечує обґрунтування рішень щодо вдосконалення умов праці працездатного населення <i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i> коефіцієнт вибуття, у відсотках (дестимулятор); коефіцієнт прибуття, у відсотках; питома вага працюючих у несприятливих умовах, у відсотках (дестимулятор)
5.4. Частковий індекс ефективності діяльності служб зайнятості: забезпечує обґрунтування рішень щодо удосконалення роботи регіональних служб зайнятості населення <i>Розраховується за допомогою наступних первинних показників:</i> рівень фактичного безробіття за методологією МОП, у відсотках (дестимулятор); рівень жіночого безробіття за методологією МОП, у відсотках (дестимулятор); рівень безробіття міського населення, у відсотках (дестимулятор); рівень офіційно зареєстрованого безробіття, у відсотках (дестимулятор); навантаження незайнятих трудовою діяльністю громадян на одне вільне робоче місце, вакансію (дестимулятор); коефіцієнт співвідношення рівня фактичного безробіття (за методологією МОП) та рівня офіційно зареєстрованого безробіття

Структури, яким необхідні результати інтегральних індикаторів економічного розвитку регіону, наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Структури, які можуть використовувати результати оцінки економічного розвитку регіону на основі інтегральних індексів

Назва структури	З якою метою?
Структури державного і регіонального рівня управління	Розробки та формування стратегічних і тактичних планів та прогнозів економічного розвитку регіону, визначення пріоритетів регіональної політики, виявлення потреби в проведенні ефективної структурної політики в регіоні, визначення механізмів, методів та інструментів стратегічної підтримки тих чи інших сфер економіки, створення умов і стимулів для ефективного функціонування суб'єктів ринкової економіки і на цій основі задоволення потреб населення регіону
Міжнародні інституції	Визначення масштабів, форм і конкретних методів стратегічної підтримки в інвестуванні тих чи інших сфер економіки регіону
Інвестори	З метою проведення різного роду порівнянь, зіставлень, пов'язаних з вибором оптимального варіанта вкладення інвестиційних ресурсів певного регіону, галузі, підприємства
Організації, установи, засоби масової інформації	З метою визначення напрямків та тенденцій розвитку тих чи інших сфер економіки, вкладення інвестицій, формування відповідної думки щодо даного питання відносно певного регіону, галузі чи підприємства
Виробничі підприємства та організації	З метою визначення тенденцій формування попиту та пропозиції на продукцію в різних регіонах та чинників, що їх визначають

Розробка системи рейтингових показників, що визначають необхідність та доцільність удосконалення й реорганізації існуючих систем регіонального управління як визначального чинника економічного розвитку макро-, мезо- та мікрорегіонів України, потребує формування єдиних підходів, стандартів та нормативів

визначення науково обґрунтованої системи показників, які забезпечували б можливість виявлення основних чинників, що формують економічний розвиток регіону, та побудови у майбутньому системи надійного управління цими чинниками. Це пов'язано з тим, що в сучасних умовах не існує методик, за допомо-

гою яких можна було б на основі нормативно-правових, соціальних та економічних оцінок науково обґрунтовано визначати ефективні вектори розвитку регіонів, стимулювати їх концентрацію та спеціалізацію, здійснювати перспективну реорганізацію виробничих потужностей, продуктивно, з гарантованою віддачею, нарощувати їх виробничий потенціал. А без таких розробок немає значення говорити про техніко-економічне обґрунтування ефективності розвитку регіонів, що досліджуються, їх інвестиційної привабливості, реальної можливості залучення кредитних ресурсів і, в першу чергу, іноземних кредитів. Розв'язати ці задачі можна на базі даних регіональної статистики. Тому регіональна статистика повинна не тільки якісно розширити існуючу систему регіональних показників, за допомогою якої можливо буде побудувати єдину рейтингову систему економічного розвитку різних регіонів України чи районів певного регіону, але й розробити цю методичку, надати їй статусу національної, проводити на її основі регулярні розрахунки, що дозволить забезпечити підйом депресивних регіонів та подальшу їх рівноправну інтеграцію в єдине співтовариство ефективно організованих і розвиваючих регіонів. Таку методичку визначення економічного розвитку в регіоні і запропоновано. Вона містить дані виключно Державного комітету статистики України та Головного управління статистики в області, є простою в користуванні. За цією методикою можливо здійснювати групування регіонів за рівнем економічного розвитку, виділивши чотири групи регіонів: регіони з пріоритетним, високим, середнім та низьким рівнем економічного розвитку в Україні.

Література: 1. Постанова "Методичні рекомендації Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України "Щодо створення та функціонування агентств регіонального розвитку" від 30.07.1999 р. №1394 // Web-сторінка: <http://www.kmu.gov.ua> 2. Розпорядження КМУ "Про заходи щодо реалізації концепції державної регіональної політики" від 13.09.2001 р. №437 // Web-сторінка: <http://www.kmu.gov.ua> 3. Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України "Методичні рекомендації щодо формування регіональних стратегій розвитку" від 29 липня 2002 р. №224 // Web-сторінка: <http://www.kmu.gov.ua> 4. Постанова КМУ "Про запровадження моніторингу результатів діяльності Кабінету Міністрів України та Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської і Севастопольської міських державних адміністрацій" від 6.04. 2005 р. №263 // Web-сторінка: <http://www.kmu.gov.ua> 5. Уманець Т. В. Методика розрахунку індексів економічного розвитку регіонів / Т. В. Уманець, А. З. Підгорний. — Одеса: ОДБУ, 2005. — С. 44.

Стаття надійшла до редакції
11.03.2006 р.

УДК 330.142.21

Сігаєва Т. Є.

АКТИВІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ: НА МАКРО- І МЕЗОЕКОНОМІЧНИХ РІВНЯХ УПРАВЛІННЯ

In the article the features of modern conditions of management of investment processes are considered, principles of realization of the given process are offered, necessity of the organization of management of investment processes development in the structure of bodies of the state and local authorities is proved.

Інвестиційні процеси є підґрунтям соціально-економічного розвитку країни, регіонів, суб'єктів господарювання, зумовлюють активність впровадження структурно-інноваційної моделі перетворень в Україні. Оскільки інвестування є складним і багатоглядним процесом, воно потребує управління на всіх еконо-

мічних рівнях, а з метою пошвидшення темпів і обсягів створення суспільного блага – на макро- та мезоекономічному. Цей факт зумовлює актуальність і науково-практичну значущість даної проблеми.

Однією з найважливіших причин низької активності реалізації заходів інвестиційної політики щодо сприяння реформуванню соціально-економічного простору в Україні є використання недосконалих інструментів і методів управління, що зумовлює прийняття недостатньо ефективних рішень на різних рівнях управління. Щодо мікро- і мезорівнів серед основних причин низької дієвості впливу управлінських заходів на перебіг соціально-економічних процесів можна виділити наступні: важка прогнозованість точних наслідків реалізації економічної політики; обмежена можливість контролю органами управління результатів реформування у всіх формах власності; неповний і некомплексний моніторинг з боку законодавчих органів наслідків практичного втілення прийнятих рішень, програм; певне сприяння в окремих питаннях реалізації приватних інтересів бізнес-кіл, а не суспільних інтересів громад [1].

Аналіз наведених причин дозволяє зробити висновок, що складну прогнозованість діяльності органів управління можна в основному пояснити обмеженою інформацією. На сучасному етапі формування інтелектуально-інформаційного способу виробництва ці наслідки свідчать лише про те, що існуючі соціально-економічні технології реалізації державної і регіональної політики не задовольняють потреби ефективності управління економічними процесами взагалі й інвестиційним зокрема.

Дослідженням проблем обґрунтованості й активізації управління соціально-економічними процесами взагалі й інвестиційними зокрема займалися вчені й практики, що відображено в роботах [1 – 8]. Основними питаннями, які в них були розглянуті, є організаційні форми активізації інвестиційних процесів, роль органів управління в їх активізації, методи й підходи до оцінювання результатів інвестування з позицій їх економічної ефективності. Проте, в наведених роботах не враховується те, що сучасне суспільство характеризується зміною способу виробництва, коли високі технології стають головною продуктивною силою економіки. Народжується інтелектуально-інформаційний спосіб виробництва, який об'єктивно потребує адекватних змін у виробничих відносинах, насамперед у відносинах управління на макро- і мезоекономічному рівнях, яке тривалий час базувалося на спробах та помилках.

У цьому зв'язку вимагають подальшого дослідження теоретичні та науково-методичні засади активізації управління інвестуванням з боку державних і регіональних органів управління в Україні. В цьому зв'язку метою даної статті є висвітлення позицій автора щодо активізації інвестиційних процесів на макро- і мезоекономічних рівнях управління.

Як довели результати досліджень, головним завданням з поставленої проблеми є приведення в дію механізму випереджаючого розвитку, який має забезпечити надійні гарантії не лише остаточної стабілізації економіки, а й створення необхідних передумов її прискореного зростання. Виконання цього завдання можливе тільки на основі розробки високих соціально-економічних технологій у сфері управління інвестиційними процесами на загальнодержавному і регіональному рівнях. Тому створення ефективної системи управління інвестиціями сьогодні належить до найактуальніших загальногосподарських проблем в Україні, що потребує нагального вирішення.

Існуюче і запроваджуване методологічне й методичне забезпечення управління інвестиційними процесами на макро- і мезоекономічному рівнях відрізняється неефективністю рішень. Твердженням цьому є, наприклад, механізми залучення іноземних інвестицій в економіку України, низька інвестиційна активність населення, яке в усьому світі є найменшим інвестором та ін., що вимагає його вдосконалення і подальшого розвитку. Таким чином, початковою методологічною засадою нових підходів в управлінні процесами капіталовкладень має стати усвідомлення того, що всім майбутнім рішенням у соціально-економічному, організаційно-технологічному, правовому та інших аспектах повинна бути властива достатня кількісна та якісна визначеність на різних рівнях державного управління, усталеність і наукова обґрунтованість.

Інвестування необхідно розглядати як безперервний процес у часі і просторі, при чому кожна його складова має виконувати чітко визначену функцію, що зумовлюється загальними властивостями об'єкта. Ігнорування цих властивостей окремих складових як частин цілого може призвести до того, що кінцеві результати управління інвестуванням, як соціально-економічним процесом, будуть значно гіршими. Тому виникає об'єктивна необхідність у визначенні й обґрунтуванні базових принципів управління інвестиційними процесами з боку органів державного і регіонального управління. До складу таких принципів доцільно віднести такі: цілеспрямованості, що первісно призначений для впорядкування взаємодії різних суб'єктів інвестиційної діяльності. На практиці цей принцип часто ігнорується. В Україні тривалий час не визначались або нечітко ставилися стратегічні цілі інвестування, особливо перед приватними інвесторами з позицій соціальної значущості результатів капіталовкладень, що має негативний вплив на його ефективність;

гарантованості, що, з одного боку, пов'язаний з обов'язковим виконанням суб'єктами господарювання взятих на себе зобов'язань, достатніх для реалізації загальних цілей інноваційно-інвестиційного розвитку, з іншого боку – з достатністю ресурсів, створенням сприятливих умов для виконання загального завдання щодо інвестування обраних об'єктів;

умотивованості, який полягає в активному стимулюванні органами управління потенційних інвесторів до вкладання коштів не тільки в економічно вигідні, а й у соціально значущі об'єкти, фінансування яких збільшить податкові припливи в бюджеті відповідних рівнів і позитивно вплине на розвиток загальної соціально-економічної ситуації на певній території. Важливо відмітити, що вмотивованість може бути як матеріально-економічною, наприклад, податковою або кредитною, так й інформаційною, що поступово стає особливо важливим в умовах побудови постіндустріального суспільства в Україні;

пріоритетності, який передбачає селективний вибір підприємств, капіталовкладення в які матимуть мультиплікативний ефект для всієї території, громади, дозволять отримати додатковий соціально-екологічний ефект;

інноваційності в управлінні інвестиційними процесами, що має спрямованість як на методи й інструменти керування, так і на об'єкт та предмет вкладень, тобто на суб'єкт господарювання та інвестиційний проект, які доцільно розглядати у взаємозв'язку та взаємозалежності й прагнути до вкладень у такі проекти, які дозволять проводити випереджаючу економічну політику й зайняти підприємству, регіону, галузі й країні в цілому провідні місця в територіальному й світовому економічному просторі;

системності, що полягає у використанні системного аналізу як основного теоретичного підґрунтя інвестування та необхідності врахування всіх факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, які впливають на цей процес;

комплексності, який полягає в сполученні дій об'єкта і суб'єкта інвестиційного процесу, їх якостей. Означене сполучення буде дієвим тільки в тому разі, коли цілі суб'єкта та об'єкта є непротиворічними, тобто співпадають і становлять єдиний комплекс;

об'єктивності, що передбачає ґрунтування інвестиційної діяльності на достовірній та актуальній інформації, яка враховує особливості дії й динаміку зміни внутрішніх і зовнішніх факторів інвестиційного середовища;

динамічності, який полягає в уточненні й урахуванні мінливості факторів впливу на інвестиційну діяльність і коригуванні в разі необхідності сформованих заходів;

досяжності, що зумовлює прийняття управлінських рішень з позиції неоптимальності, яка може бути недосяжною. Тому принцип досяжності має переваги перед оптимальністю, оскільки він дозволяє забезпечити реалізованість і реальність запроваджуваних заходів;

конструктивної дієвості, який полягає не тільки у формуванні заходів з управління інвестиційною діяльністю, але й у втіленні в конкретні дії, здійснення яких веде до їх реалізації і досягнення кінцевої мети;

рефлексії, що доцільно використовувати при визначенні цінності інформації, стратегічному аналізі компонентів зовнішнього середовища і розробці планів впливу на нього [7];

самоорганізації, завдяки якому суб'єкти інвестиційної діяльності та управління цим процесом знаходять у флуктуаціях зовнішнього середовища корисні для себе стимули і посилюють їх у контурах з позитивним зворотнім зв'язком, у результаті чого між елементами та складовими системи управління виникають стійкі взаємозв'язки, що надають їм безумовних переваг [7];

обмеженої раціональності, який ґрунтується на твердженні про обмежену можливість осіб, що приймають рішення сприймати й переробляти інформацію, а також на положенні про необхідність постійного оновлення як їх знань, так й інформації, що поступає на входи системи управління [7];

самовизначення, що полягає в зміні зовнішнього середовища системи управління згідно з цілями її функціонування без суттєвих перетворень у ній самій, тобто вона є активним елементом ринкових відносин [7];

диверсифікації, який полягає в поєднанні об'єктів різноманітних галузей і видів матеріального виробництва в єдиний інвестиційний контур [7];

резервування ресурсів, сутність якого полягає у створенні певних фінансових резервів для протистояння флуктуаціям зовнішнього середовища, а також систематизованому інвестиційному ризику [7];

безупинної адаптації, що передбачає існування точки рівноваги, в якій необхідно підтримувати стан інвестиційної системи [7];

адаптивної ефективності, який характеризує можливість системи захоплювати впровадження інновацій, сприймати ризик, здійснювати перетворення різного характеру без суттєвих втрат, тобто із збереженням параметрів ефективності. Наведений принцип характеризує ефективність дії інституціональних правил, що характеризують і обумовлюють (задають) динаміку функціонування системи управління в часі, дозволяють вирішити проблеми, які заважають її розвитку [8];

когнітивності, що характеризує здатність системи управління до навчання. Згідно з цим принципом у процесі управління інвестиційною діяльністю складові системи повинні бути готові самостійно адаптуватися до зміни умов зовнішнього і внутрішнього середовища на основі накопиченого інтелектуального капіталу. Використання принципу когнітивності дозволить колективно відбирати, сприймати, інтерпретувати й обробляти інформацію про стан внутрішнього і зовнішнього середовища об'єкта і суб'єкта управління для екстракції зберігання знань [8];

поліваріантності – забезпечує розробку декількох варіантів впливу на активність інвестиційних процесів із максимальним урахуванням впливу всіх негативних, позитивних і типових факторів середовища життєдіяльності. Таких варіантів повинно бути не менше трьох, згідно з сумарною кількістю рівноважного та прикордонних станів системи: негативним (низької ефективності), середнім і позитивним (високої ефективності) [8];

проактивності, що полягає у випередженні управлінськими діями можливих негативних наслідків інвестиційної діяльності [8];

персоноцентричності, що передбачає у зв'язку з поглибленням сутності і територіальним розширенням тенденцій гуманізації, соціалізації й консьюмерізації соціально-економічних відносин, посилення соціальної орієнтації управління на членів територіальних громад, споживачів інвестиційних благ, власників, інвесторів [8];

прозорості, який полягає у максимальній інформаційній відкритості органів управління щодо своїх дій і намірів та повинен будуватися не на прийнятті і впровадженні концепції діалогу між територіальною громадою й органами управління. Ефективне ведення такого діалогу можливе на основі довіри, яку можна досягти, передаючи інформацію, яка цікавить суб'єктів. Тому інформаційні повідомлення повинні комплексно відображувати сутність і особливості бізнес-процесів, що забезпечує їх розгляд у фінансовому, управлінському й комерційному аспектах [8];

коеволюції, який доповнює принципи прозорості і персонацентричності щодо інформаційної взаємодії органів управління з територіальною громадою, суб'єктами зовнішнього середовища і надає процесу інвестування дієвості, оскільки передбачає активну участь суб'єктів зовнішнього середовища в генерації управлінських рішень. Реалізувати його дозволяє відкритість системи управління [8].

Об'єднана система принципів до управління інвестиційними процесами є цілісною, несуперечливою; її використання дозволить удосконалити і здійснити подальший розвиток методичного забезпечення управління інвестуванням суб'єктів господарювання на всіх економічних рівнях.

Державні службовці, які згідно з новою парадигмою державного управління повинні стати державними менеджерами з підприємницьким складом мислення, в процесі управління інвестиційними процесами повинні враховувати не тільки принципи, а й конкретизувати їх стадії з метою вибору ефективних інструментів. В українській економічній літературі [2; 6] існує такий перелік цих стадій: активізація інвестиційної діяльності, прогнозування та програмування інвестицій, обґрунтування доцільності інвестицій, страхування інвесторів, державне регулювання інвестиційного процесу, планування інвестицій, фінансування інвестиційного процесу, проектування і ціноутворення, забезпечення інвестицій матеріально-технічними ресурсами, освоєння інвестицій, підготовка до виробництва продуктів, попередня здача і приймання в експлуатацію, кінцева здача об'єкта в експлуатацію.

Наведені стадії доцільно об'єднати в дві групи, які розрізняються як за послідовністю, так і за змістом: підготовку інвестиційного процесу та реалізацію інвестиційно-інноваційних проектів.

На стадії підготовки інвестиційного процесу органом управління доцільно зосередити увагу на з'ясуванні цілей інвестування, визначенні його бажаних та можливих майбутніх результатів, а також об'єктів та суб'єктів інвестування, виявленні позитивних можливостей та загроз інвестиційно-інноваційного процесу, конкретизації проблем, що можуть виникнути в процесі досягнення поставлених цілей, розробці політичних, правових, організаційних, фінансово-економічних, техніко-технологічних, екологічних та інших механізмів, що забезпечують досягнення поставлених цілей, характеристики можливих самоорганізаційних наслідків інвестиційного процесу.

Ще однією ланкою активізації управління інвестуванням з боку органів влади є чітке визначення його цілей (політичних, соціально-економічних, національних, екологічних, технічних, технологічних, регіональних тощо) [1; 6; 8].

Як показує досвід, неправильно визначені цілі призводять до непередбачуваних наслідків для окремого підприємця, регіональної спільноти чи держави в цілому.

Політичними цілями є трансформація способу виробництва: розвиток у певному напрямі національної економіки, підтримка вітчизняного виробника, формування ефективного власника, раціональне використання кадрового потенціалу і природних ресурсів України, встановлення сприятливого інвестиційного клімату для внутрішніх та зовнішніх інвесторів тощо.

Соціально-економічні цілі нині пов'язані насамперед із підвищенням рівня життя народу, пожевленням виробництва та збільшенням обсягів і темпів зростання валового національного продукту.

Після чіткого визначення цілей необхідно конкретизувати майбутні бажані та можливі результати інвестиційно-інноваційного процесу. Позитивними результатами процесу є: ефективне використання інвестицій; постійне підвищення темпів інвестування на короткий і тривалий періоди; вчасне повернення коштів інвестором, отримання соціально-екологічного ефекту, виробництво високотехнологічної конкурентної продукції, збільшення доходних частин бюджетів тощо. Прогнозування негативних результатів не означає, що йдеться тільки про невиконання поставлених завдань, а й про те, щоб визначити можливі негативні наслідки за умови наявності в цілому позитивного, але недостатнього результату.

Щодо інвестування вітчизняної економіки іноземними суб'єктами його негативними результатами можуть бути: втрата економічної незалежності держави; жорстока прив'язка вітчизняних споживачів до зарубіжної продукції, сервісного обслуговування; невинуватна експлуатація людських та природних ресурсів; забруднення довкілля; невчасне повернення коштів інвесторам, неефективне використання інвестицій тощо.

Стратегічно важливим об'єктом інвестування для органів управління мають стати високі технології, на які Україна дуже багата і завдяки яким може реально стати однією з найрозвинутіших країн світу.

Органам влади необхідно забезпечити економічні та правові гарантії практичного використання винаходів вітчизняних учених, практиків у різних галузях народного господарства.

Важливий етап створення сприятливих умов для активізації управління інвестування — обґрунтоване визначення його суб'єктів. Фактично, сьогодні ними є лише органи законодавчої та виконавчої влади. У формуванні інвестиційного клімату незначну роль відіграють підприємці — безпосередні учасники інвестиційного процесу, що значно знижує ефективність економічних реформ.

У разі забезпечення привабливого інвестиційного клімату в Україні буде вирішено і проблему з коштами, необхідними для реструктуризації промисловості та сільського господарства, які слід спрямовувати у функціонування й розвиток стратегічно важливих об'єктів до того ж під гарантії органів державного, регіонального управління та місцевого самоврядування, що може збільшити надходження інвестиції в декілька разів. Але такі гарантії доцільно давати тільки під високотехнологічні, інноваційні або соціально значущі проектні інвестиційні пропозиції. Таким чином, крім органів законодавчої та виконавчої влади, активним суб'єктом формування системи гарантії мають стати і самі підприємці. Довіра до національних бізнесменів з боку іноземних інвесторів теж здатна створити стабільні внутрішні умови, за яких зовнішні капітали можуть бути вкладені в об'єкти України, що сприятиме збільшенню темпів реалізації економічних реформ.

Щоб створити сприятливий інвестиційний клімат, належні умови для підприємницької діяльності взагалі, потрібно формувати відповідне правове поле [1; 4]. Тіньова економіка і корупція спонукають владу до жорстокого контролю за стратегічною й тактичною діяльністю підприємств, що за відсутності самостримуючих правових інструментів на рівні держави часом призводять до свавілля з боку різних державних контролюючих органів, особливо відносно приватних підприємств. Крім того, через нестабільність законодавства та наявність його певних недоліків, суб'єкти підприємництва змушені переходити "в тінь", що створює безумовні труднощі в управлінні інвестиційними процесами, тому нагальним питанням сьогодення на рівні регіонів є розширення мережі інвестиційних банків, спеціалізованих державних організацій, які б консульгували приватних та державних підприємців з інвестиційних питань.

Формування організаційних гарантії на рівні держави та регіонів передбачає створення відповідних державних органів, які сприятимуть прискоренню інвестиційного процесу, в той час як надання фінансово-економічних гарантії передбачає створення відповідних фінансових умов функціонування підприємств різних форм власності. Кожен нормативний акт держави, кожен закон слід розглядати крізь призму можливої самоорганізації процесу. В разі нехтування цією важливою обставиною соціально-економічний процес, особливо такой привабливий і значущий, як інвестиційний, так чи інакше буде самоорганізовуватися, але вже поза бажаним правовим полем.

З метою забезпечення активного збалансованого інвестиційного розвитку територіальних утворень та ефективного використання їх трудових і фінансових ресурсів у складі органів державного, регіонального управління й місцевого самоврядування доцільно створювати такі спеціальні організаційні підрозділи, як "Управління з питань інвестиційного розвитку", що повинні бути структурними підрозділами головних управлінь економіки, підзвітними та підконтрольними міській раді, підлеглими міському голові, виконавчому комітету і заступнику міського голови з питань діяльності виконавчих органів ради — начальнику Головного управління економіки. У своїй діяльності управління повинне керуватися Конституцією України, Законом України "Про місцеве самоврядування в Україні", іншими актами чинного законодавства, а також рішеннями міських рад, виконкомів міських рад, розпорядженнями міських голів, рішеннями Положення про Головне управління економіки та розробленим Положенням про власну діяльність.

Таким чином, проблема активізації інвестиційних процесів з боку органів управління на макро- і мезоекономічному рівнях вимагає подальшого розвитку методологічного та методичного забезпечення, організаційної підтримки, впровадження но-

вих прогресивних технологій управління, а головне – впровадження нової управлінської культури, типу інноваційного і підприємницького мислення державних службовців, які з чиновників поступово повинні перетворюватися на державних менеджерів.

Викладені пропозиції є підґрунтям для подальшого розвитку і визначення цілей, заходів та організаційних структур управління інвестуванням на місцевому рівні.

Література: 1. Державне управління в Україні: централізація і децентралізація. Монографія / Кол. авт.; відпов. ред. професор. Н. Р. Нижник. — К.: Вид. УАДУ, 1997. — 448 с. 2. Ендовицкий Д. А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: Методология и практика. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 398 с. 3. Кроль Ю. Я. Экономический механизм процесса инвестиционного бизнес-планирования (методология та практика). — Харьков: Основа, 2002. — 176 с. 4. Крутик А. Б. Инвестиции и экономический рост предпринимательства / А. Б. Крутик, А. Г. Никольская. — СПб.: Лань, 2000. — 540 с. 5. Мартиненко В. Методологічні основи державного управління інвестиційним процесом в економіці України // Вісник УАДУ. — 2000. — №3. — С. 79 – 85. 6. Мокій А. Регіональні аспекти формування сприятливого інвестиційного клімату // Регіональна економіка. — 1999. — №2. — С. 56 – 58. 7. Пономаренко В. С. Стратегічне управління. — Харьков: Основа, 1999. — 620 с. 8. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність підприємств: методологічні і методичні засади. — Харьков: Вид. ХДЕУ, 2004. — 472 с.

*Стаття надійшла до редакції
28.03.2006 р.*

УДК 338.47

Борисовская Н. Ю.

ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ ТРЕТЬЕГО ПОКОЛЕНИЯ В УКРАИНЕ

In the article the main tendencies of mobile communication systems development, the problems of introduction of new technologies are considered; the scenarios of Ukrainian telecommunication industry development are studied.

Влияние технологий мобильной связи на нашу жизнь переоценить невозможно. Мобильная связь рассматривается в настоящее время как необходимость, а технологии мобильной связи являются наиболее востребованными и быстро растущими.

С учетом особенностей и перспектив развития телекоммуникационной сферы она представляется отраслью стратегического значения для национальной экономики любого государства, в том числе и Украины. Рынок телекоммуникационных услуг, благодаря своей динамичности и высокой рентабельности, сам по себе является объектом интереса для инвесторов, а на современном этапе его развития возможность предоставления новых услуг способствует развитию экономики, обеспечивает конкурентоспособность Украины на мировом рынке, привлекает капиталы, сдерживает утечку мозгов, способствует созданию новых рабочих мест и росту ВВП.

Широкий круг проблем, связанных с особенностями функционирования, принципами организации и техническими решениями в современных телекоммуникационных системах, рассмотрен в работах М. С. Букина [1], В. Ф. Ламекина [2],

Л. М. Невдяева [3] и других ученых, внесших значительный вклад в развитие радиотехники. Экономический аспект проблемы проанализирован в ряде отечественных диссертационных работ, где наиболее исследуемыми являются вопросы формирования маркетинговых стратегий предприятий мобильной связи и методик анализа рынка услуг связи. Другие исследователи, такие, как А. Е. Крупнов, А. И. Скородумов [4], С. Раудсепп [5], предлагают некоторые пути решения актуального вопроса внедрения систем третьего поколения и его финансирования, рассматривая коммерческие аспекты, пути совершенствования нормативно-правовой базы, проводят проектный анализ каждой альтернативы перехода к новому поколению сетей. Однако опыт их исследований может служить только ориентиром для исследований и требует адаптации к украинским условиям, так как российский телекоммуникационный рынок имеет ряд принципиальных отличий в создании, функционировании и дальнейшей модернизации. Цель данной статьи – на основе анализа текущего состояния рынка мобильной связи в Украине и уровня технических достижений в мире рассмотреть возможные сценарии развития отечественной сферы мобильной связи.

Таким образом, несмотря на то, что публикации полны упоминаний о стратегической важности телекоммуникационной отрасли в разрезе привлечения значительных инвестиций и связанных с этим проблем, они до сих пор остаются недостаточно исследованными. Поэтому представляется целесообразным конкретизировать проблемы украинского рынка мобильной связи, определить перспективы его развития, выделить основных участников рынка с целью определения принципов формирования инвестиционной политики в этой отрасли.

Сегодня в мире происходит переход к новым телекоммуникационным технологиям, базирующимся не на основном принципе работы систем подвижной радиосвязи – предоставлении голосовой телефонии, а на принципиально новом подходе – предоставлении услуг высокоскоростной передачи данных. Все возможности связи третьего поколения реализуются при помощи технологии кодового деления каналов: доступ к высокоскоростной передаче информации, широкополосный доступ для передачи данных по беспроводному каналу, внутригрупповая связь, видеоконференции, быстрый вызов и т. д.

Основной потенциал развития отрасли находится в области контент-услуг, предоставление которых позволит эффективно использовать широкополосные линии связи и развивать телекоммуникационную инфраструктуру.

Некоторые стандарты нового поколения сотовой связи уже получили распространение в мире (например, стандарт TD CDMA в Китае, который явился основным ее разработчиком, W CDMA – в Японии с 2002 г., CDMA-2000). Наиболее популярной технологией является WCDMA, которая имеет хорошую совместимость с технологией GSM.

Однако внедрение систем нового поколения происходит все же медленнее, чем предсказывалось экспертами. Можно выделить следующие факторы, влияющие на задержку внедрения 3G-сервисов, – это более высокая, чем ожидалась, стоимость развертывания сетей и нехватка соответствующих технических приложений. Сложность перехода к новому стандарту заключается в практически полной замене инфраструктуры GSM-сети (абонентских терминалов и подсистемы базовых станций). Все это приводит к существенной инвестиционной нагрузке, возникающей в первые годы внедрения UMTS, что при отсутствии сформированного платежеспособного спроса приводит к неоправданно высоким рискам. Кроме того, операторы продолжают нести лицензионные обязательства перед "старыми" абонентами сети GSM, тогда как сама сеть нуждается в постоянном развитии и модернизации. Также возможно появление таких проблем: недостаточность территории обслуживания, нестабильность работы системы, необходимость введения двухрежимных терминалов, поддерживающих как WCDMA, так и GSM-стандарты.

Сегодня в Украине услуги мобильной сотовой связи предоставляют 5 операторов связи: UMC (в стандартах GSM 900/1800), "Киевстар" (GSM-900/1800), "Голден Телеком" (GSM-1800), WellCOM (GSM-900) и Астелит (GSM-1800). Функциони-

рующий в условиях жесткой конкуренции рынок мобильной связи Украины характеризуется резким падением стоимости предоставляемых услуг и трафика, стремлением операторов всеми силами поднять лояльность абонентов запуском новых услуг, поиском новых рынков сбыта и внедрением новых технологий. Операторами прилагаются значительные усилия по наращиванию объема дохода с одного абонента (показатель ARPU).

Следует также отметить, что, кроме высокой конкуренции на рынке мобильной связи Украины, существует проблема экономической оправданности ее использования и развития в связи с довольно большими территориями и используемыми высокими частотами, поскольку сигнал более высокой частоты сильнее подвержен затуханию. Поэтому выгоднее использовать стандарты, работающие в нижней части спектра, как стандарт IMT-TC 450, использующий множественный доступ с кодовым разделением (CDMA) в диапазоне 450 МГц [6], который среди украинских операторов использует сегодня только УМС. Анализ ситуации экспертами показал, что технология CDMA-450 в ближайшие годы получит свое широкое распространение в том или ином виде во всех регионах, включая Европу. Особенное значение развертывание данного стандарта приобретает с учетом того факта, что технические параметры данных технологий являются потенциальными конкурентами разворачиваемым в Европе UMTS-сетям.

Таким образом, именно развертывание сетей 3G является возможностью для операторов увеличить доходы за счет широкого распространения негословых услуг, что, в свою очередь, приведет к преломлению тенденции снижения ARPU, характерной для сетей второго поколения. Подобные достижения возможны благодаря экономической эффективности эксплуатации сетей нового поколения. Так, потенциал сетей 2-го поколения, ориентированный в основном на голосовую связь, используется только на 15 – 20%, тогда как технологии 3G изначально предполагают акцент эксплуатации не на голосовых услугах, а на предоставлении услуг по передаче данных, что позволит использовать сети в 8 раз эффективнее и приведет к уменьшению себестоимости передачи данных.

В настоящее время на украинском рынке телекоммуникаций происходит смещение приоритетов в конкурентной борьбе: наряду с расширением зоны обслуживания и улучшением качества покрытия в развернутых сетях все большее внимание уделяется предоставлению новых инфокоммуникационных услуг, привлекательных для различных категорий абонентов. На рынке мобильной связи происходит активное внедрение новейших технологий передачи данных: GPRS, EDGE, MMS, Wi-Fi, расширяются возможности фиксированных сетей по обеспечению доступа пользователей к Интернету и в корпоративные сети. Кроме того, на телекоммуникационном рынке появляются новые участники – поставщики услуг (операторы виртуальных сетей связи, контент- и сервис-провайдеры), а доля дохода в совокупной стоимости предоставления услуг абоненту может достигать 90%. Количество абонентов, пользующихся услугами контент-провайдеров, неуклонно растет и составляет около 70 – 80% от общего числа всех владельцев телефонов.

Рассмотренные тенденции в сфере услуг связи и рынка телекоммуникаций в мире показывают, что в фиксированных сетях все виды услуг со временем будут предоставляться на базе доступа к Интернету. В сетях мобильной связи потребности в доступе к Интернету постоянно растут, впрочем, основной услугой здесь пока по-прежнему останется передача голоса. Основной задачей будет увеличение возможностей сетей по предоставлению высокой скорости передачи пакетов одновременно с обеспечением высокой эффективности передачи голосового трафика. Для услуг мобильной связи будущего ключевым фактором являются сценарии перехода к сетям 3G.

Анализ литературы и научных публикаций [3; 7; 8] позволяет рассматривать для украинских операторов, как достаточно эффективные, следующие сценарии перехода к сетям 3G:

1. Сценарий операторов GSM. В странах с широко развитой сетью GSM операторы планируют, в первую очередь, обеспечить предоставление новых услуг в крупных городах. Мобильные терминалы должны быть двухрежимными. Основной проблемой в данном сценарии является поиск новых видов услуг, способных привлечь абонентов и их стоимость.

2. Сценарий беспроводного абонентского доступа предлагается для регионов без инфраструктуры фиксированных сетей. В таких случаях технология WCDMA может быть рациональным решением.

3. Совмещенное или взаимное дополнение сетей состоит в экономически обоснованной необходимости поиска точки соприкосновения GSM- и UMTS-сетей. В случаях выбора данного сценария операторы могут рассчитывать на помощь поставщиков оборудования, предлагающих двухстандартные GSM/UMTS программные коммутаторы, способные обслуживать одновременно базовые станции обоих стандартов. Это в какой-то мере решает проблему высокого риска инвестиций в 3G – спрос на 3G-услуги не сформирован и эффективность использования сетевого оборудования без совмещения в первые годы технологий будет крайне низкой.

В Украине наиболее оптимальным для операторов, занимающих значительные доли рынка, по мнению автора, является выбор 3-го сценария развития мобильных сетей. Из-за того, что в украинских операторов имеется достаточно развитая сеть GSM, представляется эффективным совмещение сетей, что приведет к снижению риска инвестиций проекта, так как до 30% капитальных инвестиций в 3G приходится на опорную сеть. Кроме того, подобный сценарий за счет высокой интеграции оборудования и использования передовых технологий способствует сокращению операционных издержек операторов на поддержание работоспособности мобильной сети и трансмиссии.

Литература: 1. Букин М. С. Секреты сотовой телефонии // Сети. – 2004. – №8. – С. 40, 41. 2. Ламекин В. Ф. Сотовая связь. – Ростов-на-Дону: Изд. "Феникс", 1997. – 176 с. 3. Невдяев Л. М. Мобильная связь 3-го поколения. – М.: Связь и бизнес, 2000. – 208 с. 4. Крупнов А. Е. Перспективы формирования рынка услуг нового поколения и операторы виртуальных сетей подвижной связи / А. Е. Крупнов, А. И. Скородумов // Мобильные системы. – 2005. – №6. – С. 24 – 32. 5. Рудсепп С. 3G глазами абонента: от потребностей к решениям // Мобильные системы. – 2004. – №7. – С. 31 – 35. 6. Москалец В. CDMA – дешевле и надежнее // Mobile news. – 2005. – №2. – С. 12, 13. 7. Системы мобильной связи: Учеб. пособие для студентов вузов / В. П. Ипатов, В. К. Орлов, И. М. Самойлов, В. Н. Смирнов; [Под ред. В. П. Ипатова. – М.: Горячая линия – Телеком, 2003. – 272 с. 8. Скляр Б. Цифровая связь. Теоретические основы и практическое применение. – М.: Вильямс, 2003. – 1099 с.

*Стаття надійшла до редакції
4.04.2006 р.*

УДК 681.324.067

Толста О. О.

ФОРМУВАННЯ СКЛАДУ І ВИЗНАЧЕННЯ ТЕХНІКО- ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ НА ЕТАПІ РОЗРОБКИ

In the article the set of technical and economic parameters of software products is determined. A brief characteristic and the sequence of its determination stages are represented.

Сфера розробки програмних продуктів (ПП) належить до галузей, успіх діяльності в межах яких значною мірою залежить від конкурентоспроможності продукції. Успіх у конкурентній боротьбі на ринку ПП багато в чому визначається рівнем техніко-економічних показників (ТЕП) програмних продуктів.

У роботах вчених R. G. Dromeу [1], М. Т. Макарова [2], В. В. Ліпаєва [3] тощо розглянутий перелік показників якості, трудомісткості розробки, розміру ПП, проте конкурентоспроможність визначається й такими важливими показниками, як ціна, імідж підприємства-розробника ПП, ступінь ринкової новизни та ін. У той час як питання технології та планування розробки ПП досліджується багатьма вченими, процеси формування ринкової ціни, оцінки економічного ефекту від використання ПП, оцінки рівня якості ПП у сфері економіки створення та розповсюдження ПП масового використання, як правило, залишаються поза увагою науковців, недостатньо досліджені та повинні бути розглянуті більш детально. Аналіз робіт дозволяє зробити висновок про приділення недостатньої уваги проблемі систематизації ТЕП ПП, яка потребує подальшого дослідження.

Удосконалення економічного механізму формування ТЕП ПП на етапі розробки потребує уточнення складу та надання стислої характеристики ТЕП ПП, а також розробки послідовності етапів процесу визначення ТЕП ПП.

Показники якості та ефективності ПП належать до найбільш важливих факторів, які впливають на конкурентоспроможність продукції, проте, як вже було згадано вище, існують інші показники, що повинні бути враховані в складі набору ТЕП ПП на етапі розробки.

На підставі аналізу літературних джерел [1 – 5] та опитування фахівців галузі розробки ПП сформований перелік ТЕП ПП. Склад ТЕП ПП графічно зображений на рис. 1.



Рис. 1. Склад техніко-економічних показників ПП

Питанню визначення технологічних показників ПП приділяли увагу багато вчених. Огляд основних методів визначення технологічних показників ПП наведений у таблиці.

Таблиця

Огляд основних методів визначення технологічних показників ПП

Показник	Найменування методу/моделі	Автор	Джерело
Трудомісткість, продуктивність та тривалість розробки ПП	COCOMO (CO-structive COst MOdel)	Б. Боем	[3 – 5]
	SLIM (software life cycle management)	П. В. Норден, Л. Ш. Патнам	[4; 6 – 8]
Розмір програмного продукту	COCOMO (SLOC – source lines of code)	Б. Боем	[3 – 5]
	Function points	А. Альбрехт	[9]
	Feature points	С. Джонс	[10]
	Object points for ICASE	Д. Банкер	[11]

Аналіз методів визначення технологічних показників ПП дозволяє зробити висновок про досить детальну розробленість задачі їх розрахунку. На погляд автора, основну увагу треба приділити визначенню економічних показників ПП, показників якості та ефективності ПП. Такий показник, як ризик підробок ПП, пропонується враховувати при оцінці ринку, на якому ефективність діяльності розробника ПП буде найвищою (етап 1 механізму формування ТЕП програмних продуктів).

Запропонований перелік основних ТЕП ПП не є остаточним і може бути доповнений та змінений.

З метою підвищення конкурентоспроможності ПП має бути вдосконалений механізм формування ТЕП ПП, який повинен включати систему процесів, методів та здійснення певних дій для найбільш повної реалізації цілей підприємства – розробника ПП.

Концептуальна схема економічного механізму формування ТЕП ПП графічно проілюстрована на рис. 2. Економічний механізм включає послідовність етапів визначення ТЕП ПП.

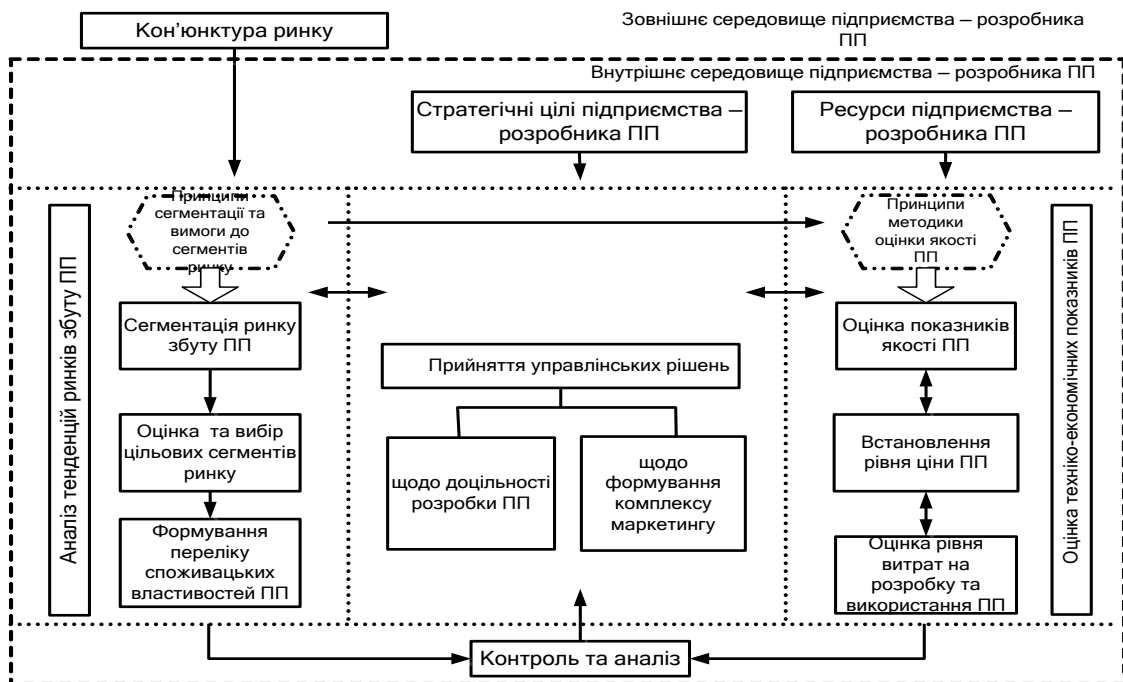


Рис. 2. Концептуальна схема економічного механізму формування техніко-економічних показників ПП на етапі розробки

Етап 1 "Аналіз тенденцій ринків збуту ПП" становить виявлення особливостей та тенденцій ринків збуту ПП.

На кроці 1.1 відбувається сегментація ринку збуту ПП шляхом проведення багатфакторного сегментування.

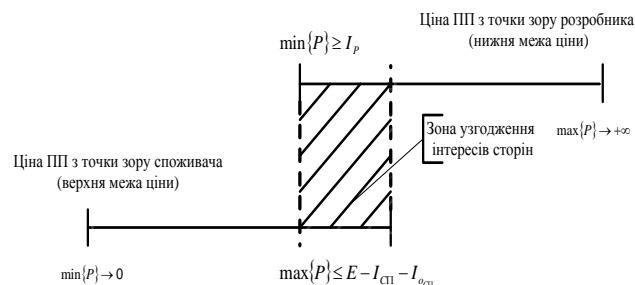
У процесі виконання кроку 1.2 проводиться комплексна оцінка виділених сегментів шляхом розрахунку узагальненого показника привабливості сегмента, за допомогою якого виділені сегменти ринку збуту ПП порівнюються між собою та вибираються найбільш привабливі для підприємства – розробника програмних продуктів.

Методика оцінки та вибору цільових сегментів ринку збуту ПП викладена в роботі [12].

Крок 1.3 передбачає виявлення споживацьких потреб та формування переліку споживацьких властивостей програмного продукту, за допомогою яких ПП, що розроблюється, найбільшою мірою зможе задовольнити потреби споживачів сегментів ринку збуту ПП.

Етап 2 "Визначення техніко-економічних показників ПП" базується на використанні інформації, отриманої шляхом аналізу тенденцій ринків збуту ПП. З використанням запропонованої структури ТЕП ПП (див. рис. 1) формується перелік ТЕП конкретного ПП з урахуванням найбільш важливих для виділеної категорії потенційних користувачів споживацьких властивостей ПП, який має бути розроблений.

Процес визначення таких економічних показників ПП, як ціна та витрати, базується на умові врахування власних інтересів підприємства – розробника та споживача програмних продуктів. Графічно в спрощеному вигляді цю залежність можна проілюструвати так (рис. 3).



Умовні позначення:

$I_{оп}, I_{вн}$ — поточні витрати на експлуатацію ПП та одноразові (фіксовані) витрати на впровадження ПП відповідно;

E — ефект від використання ПП;

I_p — витрати розробника на виробництво ПП.

Рис. 3. Схеми врахування інтересів сторін при встановленні ціни ПП

Мінімальна ціна ПП для підприємства-розробника звичайно обмежується рівнем витрат на його розробку. Максимальний рівень ціни, з точки зору споживача ПП, дорівнює різниці економічного ефекту, який споживач отримує в результаті впровадження ПП та витрат на його використання.

Послідовність кроків процесу ТЕП ПП у межах етапу 2 графічно зображена на рис. 4.

Для визначення оптимального рівня ціни ПП, який би знаходився в межах зони узгодження інтересів сторін (див. рис. 3) та був адекватним ринковим умовам, необхідне врахування показників якості ПП та рівня цін конкурентів.

Крок 2.1 "Визначення витрат виробника на розробку ПП" становить процес розрахунку суми, необхідної для розробки ПП, який тісно пов'язаний з етапами процесу життєвого циклу ПП.



Рис. 4. Послідовність кроків процесу визначення ТЕП ПП

На кроці 2.2 "Визначення нижньої межі ціни ПП" встановлюється мінімальна ціна ПП, яка для підприємства-розробника є сумою витрат на розробку ПП, тобто:

$$P_{III}^H = \sum_{t=t_{PP}}^n \frac{I_{pt}}{\alpha_t} / v \quad (1)$$

де P_{III}^H — ціна ПП з точки зору розробника (нижня межа ціни ПП);

I_{pt} — витрати розробника ПП;

α_t — коефіцієнт зведення;

n — кількість років (місяців) розробки ПП;

t_{PP} — період початку розробки ПП;

v — кількість екземплярів ПП, призначених для продажу.

$$\alpha_t = (1 + k_d)^{t-t_0} \quad (2)$$

де t_0 — розрахунковий рік (місяць);

t — рік, витрати якого зводяться до розрахункового року;

k_d — коефіцієнт дисконтування, який дорівнює середньому значенню відсоткової ставки на ринку капіталу країни.

На практиці, як правило, рівень ціни, що встановлюється розробником ПП, значною мірою відхиляється від рівня витрат. Залежно від цілей підприємства-розробника, ціна може бути встановлена з урахуванням або без урахування прибутку. Інколи ПП розповсюджується навіть безкоштовно. У випадку визначення ціни ПП розробником за витратним методом її рівень може бути встановлений наступним чином:

$$P_{III}^p = \left[(1 + \Pi / 100) \sum_{t=t_{PP}}^n \frac{I_{pt}}{\alpha_t} \right] / v \quad (3)$$

де P_{III}^p — ціна ПП, визначена розробником ПП за витратним методом;

Π — рівень прибутку підприємства-розробника ПП, %.

Крок 2.3 "Оцінка економічного ефекту від використання ПП" призначений для подальшого розрахунку витрат споживача на експлуатацію ПП (крок 2.4) й верхньої межі ціни ПП.

На кроці 2.5 "Встановлення рівня верхньої межі ціни ПП" визначається максимальний рівень ціни з точки зору споживача ПП, що дорівнює різниці ефекту, який споживач отримує в результаті використання ПП, та витрат на використання ПП, тобто:

$$P_{III}^B = \sum_{t=1}^T \frac{(CF_t - I_{СПt})}{\alpha_t} - I_{0СП}, \quad (4)$$

де P_{III}^B — ціна ПП з точки зору споживача (верхня межа ціни ПП);

$t_{ПЕ}$ — період початку експлуатації ПП;

T — період окупності витрат на використання ПП;

CF_t — грошові надходження від використання ПП за період t , грн.;

$I_{СПt}, I_{0СП}$ — поточні витрати на експлуатацію ПП за період

t та одноразові (фіксовані) витрати на впровадження ПП відповідно, грн.

Визначення лише економічного ефекту від використання ПП недостатньо для встановлення ціни ПП, адекватної ринковим умовам, через необхідність врахування якості програмного продукту та цін конкурентів. Для більшості видів ПП кількісне визначення економічного ефекту від використання ускладнене через неочевидність ефектів та складність їх виділення з загальної суми ефектів виробництва. Окрім того, утворення ефекту у споживача обмежує доступність інформації, необхідної для розрахунків. Перелічені недоліки можуть бути компенсовані шляхом визначення ефективності використання ПП чи шляхом оцінки рівня його якості.

Крок 2.6 "Визначення ефективності використання ПП на основі встановлення рівня його якості" призначений для визначення комплексного показника якості ПП. При визначенні комплексного показника якості ПП повинні бути враховані такі показники ПП, як ступінь ринкової новизни, іміджеві показники (популярність торгової марки тощо).

Показники якості ПП визначаються на базі функціональних та конструктивних характеристик якості ПП [3]. Конструктивні характеристики якості стандартизовані (ISO/IEC 9126:2003 (1-4)). Згідно зі стандартом ISO/IEC 9126:2003 (1-4), зовнішня якість — ступінь, в якому ПП задовольняє встановленим та тим, що припускаються, вимогам, коли ПП використовується в специфічних умовах [3]. Номенклатура *конструктивних* характеристик якості може бути уніфікована, адаптована та використана для опису решти стандартизованих характеристик якості. Згідно зі стандартом до головних конструктивних характеристик ПП належать: функціональність, надійність, ефективність, ремонтпридатність, мобільність, зручність у роботі (простота). Питання формування переліку *функціональних* характеристик якості, склад яких важко уніфікувати і можливо групувати тільки за класами ПП, недостатньо розроблене та потребує подальших досліджень.

Залежність можливості визначення економічної ефективності використання ПП та точності оцінки від виду (призначення) ПП пояснюється специфічністю ПП як засобу виробництва. Складності при кількісному визначенні ефективності використання ПП, який підвищує рівень зручності роботи (офісні ПП, навчальні програми), загальновідомі.

На кроці 2.7 "Розрахунок рівня ціни ПП, адекватного ринковим умовам" на основі розрахунку комплексного показника якості ПП встановлюється оптимальна ціна ПП, яка повинна відповідати ринковим умовам. Ціна виступає головним чинником, що впливає на рівень витрат, від котрих, у свою чергу, залежить рівень якості ПП, що демонструє залежність: рівень якості → витрати ресурсів → ціна ПП.

Відповідність ринковим умовам багато в чому визначається зіставленням рівня встановленої ціни з цінами конкурентів. Рівень ціни ПП може бути розрахований на основі комплексного показника якості ПП шляхом визначення середньої ціни одного бала ПП-аналогів:

$$P_{III} = (1 + R) K_H \sum_{i=1}^n \frac{P_i}{K_i} / n, \quad (5)$$

де P_{III} — ціна нового програмного продукту;

K_H — комплексний показник якості нового ПП (ПП, який має бути розроблений);

P_i — ціна i -го аналога програмного продукту;

K_i — комплексний показник якості i -го аналога програмного продукту;

n — кількість програмних продуктів-аналогів.

R — коефіцієнт ризику, який враховує частку нелегальних (неліцензійних) ПП на ринку та визначається зі співвідношення:

$$R = Q_H / Q, \quad (6)$$

де Q_H — кількість нелегальних ПП подібного призначення на ринку;

Q — загальна кількість ПП даного типу (призначення).

Методика оцінки рівня значимості показників якості та рівня якості ПП запропонована в роботі [13].

Крок 2.8 "Перевірка відповідності встановленого рівня ціни обмеженням верхньої та нижньої межі ціни ПП" полягає у зіставленні встановленого рівня ціни ПП з максимальним та мінімальним її рівнями та коригуванні ціни в разі невідповідності обмеженням.

Величина ціни ПП, яка враховує інтереси розробника та споживача, повинна знаходитися в межах (зона врахування інтересів сторін (див. рис. 3):

$$P_{III}^B < P_{III} < P_{III}^H. \quad (7)$$

Послідовність дій, які проводяться на етапі 3 "Прийняття управлінських рішень щодо доцільності розробки ПП та формування комплексу маркетингу", ґрунтуються на використанні інформації, отриманій шляхом визначення ТЕП ПП, що дозволяє підвищити ступінь обґрунтованості рішень, які приймаються, та сприятиме підвищенню точності прогнозованої оцінки ТЕП ПП.

Підхід до формування складу техніко-економічних показників ПП, який пропонується, дозволяє враховувати, на відміну від інших підходів, не тільки технологічні, а й економічні показники та показники якості ПП.

Удосконалений механізм формування ТЕП ПП становить сукупність методів, принципів та послідовність дій, що сприятимуть створенню конкурентоспроможних ПП, підвищенню обґрунтованості управлінських рішень щодо доцільності розробки ПП, формуванню ефективного комплексу маркетингу підприємства — розробника ПП та найбільш повному досягненню стратегічних цілей підприємства-розробника ПП.

Подальшого дослідження потребує питання розрахунку економічної ефективності створення та використання ПП, а також кількісної оцінки величини економічного ефекту від експлуатації програмного продукту.

Література: 1. Dromey R. G. A model for software product quality // IEEE transactions on software engineering. — 1995. — Vol.21. — №2. — P. 146 — 162. 2. Макарова Т. В. Методы оценки программных продуктов с использованием компьютерных технологий. Автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05. — Российский Государственный институт интеллектуальной собственности. — М.: 2000. — 17 с. 3. Липаев В. В. Методы обеспечения качества крупномасштабных программных средств. — М.: СИИ-ТЕГ, 2003. — 510 с. 4. Фатрелл Р. Т. Управление программными проектами: достижение оптимального качества при минимуме затрат. Пер. с англ. / Р. Т. Фатрелл, Д. Ф. Шафер — М.: Изд. дом "Вильямс", 2002. — 1136 с. 5. Boehm, Barry W. Software cost estimation with COCOMO II. — Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 2000. — 334 p. 6. Putnam L. H., Myers W. Measures for excellence: reliable software on time, within budget. — Englewood Cliffs, NJ: Yourdon Press, 1992. — 265 p. 7. Jones C. Programming productivity. — McGraw-Hill Inc., New York, 1986. — 542 p.

8. Putnam L. H. A general empirical solution to the Macro Software sizing and estimation problem // IEEE Transactions for the software engineering. — SE-4(4). — 1978. — P. 345 — 361. 9. Albrecht A. J., Gaffney J. E. Software Functions, Source Lines of Code, and Development Effort Prediction // A Software Science Validation — IEEE Transactions on Software Engineering. — 1983. — №6. — P. 48 — 54. 10. Johnes C. A short history of function points and feature points / Cambridge, Massachusetts: Software productivity research, Inc. — 1988. — 45 p. 11. Banker D. Automation output size and reuse metrics in a repository-based case environment // IEEE Transactions for the software engineering. — SE-4(4). — 1994. — №4 — P. 169 — 186. 12. Толста О. О. Оцінка привабливості сегмента ринку збуту програмного забезпечення методом аналізу ієрархій // 36. наук. праць "Економіка: проблеми теорії та практики". Т. 4. — Дніпропетровськ: ДНУ. — 2005. — №209. — С. 892 — 900. 13. Толста О. О. Оцінка рівня якості програмних продуктів // 36. наукових праць "Економіка: проблеми теорії та практики". Т. 1 — Дніпропетровськ: ДНУ. — 2005. — №210. — С. 103 — 111. 14. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. — СПб.: Наука, 1996. — 462 с.

Стаття надійшла до редакції
4.04.2006 р.

УДК 339.92

Ніколаєва А. Ю.

РОЛЬ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ У ФОРМУВАННІ ПОРІВНЯЛЬНИХ ПЕРЕВАГ ПРИЙМАЮЧОЇ КРАЇНИ

The article touches upon the peculiarities of participation of the countries of Central and Eastern Europe in transnationalization on the example of Poland and Hungary. The great attention is paid to the analyses of the ways of TNC's presence on the market and the definition of the role of foreign affiliates in creating the comparative advantages of host economies on the world market.

Інтеграція країн Центральної та Східної Європи (ЦСЄ) у світогосподарську систему – це довгий та складний процес, який досягнув нового етапу у зв'язку зі вступом у травні 2004 року восьми країн даного регіону до Європейського Союзу. Для цих країн – нових членів ЄС – залучення іноземного капіталу та розвиток вітчизняних транснаціональних корпорацій (ТНК) стало важливим фактором реструктуризації народного господарства, підвищення конкурентоспроможності економіки та визначення власного місця у міжнародному розподілі праці (МРП).

Актуальність та практичне значення оцінки ролі транснаціональних корпорацій у формуванні порівняльних переваг країн ЦСЄ полягають у тому, що результати дослідження дозволять сформулювати цілісне уявлення про наслідки процесу транснаціоналізації для приймаючої країни та взяти їх до уваги при розробці науково обґрунтованої стратегії транснаціоналізації економіки України.

Метою даної статті є визначення ролі ТНК у формуванні порівняльних переваг приймаючої країни на прикладі Польщі та Угорщини.

Для досягнення поставленої мети необхідне вирішення наступних завдань: визначити роль Польщі та Угорщини в процесах міжнародного руху прямих іноземних інвестицій (ПІІ);

проаналізувати способи оцінки присутності ТНК на ринку приймаючими країнами; оцінити ступінь залучення ТНК до національних економік; виявити роль іноземних підрозділів ТНК у формуванні переваг цих країн на міжнародному ринку.

Питання іноземного інвестування економік ЦСЄ розглядають у своїх дослідженнях вітчизняні та іноземні науковці, наприклад, Б. Шлюсарчик, Б. Дурка, Н. Нікулін, І. Бойко, але цілісного, узагальненого підходу до визначення транснаціональних корпорацій як особливих суб'єктів господарювання у формуванні експортних можливостей цих країн досі немає.

Починаючи з середини 1990-х років потоки залучення іноземного капіталу в країни ЦСЄ значно збільшилися, що сприяло їх інтеграції до світової економіки. Частка цих країн у світових потоках залучених ПІІ у 1990 році не дорівнювала й одному відсотку, а саме – 0,46%, у 1995 році цей показник досягнув 4,5%. До 2000 року він знизився до 1,97% у зв'язку з активізацією злиттів та поглинання між підприємствами розвинених країн, а потім знову зріс до 3,22% у 2001 році. Серед країн ЦСЄ у 2004 році лідирували за обсягами залучених ПІІ в абсолютному вимірюванні Російська Федерація, Румунія, Польща, Чехія, Угорщина, Болгарія, Хорватія, Україна, Словаччина та Сербія [1, с. 303 – 307]. Але для визначення країн, які залучили значні інвестиції за весь період трансформації у результаті реалізації ефективної економічної політики, а не завдяки територіальним масштабам, доцільно їх класифікувати за таким показником, як обсяг залучених ПІІ в розрахунку на одного мешканця країни. Так, на основі даних про загальний обсяг накопичених ПІІ країнами ЦСЄ [1, с. 303 – 306] та інформації про кількість населення [2, с. 316 – 321] було проведено групування країн з використанням нерівних інтервалів у зв'язку зі значною варіацією розрахованих показників (таблиця).

Таблиця

Розподіл країн Центральної та Східної Європи за обсягом накопичених ПІІ на душу населення у 2004 році, дол.

№ з/п	Обсяг накопичених ПІІ на душу населення, дол.	Країни
1	До 500	Албанія, Боснія та Герцеговина, Сербія, Білорусь, Республіка Молдова, Україна
2	500 — 1000	Болгарія, Македонія, Румунія, Росія
3	1000 — 3000	Латвія, Литва, Польща, Словаччина, Словенія, Хорватія
4	Більше 3000	Чехія, Естонія, Угорщина

Саме з третьої та четвертої груп, до яких входять країни — члени ЄС (крім Хорватії), було обрано для детального аналізу особливостей функціонування ТНК дві — Угорщину та Польщу.

Транснаціональні корпорації як важливі суб'єкти міжнародних економічних відносин посідають значне місце серед іноземних інвесторів, у тому числі і в країнах ЦСЄ. Виникає практичне питання: як оцінити присутність ТНК на ринку приймаючої країни, для того щоб у подальшому аналізувати їх роль у національній економіці. Все залежить від методологічних принципів, які покладено в основу при визначенні ТНК. Одні дослідники серед основних ознак віднесення до ТНК виділяють високий рівень концентрації виробництва та капіталу, який дозволяє здійснювати істотний вплив на динаміку світового виробництва, обігу та світові ціни. ООН визначає ТНК як компанію, що включає виробничі одиниці у двох або більше країнах, незалежно від юридичної форми та сфери діяльності, яка проводить узгоджену політику й здійснює загальну стратегію, в котрій окремі одиниці пов'язані за допомогою відносин власності або будь-яким іншим способом так, що одна або більше з них можуть впливати на діяльність інших та розподіляти знання, ресурси й відповідальність з іншими. Таке визначення було зроблено Центром ООН з ТНК у 1983 році та застосовується при оцінці діяльності ТНК у світовому господарстві в аналітичних оглядах, що періодично здійснюються цією організацією.

Але за таким визначенням дуже важко виявляти компанії, що відносяться до ТНК. Отже, на практиці у країнах ЦСЄ статистичні комітети відокремлюють підприємства з ПІІ, критерієм віднесення до яких є перебування 10% акціонерного капіталу в іноземній власності. За таким підходом у 2003 році в Угорщині налічувалося 26 793 підрозділи ТНК, в Естонії – 2 858, у Словаччині – 2 128 [1, с. 263]. Але, на думку автора, цей критерій не дає можливості адекватно оцінити наявність саме ТНК, бо, наприклад, будь-яка компанія Великої Британії, яка придбала як мінімум 10% акціонерного капіталу підприємства приймаючої країни, вже вважається підрозділом ТНК. При цьому для англійської компанії це може бути одиничний випадок виходу на закордонний ринок. Так, за розрахунками ЮНКТАД у світі нараховується 70 тис. ТНК, які мають 690 тис. філіалів [1, с. 264]. Ряд експертів зазначають, що з цієї досить значної сукупності ТНК можуть бути повністю віднесені до розряду транснаціональних майже 1/10 від їх загального числа. Ще 1/10 від їх загальної чисельності близькі до того, щоб стати повноправними, "справжніми" ТНК.

При визначенні ТНК у національній економіці Польське агентство з іноземних інвестицій бере до уваги також обсяги здійснених прямих інвестицій. Вони відокремлюють тих іноземних інвесторів, які вклали в розвиток економіки більше 1 млн. дол. За їх розрахунками у 2000 році таких справжніх інвесторів було 906, у 2004 році – вже 1101 із 35 країн світу [3]. При цьому, за даними Центрального відділу статистики Польщі, який визначає підрозділи іноземних ТНК як компанії з часткою іноземної участі в акціонерному капіталі компанії не менше 50%, у 2000 році таких підрозділів налічувалося 4 339. Отже, якщо порівняти інформацію двох державних органів, то у 2000 році з усіх підприємств з іноземним капіталом, які функціонували у Польщі, тільки 21% можна віднести до ТНК.

Отже, у зв'язку з недостатністю інформації про ТНК, їх присутність можна оцінити тільки на основі даних про обсяг здійснених ПІІ, що й буде зроблено у даній статті.

Основними факторами інвестування у країни ЦСЄ за результатами опитувань 135 підрозділів ТНК, які здійснюють свою діяльність у цих країнах, є входження на ринок приймаючої країни, отримання доступу до нових ринків та дешевих факторів виробництва [4]. Прямі іноземні інвестиції у виробництво в країни ЦСЄ за обсягом перевищували сектор послуг до кінця 1990-х років, поки не відбулася лібералізація банківського та телекомунікаційного секторів економіки. На початку XXI століття ПІІ у виробничий сектор складала більше однієї третини всього інвестованого капіталу в Чехію, Угорщину, Польщу, Словаччину та Словенію.

Так, наприклад, у Польщі в період 1993 – 2004 рр. загальний накопичений обсяг інвестицій, за даними Національного Банку Польщі (на основі платежів), дорівнював 61 427 млн. дол. Але державне агентство з іноземних інвестицій оцінює приплив ПІІ за цей період у 84 477 млн. дол. [3]. У структурі накопиченого обсягу іноземних інвестицій виробництво та фінансове посередництво є основною сферою вкладання капіталу – відповідно 40% та 23% від загального обсягу, що можна побачити на рис. 1. У сфері промисловості пріоритетним було виробництво транспортного обладнання – 8,9% від усіх інвестицій, хімічна промисловість складала 6,2%, металургійна – 6,0% та електричне обладнання – 5,7%.

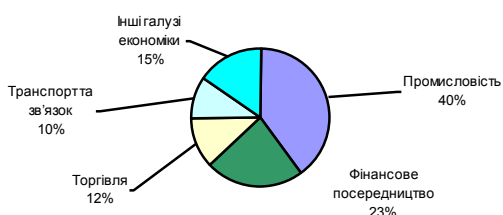


Рис. 1. Структура всіх залучених ПІІ в економіку Польщі в період 1993 – 2004 років

В Угорщині, яка є лідером у Центральній Європі у сфері реформування промислової структури, накопичений обсяг ПІІ за весь період трансформації до 2004 року досяг 60 328 млн. дол. [1, с. 308]. За останнє десятиріччя були "згорнуті" неефективні, застарілі напрямки виробництва та замінені новими, експортно-орієнтованими (автомобілебудування, виробництво електронно-обчислювальної техніки, побутової електроніки тощо).

Але слід зауважити, що, за оцінками експертів, стратегія транснаціональних корпорацій у країнах ЦСЄ полягає у використанні вже зрілих технологій для постачання успішних товарів на місцеві ринки: 87,9% респондентів (135 підрозділів ТНК), які оперують в країнах ЦСЄ, зазначили, що "головним" джерелом технології є вже існуюча технологія, яка запроваджується підрозділами ТНК при виробництві продукції у приймаючих країнах. При оцінці такого джерела технології, як "проведення НДДКР у філіалах, що розташовані в країнах ЦСЄ", жоден з респондентів не визначив його як "головний", лише 16,1% вважають, що це джерело є другорядним [4, с. 27]. Така стратегія ведення бізнесу ТНК призводить до згортання наукових досліджень всередині приймаючої країни та переносу НДДКР в основному до тих країн, у яких розташовані їх головні компанії.

Велику роль відіграють закордонні підрозділи ТНК у зростанні експорту приймаючих країн ЦСЄ. Так, більш висока конкурентоспроможність підприємств з іноземним капіталом у Польщі призвела до збільшення їх питомої ваги у зовнішній торгівлі. Частка підрозділів ТНК у польському експорті у 2002 році дорівнювала 53,6%, що у два рази більше ніж у 1994 році. У доходах від продажу компаній з іноземним капіталом збільшилася частка надходжень від експортної реалізації: з 13,2% у 1999 р. до 21,9% у 2002 р. Як зображено на рис. 2, питома вага експорту в доходах польських компаній знижувалася з 6,4% у 1999 р. до 6,2% у 2000 р. [5, с. 36], а потім знову почала зростати та досягла у 2002 р. 7,7% [6, с. 107].

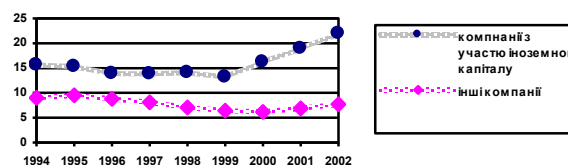


Рис. 2. Питома вага доходів від експорту в загальних доходах компаній у період з 1994 по 2002 рр.

Коефіцієнт покриття імпорту експортом досить високий у підприємств з польським капіталом – 78,5%, ніж у підприємств з іноземним капіталом – 66,8%. Тобто перевищення імпорту над експортом підприємств з іноземним капіталом у 2002 році дорівнювало 9 754,1 млн. дол., або 69,2% від загального дефіциту торговельного балансу. Так, наприклад, співвідношення імпорту та експорту за окремими продуктами можна простежити на рис. 3 [7, с. 34].



Рис. 3. Співвідношення польського експорту та імпорту деяких товарів у 2004 році, млн. дол.

Такий значний обсяг імпорту для виробництва електро- та механічного обладнання може бути пояснений тим, що основна частка обладнання, проміжних товарів та компонентів для підприємств з іноземним капіталом ввозиться з-за кордону. Іноді така політика використовується для того, щоб уникнути складностей у випадку неякісних поставок з боку національних виробників. Ця ж проблема спостерігається і в інших країнах ЦСЄ, але не тільки в галузі електрообладнання. У суднобудуванні, наприклад, застосовуються компоненти з країн ЄС, які відповідають західним стандартам, а саме: радарні системи, двигуни, технічні засоби інформаційного контролю та ін. [8, с. 81].

Внаслідок такої стратегії ТНК у Польщі дефіцит торговельного балансу виявив тенденцію до зростання. Якщо у 1992 р. він дорівнював 2,726 млн. дол., у 1998 р. – 18,825 млн. дол., а вже з 1998 р. він мав тенденцію до зниження аж до 2004 р., коли він становив 14,375 млн. дол. [7, с. 35]. Такий показник, як обсяг експорту на одного мешканця, у 2004 році дорівнював у Польщі 2 140 дол., що було значно нижче, ніж в Угорщині – 4 300 дол. і свідчило про неповністю реалізований потенціал експортних можливостей Польщі порівняно з іншими країнами ЦСЄ.

Угорщина в період ринкової трансформації змогла залучити іноземний капітал для вдосконалення структури власного експорту, яка аналогічна структурі експорту розвинених країн. Як можна побачити на рис. 4, частка електро- та механічного обладнання, транспортного обладнання у структурі загального експорту зросла від 36,3% до 59,8%, у той час як питома вага експорту сировини зменшилася з 7,7% до 4,2% [9, с. 53].

При цьому слід зазначити, що саме іноземний капітал відіграв значну роль у процесах удосконалення структури експорту Угорщини. У 2003 р. частка підприємств з іноземним капіталом у загальному експорті дорівнювала 80% [10, с. 48]. Вклад іноземних підприємств у створення ВВП постійно зростає від 15 – 16% у середині 1990-х рр. до 22% – у 2000 році та 23% – у 2003 р. Іноземна присутність найбільш висока у промисловості – 58% у 2003 році, а саме в таких галузях, як виробництво електричного й оптичного обладнання, транспортного обладнання та ін. [10, с. 43].

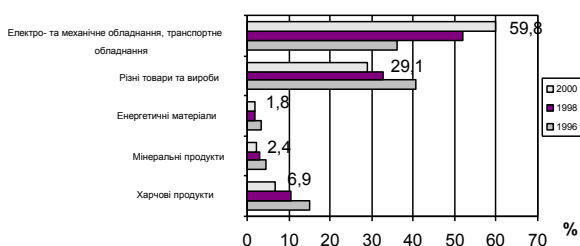


Рис. 4. Товарна структура експорту Угорщини в період 1996 – 2000 рр.

Але активна діяльність іноземних ТНК на внутрішньому ринку Угорщини викликає й зростання обсягів імпорту. Так, 75% загального імпорту до цієї країни забезпечується підприємствами з іноземним капіталом [10, с. 48]. Тому проблема торговельного балансу для Угорщини залишається актуальною, незважаючи на деякі зрушення в позитивному напрямку. У 2004 році дефіцит торговельного балансу дорівнював 8,7% від загального обсягу експорту. Цей показник був значно нижчий ніж у 2003 році (10,9%) та найнижчим у відносних показниках за останні 5 років.

У зв'язку з тим, що інтеграція іноземного та національного секторів залишається слабкою у приймаючих країнах ЦСЄ, національні компанії відстають за показниками ефективності, якості продукції та оплати праці від підприємств з іноземним капіталом. Так, наприклад, усупереч очевидному ефекту від передачі закордонних технологій та знань іноземними компаніями польським процес дозрівання останніх є надто повільним. Як зображено на рис. 5, продуктивність праці, що розраховується співвідношенням доходів на одного зайнятого, на підприємствах з іноземним капіталом у два рази вища [5, с. 33].

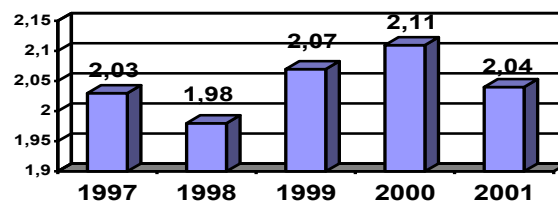


Рис. 5. Динаміка відносних показників порівняння доходів на одного робітника компаній з участю іноземного капіталу та національних підприємств у Польщі

Іншими словами, стратегія бізнесу ТНК призводить до згортання національної технологічної системи та сприяє формуванню залежності країни від технологічної системи закордонних, перш за все, західноєвропейських держав. Національні підприємства обирають закордонні джерела інновацій, а застарілі національні ресурси залишаються не зажаданими. Прикладні дослідження, які проводилися господарськими об'єднаннями в рамках соціалістичної системи, в умовах трансформації були частково або повністю зупинені. Про масштаби цієї проблеми свідчить також міжнародна статистика. У 2005 році Польща серед нових прийнятих членів ЄС займає найгірше місце (51) за індексом конкурентоспроможності, Угорщина – 39.

Отже, роль підрозділів ТНК виявилася дуже великою щодо вдосконалення порівняльних переваг Польщі та Угорщини у МРП. Про це свідчить те, що:

наявність ТНК на національних ринках сприяла зростанню вимог щодо конкурентоспроможності товарів та місцевих підприємств;

інвестиції ТНК сприяли формуванню більш ефективної структури експорту, зростанню питомої ваги високотехнологічних галузей промисловості з одночасним зменшенням частки експорту сировини;

діяльність ТНК сприяла розповсюдженню інформаційних і телекомунікаційних технологій, нових методів ведення бізнесу та ін.

Але при цьому важливо зазначити й ряд проблем, з якими зіткнулися дані країни у процесі транснаціоналізації:

іноземні інвестиції створили незначний мультиплікаційний ефект у приймаючих економіках, про що свідчить значна різниця між показниками продуктивності праці у підрозділах ТНК та місцевих підприємствах;

незважаючи на високу динаміку експорту, спостерігалась зовнішньоторговельна незбалансованість;

існує можливість занепаду сфери науки внаслідок опори на ТНК, як на основне джерело технологій.

Серед можливих шляхів вирішення таких проблем може бути проведення ефективної промислової політики, яка б дозволила східноєвропейським країнам наздогнати західних партнерів з ЄС та одночасно запобігти виникненню залежності від ТНК. Звичайно, особливі зусилля потрібно приділити відтворенню науково-технічного потенціалу цих країн. В останні роки нові країни ЄС активізували діяльність у сфері стимулювання національної промислової та інноваційної політики. У зв'язку з цим подальші дослідження автора будуть спрямовані на детальний аналіз засобів економічної політики зі стимулювання розвитку високотехнологічних виробництв у країнах ЦСЄ. Таке дослідження стане необхідним для проведення виваженої стратегії транснаціоналізації в Україні, формування ефективного механізму взаємодійосин національної економіки та транснаціональних корпорацій.

Література: 1. World Investment Report 2005: Transnational Corporations and the Internationalization of R&D. – N. Y. & Geneva. – 2005. – 348 p. 2. UNCTAD handbook of statistics. – N. Y. &

Geneva. – 2005. – 468 p. 3. Foreign investment state agency. February 2006. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.paiz.gov.pl>. 4. Manea J. Industrial restructuring in economies in transition and TNC's investment motivations // *Transnational Corporations*. – Vol. 13. – No. 2. – P. 20 – 28. 5. Дурка Б. Роль прямих іноземних інвестицій в підвищенні конкурентоспособності польської економіки // *Економічний часопис* — XXI. – 2003. – №9. – С. 32 – 36. 6. Шлюсарчик Б. Прямі іноземні інвестиції як фактор формування компаративної переваги: питання теорії та практики (на прикладі Польщі) // *Академічний огляд*. – 2004. – №1. – С. 103 – 109. 7. Report on foreign trade of Poland. Warsaw: Ministry of economic affairs and labour, 2005. – 68 p. 8. Бойко І. Перспективи інноваційного розвитку східно-європейських країн // *Економіст*. – 2005. – №2. – С. 78 – 83. 9. Antalóczy K. Greenfield investments in Hungary: are they different from privatization FDI? // *Transnational Corporations*. – Vol. 10. – №. 3. – С. 39 – 55. 10. Hungary – 2004. – Budapest: Hungarian statistical office. 2005. – 76 p.

*Стаття надійшла до редакції
4.04.2006 р.*

УДК 658.012

Ушкальов В. В.

УПРАВЛІННЯ ЕМОЦІЙНИМИ ПОТОКАМИ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

In the article the necessity of management by the emotional flows in the organization with the purpose of increasing its efficiency of the activity is grounded. The notion "emotional flows in the organization" is defined as well as the essence and the approaches to the choice of the methods of management by the emotional flows in organization are formulated.

Функціонування підприємства в сучасних умовах характеризується значною різноманітністю та динамізмом виробничих завдань, частою зміною умов праці, існуванням індивідуальних відмінностей працівників. Використання останніх значною мірою обумовлює успішність та конкурентоспроможність організації внаслідок існування синергетичного ефекту на рівні індивідуальностей, які створюють унікальність та забезпечують лідерство при інших рівних економічних передумовах.

У процесі трудової діяльності людина не залишається незмінною: під впливом зовнішнього середовища, вікових процесів, інформації та інтеракцій всередині організації відбуваються зміни в емоційно-вольовій та ціннісно-мотиваційній сферах працівника. Водночас, від рівня емоційного функціонування працівника залежить не тільки його особиста ефективність і працездатність, а й здатність до ефективного взаємодії, існування якої й обумовлює можливість синергетичного ефекту.

І якщо мотивація людини вже досить давно досліджується й використовується в менеджменті, то емоційна сфера, яка ґрунтовно досліджена психологією, психофізіологією, педагогікою, ергономікою та яка є базисом мотивації й складає енергетичну основу будь-якої діяльності, на сьогодні фахівцями з менеджменту використовується недостатньо.

Актуальність дослідження також обумовлюється тим, що особливістю національного менталітету є висока емоційність, яка проявляється переважною роллю емоцій під час прийняття

рішень. З цим явищем тісно пов'язана проблема обрання методів ефективного впливу на людину. Емоції — еволюційно більш ранній механізм регуляції поведінки, ніж розум. Широко розповсюджені методи переконання значно поступаються в ефективності методам непрямиго впливу, основою яких є вплив саме на емоційну сферу.

Отже, існує нагальна потреба в управлінні емоціями всередині організації, але відсутній методологічний апарат, який дозволяв би здійснювати такий цілеспрямований вплив. Все це вимагає розробки механізмів управління емоційними потоками в організації, що дало б змогу гнучко використовувати індивідуальний емоційний потенціал робітника відповідно до нових потреб організації та виробництва.

Управління емоціями всередині організації дозволяє: підвищити цінність організації для працівників, збільшити енергетичний потенціал колективу, позбутися зайвих особистісних енерговитрат, спрямувати енергію відповідних емоцій на виконання конкретних виробничих завдань, підвищити ефективність комунікацій, збільшити дієвість управлінського впливу, зменшити або подолати опір проходженню управлінської інформації, підвищити креативність, а також сприяє появі нових ключових компетенцій організації.

Динаміка та вплив індивідуальних особливостей на поведінку й ефективність діяльності людини досліджувались багатьма науковцями як в межах менеджменту, так і в суміжних галузях науки, зокрема, в психології, психофізіології, психології праці, ергономіки. В працях І. Павлова, Б. Теплова, В. Мерліна, Є. Ільїна, М. Фоллет, Е. Мейо, К. Левіна, Дж. Келлі, К. Ізарда, Ф. Лютенса, О. Ястремської, О. Головахи, Т. Кабаченко [1 – 7] та інших авторів були окреслені підходи до визначення та оцінки індивідуально-типових особливостей людини, що з певною часткою імовірності дозволяють прогнозувати особливості її поведінки, ефективність її діяльності і створити оптимальні для кожної людини умови, що сприяють такій ефективній діяльності. Втім, більшість дослідників акцентували свою увагу на соціально-психологічних аспектах прояву емоцій як складової взаємовідносин та мікроклімату в колективі, подолання конфліктності [3 – 5], або ж визначали характеристики оптимального функціонального чи ресурсного стану працівника [2; 4]. Отже, залишаються недослідженими методи та ефективність цілеспрямованого впливу на емоційні стани працівників з метою підвищення ефективності діяльності організації.

Мета статті полягає в обґрунтуванні необхідності управління емоційними потоками в організації для підвищення ефективності її діяльності, визначенні поняття "емоційні потоки в організації", а також формулюванні сутності та підходів до визначення методів управління емоційними потоками в організації.

Потреба розумно керувати своїми емоціями виникає в людині не тому, що її не влаштовує сам факт появи емоцій. Нормальній діяльності та спілкуванню рівною мірою перешкоджають і бурхливі некеровані переживання, і байдужність, і відсутність емоційного реагування.

Емоції дезорганізують ту діяльність, у зв'язку з якою вони виникли. Наприклад, страх, що виник з необхідністю перебороти небезпечну ділянку шляху, порушує або навіть паралізує рух до мети, а бурхлива радість із приводу успіху у творчій діяльності знижує творчий потенціал. Втім, порушуючи вихідну форму діяльності, емоції істотно полегшують перехід до нової, що дозволяє без коливань і сумнівів вирішити проблему, що виявилася складною для розуму. Так, страх зупиняє перед метою, яку важко досягнути, але додає сил і енергії для уникнення небезпек, що чекають на шляху до неї; гнів дозволяє подолати перешкоди, що не виходить розумно обійти; радість дає можливість задовольнитися тим, що вже є, стримуючи від нескінченної гонки за всім, чого ще немає.

Емоції — це психічне відображення у формі безпосереднього пристрасного переживання життєвого смислу явищ і ситуацій, зумовленого відношенням їх об'єктивних властивостей до потреб суб'єкта [6]. Емоції становлять засіб, який дозволяє живим істотам визначати біологічну значимість станів організму та зовнішніх впливів. Це особливий клас суб'єктивних психологічних станів. Під час дії емоцій відбуваються зміни в діяльності

багатьох фізіологічних систем організму, тобто, дія емоцій тісно пов'язана з механізмами психофізіологічного регулювання.

Емоція — це переживання, що мотивує, організує та спрямовує сприйняття, мислення та дії людини [5].

Емоції передбачають процес, спрямований на задоволення потреби, мають прогностичний характер. Емоції виражають зміст ситуації для людини з погляду актуальної в даний момент потреби, значення для її задоволення майбутньої дії або діяльності. Емоційні потреби, на відміну від раціональних, спрямовані на досягнення соціальних і екологічних (у більшості суспільно-значимих) цілей і характеризують як ефективні, так і афективні дії, що полягають у досягненні певного суспільного становища [7]. Емоції можуть викликатися як реальними, так і уявленими ситуаціями.

Хоча наявність потреби є обов'язковою умовою виникнення емоції, вона не є єдиною і достатньою. Згідно з інформаційною теорією емоцій П. В. Симонова [6], емоція — це відображення мозком величини потреби й імовірності її задоволення в даний момент. Таким чином, існує залежність інтенсивності емоційної реакції від сили потреби і розмірів дефіциту або приросту прагматичної інформації, необхідної для досягнення мети (задоволення потреби). Отже, інформація є важливим інструментом впливу на характер емоціонального реагування людини та може бути використана в менеджменті для актуалізації певних емоцій, а отже, для впливу на мотиваційну сферу, активність та спрямованість діяльності працівника.

Емоції становлять для людей певну цінність. Люди цінують деякі свої емоції, а деяких хотіли б позбутися. Ті емоції, що мають позитивну цінність, люди прагнуть зберегти. Те, що служить джерелом цінних емоцій, також вважається цінним. Якщо організація є джерелом цінних емоцій, то її цінність для працівника підвищується.

Емоції несуть у собі певну інформацію. Наприклад, тривога і непевність свідчать про недостатність комунікацій, а образа і приниження — про помилки розподіленого лідерства. Взаємна ворожість — ознака неправильної організації взаємодії.

Емоції дають напрямок активності людини, є найважливішими мотивами діяльності або бездіяльності.

Існують класифікації емоцій за різними ознаками. Залежно від тривалості та інтенсивності переживань їх поділяють на власне емоції, почуття та афекти [6]. Забезпечення тривалості необхідної емоції у виробничій діяльності надає можливість збільшити продуктивність праці, а управління інтенсивністю емоцій — дозволяє оптимізувати міжособистісну комунікацію в організації та зменшити рівень плінності кадрів, пращити стан трудової дисципліни, скоротити втрати часу через соціально-трудоі конфлікти.

Залежно від виконуваних функцій емоції поділяють на негативні, які повідомляють, що ситуація людину не влаштує і її варто змінити, та позитивні, які підтверджують правильність обраного напрямку і заохочують досягнення визначених цілей [2, 5, 6]. Отже, використання позитивних емоцій в менеджменті дозволяє стимулювати дії, що є цінними для організації, підвищити рівень мотивації працівників, а негативних — застерегти працівника від небажаних дій.

Залежно від специфіки переживань та експресивних форм вираження розрізняють базові емоції: гнів, радість, смуток, подив, цікавість, відроза, жаж та інші [5; 6]. Своєчасне розпізнавання цих емоційних станів, використання та зміна дозволять знизити витрати на управління, підвищити рівень якості здійснення функцій управління, підвищити ефективність використання трудових ресурсів.

Емоції також розрізняються за інструментами, що в них містяться. Так, гнів надає здатність нападати не відволікаючись на безпеку, а жаж — здатність рятувати своє життя втечею. Функція подиву — інформувати про те, що отримана інформація не відповідає нашим припущенням. Функція страху — повідомляти нам про те, що нас підстерігає небезпека. Функція жаху — повідомляти нам про те, що небезпека дуже велика, ми її побороти не можемо і тому краще втекти або сховатися. Перелік функцій емоцій можна продовжити. Отже, емоції мають регулюючу цінність та можуть обумовлювати функціональний

стан працівника, з яким безпосередньо пов'язана продуктивність праці.

Запропоноване О. Сидоренко поняття "емоційний менеджмент" передбачає управління емоційними ресурсами в організації з метою підвищення її ефективності. Вона виділяє чотири ресурси емоцій, що можуть бути використані в менеджменті: енергетичний, ціннісний, інформаційний та мотиваційний [8]. Втім, емоції є дуже мінливим явищем, яке слід розглядати в динаміці. Тож підхід може бути корисним у менеджменті за умови визначення параметрів цих ресурсів у динаміці.

Так, для здійснення різних видів діяльності найбільш оптимальною може виявитися енергія різних емоцій: кропітка монотонна робота вимагає інших емоцій аніж робота, пов'язана зі швидким реагуванням. Мотиваційний ресурс емоцій також повинен регулюватися і використовуватися організацією. Менеджмент може регулювати і використовувати енергію, цінність, інформативність і мотивуючий потенціал емоцій для підвищення ефективності організації і підвищення надійності роботи. Але слід враховувати й постійні зміни в стані перелічених ресурсів, що потребує від менеджера постійного моніторингу емоційних процесів за чітко визначеними параметрами.

Щоб керувати людьми і досягати успіху в бізнесі, важливі не тільки розумові здібності, але й емоційний інтелект, або EQ (термін запропоновано Даніелем Гоулменом у 1995 р.): "Емоційний інтелект — це здатність людини витлумачувати власні емоції й емоції навколишніх для того, щоб використовувати отриману інформацію для реалізації власних цілей" [9]. Від нього залежить, наскільки людина вміє розуміти себе й інших, взаємодіяти з оточенням, приймати рішення. Однак, Д. Гоулмен зосередив свою увагу на розвитку здібностей менеджера інтерпретуючих емоційні прояви оточуючих, залишивши поза увагою пошуки шляхів ефективного впливу на емоційний стан останніх.

У західній культурі існує розповсюджене переконання, що відчуття не можна вільно змінювати і що емоції теж не піддаються зміні. Втім, неможливість довільного ефективного впливу на емоції інших людей заперечується безліччю прикладів здійснення такого впливу в сфері мистецтва та культури та сучасною психологічною наукою. Зважаючи на те, що ігнорувати існування емоцій в житті організації не можливо, а життєдіяльність людини (в тому числі й професійна) містить у собі низку емоційних переживань змінної інтенсивності, що є неперервними та такими, що здатні впливати на результативність діяльності, останні можуть бути представлені як об'єкт управління, а саме, як емоційний потік.

Емоційний потік — це сукупність емоцій працівників, що сприймається як єдине ціле, яка існує як процес на певному інтервалі часу в організації.

Сутністю управління емоційними потоками є вплив на емоційні стани працівників з метою їх регулювання в напрямі підвищення ефективності їх діяльності найбільш ефективним способом з точки зору витрат та задоволення їх особистісних емоційних потреб.

Методи аналізу та управління емоціями, що розроблені в психології та психофізіології можуть бути певною мірою пристосовані для вирішення окресленої проблеми (таблиця).

Таблиця

Методи управління емоційними потоками

№ з/п	Напряи управління емоційними потоками	Методи управління емоційними потоками
1	2	3
	Ініціювання емоційного потоку	Використання об'єктів чи явищ, що можуть викликати необхідну емоційну реакцію; актуалізація цінних для організації емоцій шляхом інформаційного впливу; використання ефекту "емоційного зараження"

Закінчення таблиці

1	2	3
	Зміна інтенсивності емоційного потоку	Зниження інтенсивності: розподіл емоцій шляхом збільшення інформації, необхідної для задоволення потреби; розподіл емоцій шляхом розширення кола спілкування; розподіл емоцій шляхом розширення кола емоційних (таких, що провокують емоційну реакцію) ситуацій. Підвищення інтенсивності: зосередження — концентрація уваги працівника на обмеженому колі процесів, що мають для нього найбільшу цінність; зосередження шляхом обмеження інформації зі звичних джерел
	Зміна напрямку емоційного потоку	Переключення емоційних потоків з емоційних ситуацій на нейтральні; переключення з реальних деструктивних емоцій на ілюзорні або соціально не значущі; переключення конструктивних емоцій з дрібниць, ілюзорних об'єктів на такі, що мають соціальну цінність
	Зміна якісного складу емоційного потоку	Зміна цінності емоційного потоку (включення до емоційного потоку інших емоцій, що мають різну цінність для організації); зміна інформативності емоційного потоку (шляхом інтерпретації емоційних проявів)
	Зміна супутніх параметрів емоційного потоку	Психофізіологічні методи впливу на емоційну сферу: відповідний музичний супровід виробничої діяльності; відповідне художнє оформлення приміщень; відповідне фізичне навантаження; аутотренінг та інші методики керування станом
	Припинення емоційного потоку	Нейтралізація дії деструктивних емоцій емоціями-інгібіторами; зміна середовища спілкування з одночасною зміною виробничих завдань (використання групової динаміки при створенні робочих груп)

Отже, ефективність діяльності в організації може бути підвищена за рахунок застосування в менеджменті системи дій, спрямованих на:

аналіз емоційних потоків з огляду на їх енергетичне значення для організації та використання наявної емоційної енергії працівників;

аналіз того, як організація може підвищити власну цінність завдяки керуванню емоційними потоками;
застосування інформаційних, інтерактивних та психофізіологічних технологій управління емоційними потоками в організації;

визначення інформативності та цінності конкретних емоцій в організації та з'ясування того, як вони можуть використовуватися в управлінні;

визначення інтенсивності та векторів емоційних потоків працівників і організації з метою їх подальшої гармонізації.

Подальші дослідження варто спрямувати на визначення оптимальної системи індикаторів емоційних потоків в організації та розробці ефективного інструментарію з управління ними.

Література: 1. Кабаченко Т. С. Психология в управлении человеческими ресурсами. — СПб.: Питер, 2003. — 400 с. 2. Ильин Е. П. Психофизиология состояний человека. — СПб.: Питер, 2005. — 412 с. 3. Thomas K. W. Toward Multidimensional Values in Teaching. The Example of Conflict Behaviors // Academy of Management Review, 1977, v. 2, P. 485 — 496. 4. Лютенс Ф. Организационное

поведение. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 282 с. 5. Изард К. Э. Психология эмоций. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с. 6. Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. — М.: Политиздат, 1985. — 431 с. 7. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади: Монографія. — Харьков: ВД "ІНЖЕК", 2004. — С. 68 – 69. 8. Сидоренко О. Тренінги емоціонального менеджмента "http:// www.arsenal-hr.ru" 9. Ильин Е. П. Психология индивидуальных различий. — СПб.: Питер, 2004. — 701 с. 10. Головаха Е. И. Психология человеческого взаимопонимания / Е. И. Головаха, Н. В. Панина // http://www. psyfactor. org/strah2.htm

Стаття надійшла до редакції
16.05.2006 р.

УДК 658.03:336.22

Мерхо Олександр

ПРОЦЕС ПЕРЕКЛАДАННЯ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЦІНОУТВОРЕННЯ

In the article the regularities of influence of the process of profits taxation of enterprises upon the formation of the product value of the enterprise that executes its activity under conditions of monopolistic competitiveness are considered.

Загально відомо, що сурова дійсність ринкової економіки вимагає від підприємств постійних перемог у конкурентній боротьбі. Але економічна наука ще не має вичерпної відповіді на питання про вплив податків на процес ціноутворення. Між тим саме цінова конкуренція відіграє провідну роль у боротьбі підприємства за доступ до ресурсів та ринків збуту продукції. Нижче розкривається механізм перекидання податку на прибуток та його вплив на процес формування ціни продукції підприємства, діючого в умовах монополістичної конкуренції.

Процес перекидання податків на науковому рівні першим почав досліджувати Д. Локк. Значний вклад у розробку цього питання зробили А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Ст. Міль, Н. Канар, П. Прудон, Ф. Ласаль, В. Твердохлібов, К. Рау, А. Вагнер, А. Маршалл, Г. Мейер, Панталеоне, Е. Селігман, А. Гарбергер, Х. Сін, а також Р. та П. Масгрейви. Незважаючи на таку пильну увагу до цього питання, К. Макконеллом і С. Брю [1] зауважують, що процес перекидання податку на прибуток залишається досить важливим об'єктом економічних дискусій.

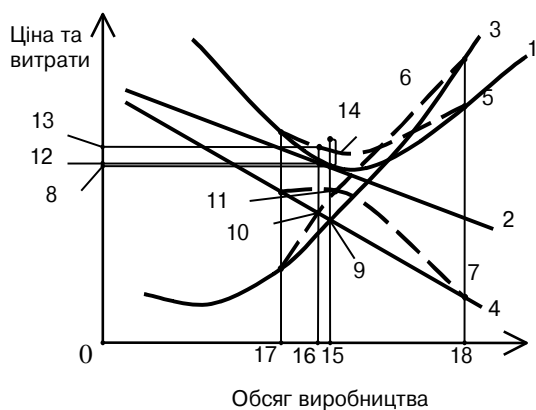
Розуміння принципів перекидання податку на прибуток вимагає передусім розуміння економічної сутності податку. Стосовно податку на прибуток підприємство можна зауважити, що реально його платником виступає не підприємство. Воно (підприємство) лише перераховує належну до сплати суму податку на користь держави, а дійсними носіями податку виступають власники його корпоративних прав [2].

Чинником, який значно впливає на процес перекидання податку, виступають особливості формування оптимальної ціни на продукцію підприємства за умов монополістичної конкуренції. Вихідним припущенням при цьому буде те, що "у довготерміновому плані фірма, що бере участь у монополістичній конкуренції, буде отримувати лише нормальний прибуток" [1, с. 563].

Дослідження слід розпочати з об'єму виробництва підприємством та ціни на продукцію, встановлених при досягненні

довгострокової рівноваги до ведення податку. Вибір принципів установлення ціни в довготерміновому періоді зумовлений природою податку на прибуток, оскільки він носить не "акордний" характер.

Базою для графоаналітичного дослідження процесу ціноутворення обрано графік, запропонований К. Макконнелом і С. Брю [1, с. 562]. Визначення рівноважної ціни (P) у довгостроковому періоді проілюстровано на рисунку.



Умовні позначення:

- | | |
|---|--|
| 1 — середні загальні витрати, ATC; | 12 — ціна продукції підприємства після введення податку та збільшення ціни (перекладання податку не в повному обсязі), P _t ; |
| 2 — крива попиту, D; | 13 — середні загальні витрати після введення податку, ATC _t ; |
| 3 — граничні витрати, MC; | 14 — величина підвищення ціни, необхідна для перекладання податку в повному обсязі, ΔP; |
| 4 — граничний дохід, MR; | 15 — початковий обсяг виробництва, Q; |
| 5 — середні загальні витрати після введення податку, ATC _t ; | 16 — обсяг виробництва на рівні рівноваги між граничними витратами та граничним доходом (MC _t = MR _t), Q _t ; |
| 6 — граничні витрати після введення податку, MC _t ; | 17, 18 — обсяги виробництва, на яких підприємство відповідно починає та перестає отримувати валовий прибуток, Q' _t , Q'' _t . |
| 7 — граничний дохід після збільшення ціни, MR _t ; | |
| 8 — початкова ціна на продукцію підприємства, P, P = ATC; | |
| 9 — точка рівноваги граничних витрат та граничного доходу до введення податку, MR = MC; | |
| 10 — точка рівноваги граничних витрат після введення податку та граничного доходу, MR _t = MC _t ; | |
| 11 — точка рівноваги граничних витрат після введення податку та граничного доходу, після збільшення ціни, MR' _t = MC' _t ; | |

Рис. Максимізація прибутку підприємства в довгостроковому періоді

Оптимальний об'єм виробництва, як і в умовах чистої конкуренції, встановиться для підприємства за умов дотримання рівноваги між граничними доходами та граничними витратами, $MR = MC$. Для дотримання такого співвідношення підприємству необхідно виробляти продукцію в обсязі Q. Максимальною ціною на продукцію підприємства при даному обсязі виробництва буде ціна P, яка дорівнює середнім загальним витратам (ATC).

З введенням податку на прибуток підприємств дохідність інвестованого капіталу в діяльність підприємства знизиться на величину, що відповідає ставці податку. Для підприємства введення податку призведе до збільшення величини явних витрат, а отже і до збільшення середніх загальних (крива MC_t) та граничних витрат (крива ATC_t).

Особливе значення для визначення впливу податку на процес формування рівноважної ціни на продукцію підприємства має момент виникнення додаткових витрат. З першого погляду, вони в даного підприємства не повинні виникнути взагалі [2]. Отже, при визначеному за правилом рівності граничного доходу та граничних витрат ($MR = MC$) оптимальному об'ємі виробництва (Q) розмір середніх загальних витрат дорівнює ціні продукції підприємства.

Збільшення витрат відбудеться через розбіжності економічного та податкового підходу до визначення витрат. Витрати, обчислені за податковими правилами [3], валові витрати включають до свого складу лише чітко визначені явні витрати. Сума валових витрат використовується для розрахунку бази оподаткування. З огляду на те, що величина валових витрат менша за величину економічних витрат, з'являється валовий прибуток, який і оподатковується.

Можна відмітити, що з введенням податку на прибуток відбудеться збільшення середніх загальних витрат ATC_t та граничних витрат MC_t . Збільшення останніх призведе до встановлення рівноваги між граничними витратами та граничним доходом ($MC_t = MR_t$) на іншому рівні (Q_t).

При цьому буде порушена рівновага ціни та середніх загальних витрат ($P = ATC$), різниця між ATC та P складе економічні збитки у короткотерміновому періоді, зменшення передусім торкнеться нормального прибутку. За таких умов було б можливо припустити зміну інтенсивності використання фіксованих потужностей, але якщо б це і дозволило отримати бажаного результату, він носив би короткостроковий характер. У довгостроковому плані підприємство повинно піти одним із наведених нижче шляхів: 1) відмовитися від виробництва цього продукту; 2) ліквідувати розрив між середніми загальними витратами (A) та ціною на продукцію (P): а) збільшити ціну на продукцію, яка продається; б) зменшити ціну на ресурси, які купують у сторонніх осіб.

У першому випадку відбудеться втеча від податку, при якому процес ціноутворення відсутній як такий, отже цей варіант лежить поза межами даного дослідження. Але його наслідки безпосередньо вплинуть на процес ціноутворення на інших підприємствах.

Другий випадок передбачає підвищення рентабельності підприємства. Це може відбутися не шляхом збільшення об'ємів діяльності, а за рахунок більшої ціни на продукцію, що продається, чи меншої ціни на ресурси, які купуються. Напрямок визначається під впливом принципів еластичного попиту [4]. Також можливе використання обох шляхів.

У статті розглянуто випадок, коли обрано шлях підвищення ціни на власну продукцію. Витрати, викликані податком, виникнуть у підприємства лише в діапазоні об'ємів виробництва між Q'_t , коли починається отримування валового прибутку, та Q''_t , коли величина визначеного за податковими правилами прибутку дорівнює нулю. Величина збільшення ціни необхідна для того, щоб знову встановилася економічна рівновага за умов збереження вихідних об'ємів виробництва; але вона не є постійною. Дана величина може бути розрахована за формулою (1.1) для ціни продукції без урахування податків з обороту, які обчислюються з вартості продукції:

$$\Delta P = PRT \times k_t, \quad (1)$$

де ΔP — величина підвищення ціни;

PRT — величина оподаткованого прибутку у складі ціни товару;

k_t — коефіцієнт податкового підвищення ціни, розраховується за формулою:

$$k_t = (1/(1-t_p)) - 1, \quad (2)$$

де t_p — ставка податку на прибуток, виражена десятковим дробом.

Для продукції, яка оподатковується податком з обороту, який обчислюється у процентному відношенні до ціни продукції, величина необхідного підвищення ціни може бути визначена за формулою (3):

$$\Delta P = PRT \times k_t \times (1 + t_{tur}) \quad (3)$$

де ΔP — величина підвищення ціни;

PRT — величина оподаткованого прибутку у складі ціни товару;

k_t — коефіцієнт податкового підвищення ціни;

t_{tur} — ставка податку з обороту, виражена десятковим дробом.

Збільшення ціни на величину ΔP може знову встановити рівновагу між граничним доходом та граничними витратами ($MR_t = MC_t$) й забезпечити отримання нормального прибутку.

Перекладання податку з підприємства на покупців продукції відбувається при зміні попиту на продукцію. Введення податку викликає в цілому в галузі короточасний період збитків, при виході деяких підприємств з ринку споживачі, стикаючись із скороченням пропозиції продуктів-замінників, підвищують попит на продукцію підприємств, які залишилися на ринку. При цьому відбувається не лише збільшення величини попиту, а й зсув кривої попиту. До такого ж висновку прийшов Д. Міль: "Витрати виробництва не мали б жодного впливу на конкурентну ціну, якщо б вони не впливали на пропозицію" [5].

В довготерміновому періоді ціна повинна збільшитися на величину, рівну ΔP , та знову почнет отримувати нормального прибутку. У короткотерміновому періоді відбувається пропорційний розподіл податкового тягаря між підприємством та покупцями продукції. Визначити ступінь розподілу податкового тягаря можна зіставивши значення величини підвищення ціни ΔP та $\Delta P'$, формула (4):

$$TI = \Delta P : \Delta P' \times 100\%, \quad (4)$$

де TI — ступінь перекладання податку на прибуток підприємств, у відсотках;

ΔP — величина підвищення ціни, для повного перекладання податку;

$\Delta P'$ — фактична величина підвищення ціни.

Таким чином, можна прийти до висновку, що чим більше збільшується попит на продукцію підприємства, тим у більшій мірі податок на прибуток підприємств буде перекладатися на покупців. Здатність перекладати податковий тягар прямо впливає на процес ціноутворення та величину зміни ціни.

Література: 1. Макконнелл К. А. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Пер. с 14-го англ. изд. / К. Л. Макконнелл, С. Л. Брю. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 972 с. 2. Бланкарт Ш. Державні фінанси в умовах демократії. Вступ до фінансової науки: Пер. з нім. — К.: Либідь, 2000. — 656 с. 3. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" від 28 грудня 1994 р. №335/94-ВР (зі змінами та доповненнями) // ЛІГА: ЗАКОН ENTERPRISE 7.7.20, ИФЦ "ЛІГА", ЛІГАБізнесІнформ, 2006. 4. Маршалл А. Принципы экономической науки: Пер. с англ. Т. I. — М.: Изд. группа "Прогресс", 1993. — 416 с. 5. Самуельсон П. Экономика: Пер. з англ. — Львів: Світ, 1993. — 496 с.

Стаття надійшла до редакції
18.05.2006 р.

УДК 338.45:621.311(477)

Шелегеда Б. Г.
Турбіна О. І.

ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНА СИСТЕМА УКРАЇНИ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ КРАЇНИ

In the article the approaches to the definition of the influence of the electric power upon the economical development of the country are improved, the peculiarities of the electric power systems, contemporary conditions, the problems and perspectives of the further development of the sphere are considered.

У сучасному науковому представленні електроенергетична система (ЕЕС) розглядається як одна із систем енергетики, що володіє рядом властивостей, найважливішими з яких є складність інтеграційних господарських зв'язків і висока динамічність розвитку. Енергетичний комплекс України тепер знаходиться в процесі складного переходу від цілком централізованого керування галуззю до роботи в ринкових умовах. Від надійного і постійного функціонування галузі значною мірою залежать темпи виходу України зі скрутного економічного становища й енергетична безпека держави. Стан енергетики має пріоритетне значення в порівнянні з іншими складовими економіки країни. Саме енергетика в розвинутих країнах домінує у формуванні параметрів економічного зростання. Здійснення економічних реформ в Україні приводить до економічного зростання в багатьох сферах господарства, що має потребу в створенні умов для підвищення ефективності діяльності підприємств паливно-електроенергетичного комплексу.

Теоретичні підходи до визначення значення і ролі електроенергетики широко висвітлювалися в роботах вчених у 70 – 80-х р. XX століття, а також у роботах Л. С. Беляєва [1], А. І. Амоши, С. В. Янко, Ю. П. Яценко [2] та ін. У наукових працях останніх років це питання практично не розглядалося, хоча за цей період відбулися значні зміни у всій економіці країни, трансформація до ринкових методів господарювання, а тому назріла необхідність дослідження впливу нових ринкових відносин на розвиток електроенергетики в сучасних умовах.

Метою даної статті є виявлення значення і ролі електроенергетики для економічного розвитку країни в нових умовах господарювання. Для цього необхідно визначити особливості галузі, її значення для всіх рівнів господарювання, основні функції та проблеми розвитку на сучасному етапі. Основним завданням електроенергетичної системи є централізоване безперебійне постачання електроенергією всіх сфер економіки й оперативно-диспетчерське регулювання процесу виробництва, передачі і розподілу енергії.

Електроенергетика є, насамперед, базовою галуззю паливно-енергетичного комплексу України. Ефективність функціонування і розвитку електроенергетики значною мірою визначає конкурентоспроможність вітчизняної економіки. Основні правові й організаційні принципи діяльності електроенергетики України визначені Законом України "Про електроенергетику" [3], нормативними актами Президента України, Кабінету Міністрів України, Національної комісії з регулювання електроенергетики України.

Електроенергетична система як частина енергосистеми становить сукупність електричних станцій і споживачів енергії, об'єднаних спільністю процесу виробництва, передачі, розподілу й споживання електроенергії, що працюють під єдиним диспетчерським

керуванням та зв'язані за допомогою магістральних, місцевих (локальних), міждержавних електричних і магістральних мереж. Електроенергетичні системи володіють специфічними фізико-технічними, економічними і соціальними властивостями. Ці властивості впливають на виробничий і економічний розвиток енергетики. Визначенню цих особливостей була приділена увага в роботах Л. С. Беляєва [1], В. С. Самсонова [4], Л. Д. Гительмана, Б. Е. Ратникова [5], Е. В. Гусаровой [6]. Тому, щоб з'ясувати значення ЕЕС для економіки в умовах ринку, необхідно виявити ті властивості, що впливають на розвиток економіки в цілому. Удосконалювання керування електроенергетикою і підвищення її ефективності повинне відбуватися з урахуванням цих властивостей, головними з яких є:

збіг у часі виробництва, передачі, розподілу і споживання енергії, коли в кожен момент часу повинно вироблятися електроенергії стільки, скільки споживається, тобто має забезпечуватися оптимальний баланс потужності ЕЕС;

нерівномірність споживання і виробництва електричної та теплової енергії протягом доби, місяця, року, що викликає необхідність мати в складі ЕЕС електростанції різних видів для покриття базисного, пікового і напівпікового навантажень, а також забезпечити централізоване оперативно-диспетчерське керування ЕЕС;

рівнобіжна (синхронна) робота всіх електростанцій (генераторів) ЕЕС, що викликає специфічні проблеми забезпечення стійкості роботи ЕЕС, особливо в аварійних ситуаціях;

територіальна роз'єднаність підприємств з виробництва і реалізації енергії, що обумовлює необхідність створення єдиної електроенергетичної системи країни, коли галузевою особливістю енергетики стає концентрація виробництва енергії на окремо взятих підприємствах і практично територіально обмежена потреба в ній;

необхідність забезпечення надійного і безперебійного енергопостачання споживачів, особливо у зв'язку із застосуванням електроенергії у всіх сферах діяльності суспільства. Порушення електропостачання, особливо несподівані, приносять споживачам збиток, що багаторазово перевищує вартість недопоставленої електроенергії, а це, у свою чергу, впливає на формування внутрішньогалузевої виробничої структури керування, заснованої на єдиному диспетчерському графіку роботи;

виробничий процес енергетики охоплює як сферу виробництва, так і сферу обертання. На відміну від галузей промисловості, де процес виробництва й реалізації продукції може бути відділений за часом, реалізація, як правило, здійснюється галузями не виробничої сфери на основі неподільного технологічного ланцюжка: виробництво — транспортування — розподіл — реалізація продукції — споживання;

тісний технологічний, організаційний і економічний взаємозв'язок між окремими енергетичними підрозділами, при якому єдність процесів виробництва й реалізації енергетичної продукції в одній галузі викликає необхідність у комплексному регулюванні як технологічних, так і економічних факторів;

специфічний транспорт електроенергії — проводами і кабелями. Ця властивість ЕЕС є винятково важливою. По-перше, вона є однією з причин формування єдиних електроенергетичних систем: нові споживачі і виробники електроенергії можуть з'явитися лише шляхом підключення їх до ЕЕС. По-друге, визначає територіальну обмеженість електроенергетичних систем: ЕЕС постачає електроенергією тільки тих споживачів, що приєднані до неї. Територіальна обмеженість ЕЕС обумовлює локальний (зональний, регіональний або міждержавний) характер ринків електроенергії;

неможливість акумулювання електроенергії в досить великих масштабах. Відсутність речовинної форми і неможливість створення запасу енергетичної продукції є досить істотним фактором, оскільки енергія — це продукт, що забезпечує життєдіяльність будь-якого суспільства.

Наведена характеристика основних властивостей ЕЕС свідчить про надзвичайну складність керування їхнім розвитком. Очевидно, що всі перераховані вище особливості електроенергетики впливають на формування галузі і визначають значення її в загальноекономічному розвитку країни. Техніко-економічні особливості енергетики відбиваються на виробничих та фінансових умовах розвитку, формуванні організаційних структур керування, характері регіональних, міжгалузевих і внутрішньовиробничих інтеграційних процесів.

Значення електроенергетики дуже велике для всієї економіки країни, оскільки вимагає особливої стабільності її функціонування, здатності реагування на будь-які коливання кон'юнктури ринків енергоресурсів. Виробничий процес у всіх галузях промисловості, у сільському господарстві, на транспорті й у житлово-комунальному господарстві пов'язаний з використанням різних енергетичних ресурсів. Неможливо представити розвинуту країну без ефективно функціонуючої енергетики.

Слід зазначити, що продукція електроенергетики є одним з основних ціноутворюючих факторів при виробництві всіх видів товарів і послуг, а тому від її ефективного функціонування залежать темпи розвитку сфери виробництва і сфери обертання економіки країни. У роботі [7] відзначено, що збільшення цін на продукцію паливно-енергетичного комплексу приводить до збільшення в структурі матеріальних витрат продукції базових галузей та зниження частини кінцевої продукції, включаючи високотехнологічну, і внаслідок цього підсилюється витратний характер виробництва. У країнах, що розвиваються, підвищення реальних цін на енергію призводить до більшого гальмування економічного зростання або навіть до спаду виробництва, що протидіє скороченню енергоємності [8].

Сьогодні багато розвинутих країн світу підвищують рівень розвитку шляхом раціонального використання наявних ресурсів, впровадження енергозберігаючих технологій, а не шляхом нарощування обсягів і темпів виробництва електроенергії. Рівень розвитку та функціонування енергетики країни характеризується, насамперед, енергоємністю ВВП. У розвинутих країнах світу рівень енергоємності в останні роки постійно знижувався. Розраховані дані за деякими країнами Європи наведені в табл. 1 [9].

Таблиця 1

Енергоємність у деяких країнах Європи (2000 р.)

Країна	ВВП, млрд. дол.	Споживання енергоресурсів, млн. т. у. п.	Населення, млн. люд.	Енергоємність ВВП, т. у. п./1000 дол.	Споживання енергії на душу населення, т. у. п./люд.
Італія	1 287,40	172,00	57,93	0,13	2,97
Данія	138,08	19,78	5,36	0,14	3,69
Японія	3315,66	510,36	125,86	0,15	4,05
Великобританія	1 293,48	235,16	59,79	0,18	4,00
Германія	1 922,03	351,09	82,34	0,18	4,26
Франція	1 394,53	265,57	60,91	0,19	4,36
Норвегія	123,59	26,61	4,51	0,22	5,90
Швеція	215,55	51,05	8,90	0,24	5,74
Україна	196,12	141,58	49,09	0,72	2,88

За даними IEA (International Energy Agency) 2000 р.

Україна має вдвічі більшу енергоємність ВВП у порівнянні з індустріально розвинутими країнами світу. На відміну від промисловості європейських країн, що приділяють значну увагу впровадженню енергозберігаючих технологій і витрачають на це величезні засоби, в нашій країні зношеність основних фондів підприємств досягає 60%, а з них морально застарілі — 95%. Через дуже низькі темпи відновлення цих фондів такий стан

у промисловості і служить причиною високої енергоємності цієї галузі та ВВП у цілому.

Електроенергетика має важливе соціальне значення. Воно полягає в постачанні продукції і наданні послуг нерентабельним, але соціально орієнтованим споживачам. На рівні народного господарства країни економічні та соціальні переваги електроенергії наочно виявляються в тісному кореляційному зв'язку між такими показниками, як виробництво валового національного (внутрішнього) продукту в розрахунку на душу населення і електроспоживання на одного жителя. Статистичні дані за різними країнами світу (табл. 1) свідчать про те, що в загальному випадку там, де вище душеве споживання або виробництво електроенергії, спостерігається і більш високий рівень економічного розвитку. Електроенергетика забезпечує всебічний науково-технічний прогрес у всіх галузях народного господарства, поліпшує умови праці, підвищує життєвий рівень населення. Рівень цін і тарифів на продукцію електроенергетики формує параметри платоспроможного попиту населення.

У господарському комплексі країни електроенергетика відіграє дуже важливу роль. Для виробництва електроенергії і теплоенергії використовується близько половини всього видобутого в країні й імпортованого первинного палива (вугілля, нафти, газу). Особливий статус електроенергетики обумовлений виконанням функції життєзабезпечення всіх галузей і сфер економіки та припускає наявність тісної взаємозалежності численних внутрішньогалузевих і міжгалузевих зв'язків. Значний вплив галузі на розвиток та розміщення продуктивних сил аргументовано твердою економічно обґрунтованою прив'язкою споживачів електроенергії (особливо великих) до її виробників. Таке розміщення призводить до появи енергонадлишкових регіонів, у яких виробництво електроенергії перевищує споживання, і енергодефіцитних регіонів, де виробництво електроенергії не покриває потреб в електроенергії.

Ступінь стійкості та стабільності розвитку підприємств електроенергетики характеризується терміном "енергетична безпека", під яким розуміється стан захищеності інтересів економічних суб'єктів, пов'язаних із забезпеченням необхідного рівня споживання різних видів енергії. Електроенергетика відіграє найважливішу роль в економічній і соціальній стабільності суспільства, істотно впливає на рівень життя й економічної безпеки країни. Тому стійкість економічної системи багато в чому визначається рівнем стабільності підприємств електроенергетики.

Основна соціально-суспільна функція електроенергетики як базової інфраструктури народного господарства полягає в наданні комплексу послуг щодо енергопостачання споживачам електричної і теплової енергії. Цей комплекс включає забезпечення поточного попиту на енергію; готовність до покриття перспективного попиту; надання супутніх послуг щодо підвищення ефективності використання енергії (технологічні, аудиторські, консалтингові й ін.).

ЕЕС мають тісні та різноманітні зв'язки не тільки з іншими системами енергетики, але і з усіма галузями економіки країни через паливопостачання електростанцій, вибір виду використовуваного енергоносія, вибір розміщення та виду технологічних процесів в енергоємних споживачів, через постачання машин і устаткування для спорудження електростанцій, електричних та теплових мереж. Разом з тим ЕЕС відрізняються численними розгалуженими внутрішніми господарськими зв'язками між елементами. Власне структура потужностей, що генерують, і мереж ЕЕС характеризується великою розмаїтістю: до складу ЕЕС входять електростанції, які відрізняються видом використовуваних енергоресурсів, типами і розмірами основного устаткування. Енергетичний потенціал країни в даний час складається з 44 теплових електростанцій (ТЕС), 8 гідроелектростанцій (ГЕС), 5 атомних електростанцій (АЕС) та ряду об'єктів нетрадиційної енергетики (11 вітроелектростанцій і кілька електростанцій з використанням сонячної енергії). Крім електростанцій, досить важливим елементом

електроенергетичних систем є енергетичні комунікації, насамперед, електричні мережі, включаючи лінії електропередачі (ЛЕП).

Основою електроенергетики України є Об'єднана енергетична система (ОЕС), що здійснює централізоване енергопостачання промисловості і населення України, яке взаємодіє з енергосистемами інших країн. Вона поєднує 8 обласних ЕЕС, пов'язаних між собою системоутворюючими магістральними і міждержавними лініями електропередачі (ЛЕП) напругою 220 — 750 кВ. [10].

ЕЕС відрізняються великою динамічністю розвитку, про що свідчать дані табл. 2, у якій наведені основні показники розвитку електроенергетики України за період з 1990 по 2005 р. [11]. Характерною рисою є зниження встановленої потужності електростанцій на 4,7% або на 2,6 ГВт, в основному за рахунок теплових (1,1 ГВт) і атомних електростанцій (2,0 ГВт). Загальна встановлена потужність 7-ми електрогенеруючих компаній — 52,0 ГВт. Обсяг виробництва електроенергії електростанціями, що входять в ОЕС України, складає 181,3 млрд. кВт/г. Як видно з табл. 2, у плані виробництва електроенергії 2001 р. був переломним. Якщо до цього обсяг виробництва скоротився майже на 43% (з 298,5 млрд. кВт/г у 1990 р. до 171,4 млрд. кВт/г у 2000 р.), то з 2001 р. спостерігається його збільшення.

Таблиця 2

Динаміка зміни основних показників розвитку електроенергетики України

Показники	Роки				
	1990	1995	2000	2003	2005
Встановлена потужність електростанцій, усього, млн. ГВт	55,6	53,9	52,8	52,6	52,0
У тому числі:					
гідроелектростанції, ГВт	4,7	4,7	4,7	4,8	4,7
теплові, ГВт	37,1	36,6	36,3	36,0	33,4
атомні, ГВт	13,8	12,6	11,8	11,8	13,8
Виробництво електроенергії, млрд. кВт/г	298,5	194,0	4	180,4	185,0
У тому числі:					
гідроелектростанції, млрд. кВт/г	10,7	10,2	11,5	9,4	12,4
теплові й ТЕЦ, млрд. кВт/г	211,6	113,3	82,6	89,5	83,8
атомні, млрд. кВт/г	76,2	70,5	77,3	81,4	88,8
Імпорт електроенергії, млрд. кВт/г	15,3	9,7	2,7	7,2	н/д
Експорт електроенергії, млрд. кВт/г	43,8	12,7	6,5	5,3	8,3

У структурі виробництва електроенергії в цей період відбулися корінні зміни (рисунок). Якщо в 1990 р. велика частина електроенергії вироблялася на ТЕС (70,89%), то в 2005 р. частка ТЕС складала вже менше половини загального виробництва електроенергії (45,3%). На зміну структури також вплинула зміна частки АЕС у загальному обсязі виробництва електричної енергії. За зазначений період частка виробництва електроенергії атомними станціями збільшилася на 22,47% і склала 48%. У структурі виробництва електроенергії також збільшилася частка ГЕС з 3,53% у 1990 р. до 6,7% у 2005 р.

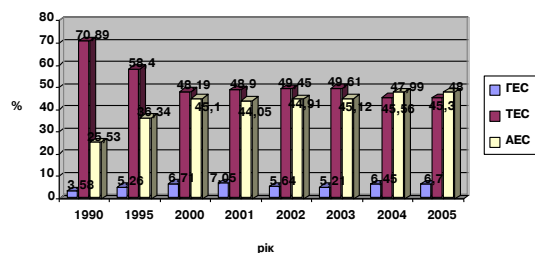


Рис. Структура виробництва електроенергії за ОЕС України за 1990 — 2005 рр.

У цілому найзначнішою зміною в структурі виробництва електричної енергії є зміна лідируючих позицій. Протягом 1990 — 2003 рр. основне навантаження з виробництва електроенергії несли ТЕС, а в 2004 р. велику частину електроенергії зробили АЕС. До 2005 р. виробництво електроенергії на ТЕС скоротилося майже в 2,5 раза.

Одночасно спостерігалось зростання загального енергоспоживання. Так, споживання електроенергії (брутто) у 2005 році склало 176 952,1 млн. кВт/г, що на 2 250,4 млн. кВт/г, або на 1,3% більше ніж у 2003 році. Промисловість при цьому займає ведуче місце серед галузей економіки по споживанню виробленої в країні електроенергії. На її частку припадає близько 57% від сумарного споживання електроенергії в народному господарстві (табл. 3).

Таблиця 3

Структура споживання електроенергії

Групи споживачів	Споживання в 2003 р., млн. кВт/г	Питома вага, %	Споживання в 2004 р., млн. кВт/г	Питома вага, %	Споживання в 2005 р., млн. кВт/г	Питома вага, %
Споживання електроенергії (брутто)	174701,7		176017,8		176952,1	
Споживання електроенергії (нетто), у тому числі	129093,5	100	135145,3	100	137825,4	100
1. Промисловість, у тому числі	73798,1	57,2	78302,8	57,9	77889,3	56,5
паливна	10476,5	8,1	10613,6	7,9	10287,7	7,5
металургійна	38907,8	30,1	41543,6	30,7	40801,4	29,6
хімічна і нафтохімічна	6744,8	5,2	7262,5	5,4	7433,8	5,4
машинобудівна	6754,9	5,2	7094,8	5,2	7025,4	5,1
інше	10914,1	8,5	11788,3	8,7	12341,0	8,9
2. Сільське господарство	3577,4	2,8	3241,5	2,4	3382,2	2,5
3. Транспорт	9282,9	7,2	9364,7	6,9	9228,4	6,7
4. Будівництво	775,6	0,6	888,7	0,7	948,7	0,7
5. Комунально-побутові споживачі	14118,1	10,9	14501,0	10,7	15268,9	11,1
6. Інші непром. споживачі	3895,3	3,0	4292,4	3,2	4713,1	3,4
7. Населення	23646,1	18,3	24554,2	18,2	26394,8	19,2

Характерною рисою електроенергетики України є те, що вона була сформована як складова частина паливно-енергетичного комплексу колишнього Радянського Союзу, що не повною мірою відповідає умовам функціонування енергетики в незалежній державі. У період ринкового реформування економіки України в електроенергетиці склалася ситуація, що характеризується такими проблемами:

високою часткою фізично зношених і морально застарілих основних фондів, що може призвести не тільки до обмеження електропостачання в окремих регіонах, а й до порушення цілісності ОЕС України;

низькою ефективністю використання енергоресурсів, що є наслідком високої енергоємності;

недосконалістю цінової і тарифної політики держави в енергетичній сфері, що не дозволяє забезпечувати реальне самофінансування поточної діяльності електроенергетики;

несформованістю конкурентного енергетичного ринку та відповідної ринкової інфраструктури тарифів на електроенергію; відсутністю мотивації енергозбереження;

неефективною податковою й амортизаційною політикою.

З огляду на це розроблено проект Енергетичної стратегії України на період до 2030 року та дальшу перспективу [11; 12]. Практично всі промислово розвинені країни, а також провідні країни, що проходять шлях від централізованої до ринкової економіки, вже досить давно розробили та періодично уточнюють свої енергетичні стратегії. Стратегічними цілями розвитку електроенергетичного комплексу України є його докорінна перебудова на основі новітніх технологій із забезпеченням маневреності, підвищення його енергетичної та економічної ефективності, забезпечення ринкових умов і екологічних вимог його функціонування, стале, надійне, безпечне, якісне й ефективне постачання електричної енергії галузям економіки та соціальній сфері країни.

Таким чином, значення й роль електроенергетичної системи в економічному розвитку країни полягає в наданні комплексу послуг з енергопостачання споживачів електричної і теплової енергії, рівень розвитку і функціонування якого визначає рівень розвитку всієї економіки, забезпечення всебічного науково-технічного прогресу в усіх галузях виробництва. Продукція електроенергетики є ціноутворюючим чинником при виробництві всіх видів товарів і послуг, а соціальне значення її полягає в постачанні та наданні послуг нерентабельним, але соціально орієнтованим споживачам.

У сучасних умовах стабільне й ефективне забезпечення потреб в електричній енергії, гармонічний розвиток енергетичної системи, підвищення рівня енергетичної ефективності, енергозбереження й енергетичної безпеки є головними напрямками розвитку української енергетики.

Література: 1. Беляев Л. С. Электроэнергетические системы и рынок в электроэнергетике // Энергия: экономика, техника, экология. — 2004. — №1. — С. 10 — 17. 2. Амоша А. И. Экономический механизм стратегии развития топливно-энергетического комплекса Украины / А. И. Амоша, С. В. Янко, Ю. П. Ященко, Н. С. Сургай. — Донецк, 2002. — 140 с. 3. Про електроенергетику: Закон України // Офіційний вісник України. — 1997. — №46. — С. 1. 4. Самсонов В. С. Экономика предприятий энергетического комплекса: Учеб. для вузов. — М.: Высшая школа, 2003. — 416 с. 5. Гительман Л. Д. Эффективная энергокомпания. Экономика. Менеджмент. Реформирование / Л. Д. Гительман, Б. Е. Ратников. — М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2002. — 544 с. 6. Гусарова Е. В. Экономика предприятий электрических сетей. Учебное пособие. — Хабаровск: ДВГУПС, 2000. — 132 с. 7. Приходько Т. Міжгалузевий баланс як метод визначення цінових та структурних деформацій в економіці України // Економіка і прогнозування. — 2000. — №1. 8. Суслов Н. И. Потребление энергии и ВВП: анализ соотношения в рыночных и переходных экономиках / Н. И. Суслов, С. Д. Агеева. — М.: EERC, 2005. — 56 с. 9. Энергетика Украины на шляху до європейської інтеграції / Під ред. А. І. Шевцова. — Дніпропетровськ: Національний інститут стратегічних досліджень, 2004. — 148 с. 10. Лушкин В. Энергетика Украины в начале 21 века // Энергетическая политика Украины. — 2003. — №7 — 8. — С. 12 — 13. 11. Министерство топлива и энергетики Украины // <http://www.mpe.energy.gov.ua>. 12. Степанов А. П. Разработка новой энергетической стратегии Украины / А. П. Степанов, В. Н. Емченко // Наук. зб. "Стратегія економічного розвитку України". — К.: КНЕУ. — 2001. — Вип. 6. — С. 3 — 23.

*Стаття надійшла до редакції
25.04.2006 р.*

УДК 004:330

**Мельник Л. Г.
Сотник О. Н.****ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ**

In the article the usage of information and communications technologies with the aim of socio-economical development of the country is considered.

Интенсивное развитие информационных технологий в современном мире приводит к тому, что информация приобретает главенствующее значение для экономического и социального прогресса. Переход к информационному обществу предполагает осуществление системных изменений в социальной, экономической, политической, правовой, культурной структуре общества. Развитие информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в информационном обществе приобретает определяющее значение и для социально-экономического развития.

Научные исследования показывают, что существует тесная связь между уровнем развития ИКТ и экономическим ростом государства. ИКТ предоставляют потенциально мощный механизм преобразования общественной жизни и роста мировой экономики. На самом базовом уровне они помогают организациям работать более продуктивно, повышая при этом их конкурентоспособность и производительность. ИКТ также способны расширить диапазон реализации социальных проектов и повысить их эффективность. Так, благодаря применению ИКТ, государство уже получило значительные выгоды в области здравоохранения, образования и охраны окружающей среды [1]. Развитие ИКТ и, в частности, Интернет-технологий привели к уменьшению затрат, связанных с географическим положением экономических субъектов. В результате существенно расширились возможности компаний в областях маркетинга, сбыта и закупок, а также стала возможной связь между покупателями, продавцами и поставщиками, разделенными большими расстояниями [2].

Однако для достижения положительных экономических и социальных результатов недостаточно иметь развитую техническую инфраструктуру. Необходимо наличие определенной стратегии в области телекоммуникационного сектора и конкурентной среды, которая способствует развитию рынка услуг и снижению цен.

В то время как экономисты продолжают спорить, влияет ли внедрение информационных и коммуникационных технологий на производительность труда, появляется все больше данных, которые убеждают, что инвестиции в ИКТ в совокупности со структурными преобразованиями могут приводить к значительному росту производительности труда. В частности, исследование, проведенное Организацией экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development, OECD), свидетельствует, что имеется очевидная положительная связь между использованием ИКТ и ростом производительности труда. Однако простое приобретение информационных технологий не является достаточным условием для получения экономических преимуществ. Существенное влияние на получение выгоды от использования ИКТ часто оказывают такие факторы, как правовая и нормативная среда, доступность необходимых трудовых ресурсов и умение ускорять организационные изменения [1].

Управлять любой социально-экономической системой можно лишь на основе адекватных количественных и качественных критериев. Именно они позволяют оценивать состояние системы,

анализировать динамику происходящих процессов, контролировать происходящие изменения и влиять на развитие системы. В условиях значительного изменения конфигурации базовых производительных сил и экономических отношений, ускорения происходящих общественных изменений, формирование основ информационного общества требует принципиально нового подхода и к разработке системы базовых социально-экономических показателей, которые часто называют индикаторами развития ИКТ.

Для того чтобы измерить и сравнить уровень развития информационного общества в каждой из стран мира, необходимо иметь четко определенную систему индикаторов.

Доступность к ИКТ и степень их использования являются ключевыми факторами общественного развития в информационном обществе. Наличие статистических данных об использовании и внедрении информационных технологий позволяет проводить мониторинг и оценку влияния ИКТ на социально-экономическое развитие.

ИКТ-индикаторами называют показатели, предоставляющие информацию об уровне доступности, внедрения и использования информационных и коммуникационных технологий в различных сферах общественной жизни.

Существующие системы ИКТ-индикаторов отражают три основных критерия: доступность информационных и коммуникационных технологий, умение их использовать и выгоды внедрения ИКТ. Одна из таких систем была разработана в рамках глобального Сотрудничества по вопросам измерения ИКТ для развития (Partnership on Measuring ICT for Development). Предложенная система состоит из четырех групп индикаторов [3]:

- 1) инфраструктура и доступ к ИКТ;
- 2) доступ и использование ИКТ индивидуумами и в быту;
- 3) использование ИКТ в бизнесе;
- 4) сектор ИКТ и торговля продуктами ИКТ.

Основная цель составления данного списка состоит в том, чтобы помочь странам, в которых исследования в области ИКТ только развиваются, накапливать данные, сопоставимые с международными. Этот список не является обязательным, так как в каждой стране он может быть изменен в соответствии с требованиями национальной политики.

Безусловно, страны имеют различный уровень социально-экономического развития, а значит, и неодинаково хорошо развитую систему статистики. В связи с этим страны с менее развитой или вообще не развитой инфраструктурой ИКТ могут считать ненужным сбор данных по некоторым ИКТ-индикаторам, а страны с возрастающими масштабами использования ИКТ могут следить за ростом путем измерения степени использования ИКТ. В то же время в странах с наивысшим уровнем развития ИКТ может возникнуть необходимость идти дальше в таких измерениях. Поэтому разработанные индикаторы разделены на две части: базовые и дополнительные. Дополнительные индикаторы имеют более низкий приоритет, и их использование рассчитано только на страны с относительно продвинутой в области ИКТ статистической системой [3].

Статистические данные об инфраструктуре и доступе к ИКТ являются отправной точкой в списке основных ИКТ-индикаторов. Эти данные уже доступны в базе данных Международного телекоммуникационного объединения (ITU World Telecommunication Indicators Database). Список индикаторов, характеризующих инфраструктуру и доступ к ИКТ, приведен в табл. 1. Индикаторы использования ИКТ индивидуумами и в быту приведены в табл. 2.

Стоит отметить, что показатель использования мобильных телефонов рассчитывается не для группы населения, а для каждого человека, так как мобильные телефоны предполагают индивидуальное использование. Индикаторы использования ИКТ в быту предоставляют информацию о наличии соответ-

вующего оборудования и средств ИКТ (например, телевизора, радио, компьютера, подключения к Интернету). Индикаторы использования ИКТ индивидуумами описывают использование этих средств, в частности, интенсивность использования.

Таблица 1

Основные индикаторы по инфраструктуре и доступу к ИКТ [3]

Базовые индикаторы	
A1	Количество линий стационарной телефонной связи на 100 жителей
A2	Количество пользователей мобильной связи на 100 жителей
A3	Количество компьютеров на 100 жителей
A4	Количество пользователей Интернета на 100 жителей
A5	Количество пользователей высокоскоростного Интернета на 100 жителей
A6	Пропускная способность Интернета на одного жителя
A7	Доля населения, которая пользуется мобильной связью
A8	Тарифы на доступ в Интернет (20 часов в месяц) как доля дохода на душу населения, долл. США
A9	Тарифы на мобильную связь (100 использованных минут в месяц) как доля дохода на душу населения, долл. США
A10	Доля населенных пунктов с наличием мест общественного доступа в Интернет, выраженная численностью населения
Дополнительные индикаторы	
A11	Количество радиоприемников на 100 жителей
A12	Количество телевизоров на 100 жителей

Таблица 2

Индикаторы использования ИКТ индивидуумами и в быту [3]

Базовые индикаторы	
NN1	Доля семей, использующих радио в быту
NN2	Доля семей, использующих телевизоры в быту
NN3	Доля семей, использующих стационарные телефоны
NN4	Доля семей, использующих мобильную связь
NN5	Доля семей, имеющих компьютер
NN6	Доля индивидуумов, использующих компьютер (в любом месте) в течение последних 12 месяцев
NN7	Доля семей, имеющих дома доступ в Интернет
NN8	Доля индивидуумов, использующих Интернет (в любом месте) в течение последних 12 месяцев
NN9	Количество различных мест доступа в Интернет индивидуумами в течение последних 12 месяцев (дома, на работе, место учебы и др.)
NN10	Действия пользователей, совершаемые с помощью Интернета в течение последних 12 месяцев (получение различного рода информации, общение, заказ и покупка товаров, пользование банковской системой в Интернете, обучение, развлечения и др.)
Дополнительные индикаторы	
NN11	Доля индивидуумов, использующих мобильные телефоны
NN12	Доля семей, использующих различные типы доступа в Интернет
NN13	Частота индивидуального использования Интернета за последние 12 месяцев

Управление статистики Европейского сообщества (Eurostat) рекомендует рассчитывать индикаторы индивидуального использования ИКТ для населения в возрасте от 16 до 74 лет. В исследовании можно учитывать все население страны, а можно вводить ограничения: например, не учитывать использование ИКТ заключенными, или в гостиницах и ресторанах. Для того чтобы избежать погрешностей и ошибок при расчете

индикаторов, в исследовании может не учитываться сельская местность, в которой ИКТ недоступны.

Результаты исследований могут классифицироваться по нескольким признакам. В случае, если в стране существует неравенство между сельским и городским населением, то классификация может производиться по географическому признаку. Возможна классификация по доходам населения. Для индикаторов использования ИКТ в быту классификационными признаками также могут быть: состав семей (с детьми до 16 лет или без детей), размер (количество членов, учитывая возраст); для индикаторов индивидуального использования ИКТ — возраст, пол, образование, занятость, род занятий [3].

Для индикаторов использования ИКТ в быту и бизнесе существуют международные стандарты, однако не все страны производят их подсчет. Многие страны мира должны приложить дополнительные усилия по сбору данных об индикаторах ИКТ. Список индикаторов использования ИКТ в бизнесе приведен в табл. 3.

Таблица 3

Индикаторы использования ИКТ в бизнесе [3]

Базовые индикаторы	
V1	Доля предприятий, использующих компьютеры
V2	Доля служащих, использующих компьютер
V3	Доля предприятий, которые пользуются доступом в Интернет
V4	Доля служащих, использующих доступ в Интернет
V5	Доля предприятий, имеющих собственный веб-ресурс
V6	Доля предприятий, использующих Интранет
V7	Доля предприятий, получающих заказы в Интернете
V8	Доля предприятий, размещающих заказы в Интернете
Дополнительные индикаторы	
V9	Доля предприятий, использующих различные типы доступа в Интернет
V10	Доля предприятий, имеющих локальную сеть
V11	Доля предприятий, использующих Экстранет
V12	Доля предприятий, использующих Интернет для различных целей (получение и рассылка почты, получение различного рода информации, доступ к банковской системе, предоставление услуг и др.)

Измерение уровня развития электронной коммерции должно базироваться на учете частоты и количества заказов через Интернет, то есть покупок или продаж товаров с помощью Интернета. Оплата и доставка товара может производиться и в режиме "offline". Объектом исследования при расчете индикаторов использования ИКТ в бизнесе является предприятие, в том числе частное, имеющее не менее 10 сотрудников. Данные о государственных предприятиях не учитываются.

Исследования могут проводиться в различных отраслях: производство, строительство, оптовая и розничная торговля, гостиницы и рестораны, транспорт, коммуникации, финансовое и страховое дело, недвижимость, аренда и бизнес-услуги. Классификация результатов исследования может производиться по указанным отраслям, а также по размеру предприятия (количеству сотрудников).

Определение уровня развития сектора ИКТ осуществляется с помощью следующих индикаторов [3]:

доля рабочей силы всего бизнес-сектора, вовлеченной в сектор ИКТ (отношение количества рабочей силы сектора ИКТ к общей численности рабочей силы в бизнес-секторе);

добавленная стоимость в секторе ИКТ (как доля общей добавленной стоимости бизнес-сектора).

Сектор ИКТ включает ту часть сферы производства и сферы услуг, продукция которой способна фиксировать, передавать или отображать информацию в электронном виде. Продукция

сферы производства должна выполнять функции обработки, передачи и отображения информации, а также использовать электронные средства для выявления, измерения или записи физического явления, управления физическим процессом. Продукция сферы услуг должна предоставлять возможность обработки и передачи информации с помощью электронных средств.

Рабочая сила сектора ИКТ включает лиц, занятых в бизнес-секторе, который относится к сектору ИКТ. Добавленная стоимость для определенной отрасли представляет собой ее вклад в ВВП страны. Обычно она рассчитывается как разность между валовой продукцией и текущими затратами (энергия, материалы и др.). Оценка может производиться по прямым затратам, по первоначальной цене, по ценам производителя.

К индикаторам развития торговли ИКТ-товарами относятся следующие [3]:

доля импорта ИКТ-товаров в общем импорте страны;

доля экспорта ИКТ-товаров в общем экспорте страны.

ИКТ-товары — это товары, которые выполняют функции обработки, передачи, отображения информации с помощью электронных средств или используют электронные средства для определения, измерения или записи физических явлений, а также для управления физическими процессами. Все ИКТ-товары разделены на 5 групп: телекоммуникационное оборудование, компьютеры и связанное с ними оборудование, электронные компоненты, аудио- и видеоаппаратура и другие ИКТ-товары [3].

В рамках международного сотрудничества по измерению уровня развития ИКТ было проведено исследование глобального статуса ИКТ-индикаторов, в ходе которого изучались следующие характеристики индикаторов: их наличие в различных странах (т. е. производится ли их расчет), потребность в расчете ИКТ-индикаторов, наличие ресурсов для сбора информации об ИКТ и др. [4]. В данном исследовании страны мира сгруппированы по регионам, например: Центральная Азия, Восточная и Центральная Европа, в том числе Украина. Потребность в расчете ИКТ-индикаторов в странах данного региона различна: Беларусь и Босния и Герцеговина не имеют такой потребности, а вот в Грузии, Украине, Казахстане и Российской Федерации потребность достаточно высока. В Украине очень высокая потребность в расчете ИКТ-индикаторов вызвана проведением исследования по государственной информатизации 2000 — 2004 гг.

Индикаторы использования ИКТ в быту рассчитываются в 68 — 84% стран, что составляет 78 — 96% населения данного региона. Индикатор наличия доступа в Интернет рассчитывается в 42% стран, индикатор использования Интернета в быту — лишь в 20% стран. По данным исследования, Украина не производит расчет большинства индикаторов использования ИКТ в быту.

Индикаторы использования ИКТ в бизнесе присутствуют в меньшем количестве стран (страны, производящие в сумме 50 — 60% общего ВВП региона). Показатель количества компьютеров рассчитывается в 32% стран (54% ВВП региона), индикатор использования Интернета для различных видов деятельности — в 11 — 21% стран (50% ВВП региона).

Вопрос влияния развития ИКТ на экономический рост обсуждается государственными деятелями, учеными и руководителями предприятий уже много лет. Многие согласны с тем, что ИКТ благоприятно влияют на экономический рост в государстве, однако как именно и в какой степени — остается предметом дискуссии.

Те, кто считает, что ИКТ играют важную роль в развитии экономики, опираются на пример США, где широкое использование информационных технологий способствует значительному росту производительности труда. Однако сомнения возникают при рассмотрении влияния ИКТ на экономический рост большинства европейских стран. В этом регионе не наблюдается стремительного повышения производительности, несмотря на использование информационных технологий. В более круп-

ных странах Европы показатели роста выпуска продукции и производительности не повысились, а с середины 90-х годов XX века разрыв с уровнем производительности в США фактически стал увеличиваться [5]. В связи с этим некоторые экономисты допускают преувеличение важности ИКТ по сравнению с остальными источниками роста.

Для того чтобы выявить связь ИКТ и экономического роста, специалистами Economist Intelligence Unit было проведено эмпирическое исследование. Целью исследования стала оценка степени влияния некоторых факторов, в том числе и уровня использования ИКТ, условий, способствующих внедрению ИКТ, на рост ВВП [5].

В рамках данного исследования была составлена структурная модель роста для 60 стран мира (26 развитых стран и 34 развивающихся стран) за период с 1995 г. по 2002 г. Данные по странам рассматривались либо за один и тот же момент времени, либо в среднем за определенный период. Преимущество этой модели заключается в том, что она позволяет исследовать связь между ИКТ и условиями ведения бизнеса, между ИКТ и уровнем профессиональной квалификации, а также учитывает использование информационно-коммуникационных технологий и развитость инфраструктуры.

Результаты проведенного исследования подтверждают связь между ИКТ и ростом ВВП на душу населения в 26 развитых странах. Развитие ИКТ оказывает наиболее значительное положительное влияние на экономический рост в тех странах, где зафиксирована высокая распространенность стационарных телефонных линий, мобильных телефонов, персональных компьютеров и Интернета. В развивающихся странах влияние ИКТ на рост ВВП на душу населения не наблюдалось, а в некоторых случаях даже было отрицательным.

В ходе исследования выяснилось, что причиной такого неодинакового влияния ИКТ является то, что информационные технологии оказывают позитивное влияние на рост ВВП на душу населения только после достижения некоторого минимального порога развития ИКТ. Другими словами, распространенность и использование ИКТ должны достичь некоторого критического уровня, прежде чем они начнут оказывать существенное позитивное воздействие на экономику страны [5].

По всей вероятности, причиной является то, что сам доступ к ИКТ не является решающим в увеличении производительности труда. Мало получить компьютер или другие средства ИКТ — нужно научиться ими пользоваться, чтобы извлечь максимум выгоды. Начальный (критический) уровень насыщения страны ИКТ, очевидно, и является той питательной средой, в которой вызревают навыки использования ИКТ. Лишь после этого рост насыщенности ИКТ может начать влиять на экономические показатели страны.

На рис. 1 показана взаимосвязь развития ИКТ и роста ВВП на душу населения после исключения влияния всех определяющих факторов экономического роста, не относящихся к ИКТ. На оси Y представлены остаточные величины (прогнозируемый рост минус фактический рост) в уравнении регрессии, связывающем рост ВВП на душу населения с переменными, не относящимися к ИКТ. Полученная зависимость между ИКТ и экономическим ростом является нелинейной и выражается графиком в форме буквы U. Как видно из рисунка, при низком уровне развития ИКТ (часть кривой, на которой функция убывает) различные расходы и нарушения в работе, вызванные внедрением ИКТ, перевешивают преимущества — любые повышения уровня ИКТ фактически сопутствуют понижению показателя роста. При превышении некоторого уровня развития ИКТ (часть кривой, на которой функция возрастает) совокупные эффекты от некоторого минимального объема ИКТ в экономике и опыта, полученного от прежнего развития ИКТ, приводят к тому, что выгоды от возрастающего использования ИКТ перевешивают имеющиеся расходы — увеличение индекса

ИКТ стабільно супутує збільшенню росту. Порог, починаючи з якого розвиток ИКТ оказує позитивне вплив на ріст ВВП на душу населення, відмічений на рисунку пунктирною лінією [5].

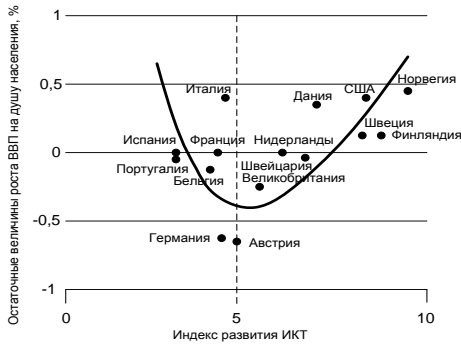


Рис. 1. Залежність залишкових величин ріст ВВП на душу населення (різниця величин прогнозованого ріст та фактичного ріст) в Європі та США від рівня розвитку ИКТ [5]

В табл. 4 приведені отримані в результаті проведеного дослідження дані про сукупний ріст продуктивності праці та вкладу ИКТ в ріст продуктивності праці в 14 європейських країнах та США за 1990 – 1995 гг. та 1996 – 2002 гг.

Дані табл. 4 свідчать про підвищення позитивного впливу ИКТ на ріст продуктивності праці. Наряду з Ірландією, в США зареєстровано найбільше збільшення вкладу ИКТ в ріст продуктивності праці в період з 1996 по 2002 гг.

Таблиця 4

Сукупний ріст продуктивності праці та вклад ИКТ в ріст продуктивності праці в 14 європейських країнах та США за 1990 – 1995 та 1996 – 2002 роки в відсотках [5]

1990 – 1995 гг.			1996 – 2002 гг.		
Страны	Ріст продуктивності праці, %	Вклад ИКТ, %	Страны	Ріст продуктивності праці, %	Вклад ИКТ, %
Норвегія	3,11	0,85	Ірландія	3,76	1,90
Швеція	2,95	0,96	Швеція	2,67	1,33
Італія	2,83	1,09	Фінляндія	2,02	1,40
Фінляндія	2,65	0,43	Сполучені Штати	1,74	1,90
Ірландія	2,39	0,68	Австрія	1,73	0,75
Австрія	2,32	0,76	Норвегія	1,71	0,68
Великобританія	2,20	0,74	Данія	1,45	0,59
Германія	2,11	0,52	Германія	1,38	0,67
Данія	1,99	0,72	Швейцарія	1,10	0,43
Бельгія	1,90	0,92	Великобританія	1,08	1,21
Іспанія	1,22	0,06	Франція	1,00	0,18
Франція	1,13	0,23	Бельгія	0,78	0,35
Сполучені Штати	1,12	0,71	Нідерланди	0,77	0,48
Нідерланди	0,63	0,29	Італія	0,56	0,36
Швейцарія*	-0,03	-0,42	Іспанія	0,28	0,14

* Отрицательный показатель говорит о том, что внедрение ИКТ вызвало некоторое снижение продуктивности труда, характерное для начального этапа развития ИКТ в стране.

В той же час дослідження Economist Intelligence Unit не виявило зв'язу між розвитком ИКТ та ростом ВВП на душу населення в 34 розглянутих розвиваючихся країнах. К ним відносяться країни, вступаючі в Євросоюз, а також інші країни Центральної та Східної Європи, в тому числі Україна. Така ситуація говорить про те, що існує значительна затримка в часі між інвестиціями в ИКТ та отриманням прибутку від їх використання. Це є той проміжок часу, який необхідний для впровадження та освоєння нових технологій.

Розвиток ИКТ є лише одним з факторів, впливаючих на економічний ріст. Дослідження показує, що інші фактори, сприятливі впровадженню та розвитку ИКТ (наприклад, сприятливість умов ведення бізнесу), оказують значительне вплив на ефективність використання ИКТ, а значить — на економічний ріст в країні [5].

На рис. 2 представлена діаграма, яка відображає здатність країн досягти економічного ефекту завдяки використанню ИКТ. В залежності від даних, якісних оцінок рівня розвитку ИКТ-інфраструктури, а також факторів, сприятливіх впровадженню ИКТ, кожна країна займає певне місце на діаграмі.



Рис. 2. Діаграма розвитку ИКТ [5]

Індекс "ИКТ-інфраструктура" включає шість показників розвитку мереж (кількість традиційних стаціонарних ліній, ліній широкополосного доступу, мобільних телефонів, персональних комп'ютерів, користувачів Інтернету та Інтернет-серверів на 1 млн. жителів), а також чотири якісних показники (якість Інтернет-з'єднань, рівні розвитку електронного бізнесу, онлайн-комерції та веб-грамотності). Індекс "Фактори, сприятливі впровадженню ИКТ" враховує цінову доступність доступу в Інтернет, конкуренцію на ринку телекомунікацій, захищеність інфраструктури Інтернету, підтримку розвитку ИКТ державством, закони, регулюючі Інтернет, ИКТ-кваліфікацію робочої сили та якість служб підтримки ИКТ.

В правому верхньому секторі діаграми розташовані країни, що мають найбільш сприятливі умови для ефективного використання ИКТ: США, Швеція, Норвегія, Швейцарія та др. По рівню розвитку інфраструктури лідирує США, по наявності факторів, сприятливіх впровадженню ИКТ, — Норвегія та Великобританія йдуть нарівні з США. Країни Центральної та Східної Європи, в тому числі Україна, відносяться до країн, що відстають як по ИКТ-інфраструктурі, так і по факторам, сприятливім впровадженню ИКТ, і знаходяться на початковій стадії розвитку інформаційних технологій.

Можливо сформулювати наступні основні напрямки підйому економіки країни на основі інформаційно-комунікаційних технологій:

- 1) інвестиції в ИКТ;
- 2) стимулюючий вплив розвиваючогося сектора виробництва ИКТ-продуктів;
- 3) стимулюючий вплив розвиваючогося сектора використання ИКТ [5].

Инвестиции в продукты и услуги в сфере ИКТ приводят к углублению капитала, что в свою очередь ведет к повышению производительности труда. За последние десятилетия в европейских странах и США значительно возросла доля инвестиций в ИКТ. В ЕС за 1995 – 2001 годы валовой прирост основного капитала в ИКТ-области составил примерно 1,9 трлн. евро — при росте в течение этого периода в среднем на 19,5% в год (рис. 3) [5]. Несмотря на это, Европа по-прежнему отстает от США с точки зрения доли инвестиций в ИКТ. По результатам опроса, проведенного Economist Intelligence Unit, можно сделать вывод о том, что перспективы роста ИКТ-инвестиций остаются положительными: более 70% опрошенных компаний заявили, что планируют в будущем увеличить инвестиции в ИКТ.

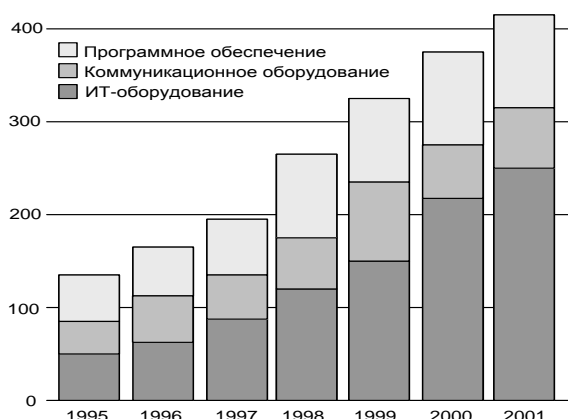


Рис. 3. Инвестиции в ИКТ стран Европейского союза, 1995 – 2001 годы (Валовой прирост основного капитала в 14 странах ЕС [в фиксированных ценах 1995 г.], млрд. евро) [5]

Большинство исследований подтверждают, что в странах с развитым сектором производства ИКТ-продуктов выпуск товаров и предоставление услуг в этой сфере оказывает значительное влияние на рост ВВП. Многие экономисты считают, что компании-производители в сфере ИКТ, передавая знания клиентам и поставщикам, способствуют росту производительности в других секторах экономики.

Влияние использования ИКТ состоит в том, что оно способствует росту производительности во всех отраслях экономики, использующих информационные технологии. Однако в некоторых странах такой рост является незначительным, что связано с задержкой во времени между проведением серьезных инвестиций в область ИКТ и получением результата использования информационных технологий, выражающегося в повышении производительности труда. Исследование Economist Intelligence Unit показывает, что крупные и богатые страны необязательно являются лидерами в использовании ИКТ. Так, Германия — один из экономических лидеров Европы — занимает средние места по использованию ИКТ. В то же время, Ирландия достаточно эффективно использует информационные технологии для повышения производительности труда благодаря развитому сектору производства ИКТ-продуктов.

Государственные деятели и руководители компаний должны предпринять ряд шагов, способствующих развитию и внедрению ИКТ в странах. Социально-экономическое развитие страны, базирующееся на применении информационных технологий, будет устойчивым лишь в том случае, если люди заинтересованы в приобретении и использовании ИКТ. Увеличение инвестиций в сфере ИКТ наиболее вероятно в среде, обеспечивающей охрану прав собственности, поощрение конкуренции и торговли, повышение интереса к вложению средств

в разработку новых инновационных продуктов и услуг. В целях поощрения инноваций и стимулирования социально-экономического развития, базирующегося на использовании ИКТ, государство должно предпринять следующие шаги [1]:

- принять и воплотить в действие основополагающие законы об интеллектуальной собственности;

- обеспечить эффективную патентную защиту для ИКТ; принять четкие правила, касающиеся прав собственности.

- Органы власти могут содействовать открытой, конкурентной торговле продуктами и услугами ИКТ, реализуя следующую политику [1]:

- стимулирование рыночного доступа к ИКТ;

- распространение принципов конкуренции на государственные закупки;

- поощрение международной электронной коммерции;

- поощрение сотрудничества между государственными и частными исследователями и др.

Одной из проблем внедрения и использования ИКТ является недостаточный уровень владения навыками менеджмента в области ИКТ. Это особенно важно для работников малых и средних предприятий, где ощущается наибольшая потребность в подобных навыках. Проведенные опросы показывают, что на многих предприятиях использование ИКТ часто не дает значительных позитивных результатов из-за недостаточных знаний менеджеров по эффективному применению информационных технологий. В связи с этим государственные деятели и руководители организаций должны предпринимать меры по улучшению навыков менеджеров и сотрудников в использовании ИКТ. Наиболее успешными в области применения ИКТ будут те предприятия, которые обучают своих сотрудников не только тому, как использовать информационные технологии, но и как внедрять ИКТ для получения конкурентных преимуществ. В особенности менеджеры должны понимать преимущества, риски и коммерческий эффект от использования современных технологий.

Недостаток квалифицированных ИКТ-работников приводит к тому, что организации неохотно инвестируют в новейшие технологии. Это в свою очередь уменьшает спрос на ИКТ-продукты и ИКТ-услуги в стране и сокращает возможности для предпринимателей и национальных ИКТ-компаний.

В будущем государственным структурам также необходимо расширить обучение в области ИКТ на всех уровнях системы образования, а также помогать высшим учебным заведениям в реализации соответствующих программ обучения менеджменту в области ИКТ. Основными задачами в этой области должны стать [1]:

- разработка стимулов для получения образования и прохождения практического обучения в сфере ИКТ на всех уровнях;
- организация специализированных программ обучения с сертификацией для ИТ-специалистов и разработчиков;
- совершенствование образования и практического обучения в сфере бизнеса, включая использование ИКТ.

Использование ИКТ в целях социально-экономического развития, среди прочего, требует наличия широкого доступа к капиталу. Для того чтобы воспользоваться всеми преимуществами ИКТ и подтолкнуть рост национальной ИКТ-индустрии, развивающиеся страны должны облегчить отдельным гражданам и компаниям получение финансирования на доступных для них условиях.

Способность ИКТ реализовывать свой потенциал как катализатора экономического роста и социального развития в значительной степени зависит от качества базовой инфраструктуры телекоммуникаций и степени ее охвата. Поэтому особое внимание развитию ИКТ-инфраструктуры должно уделяться, прежде всего, в развивающихся странах. Основными действиями, способствующими развитию сектора телекоммуникаций на базе использования ИКТ, являются такие: расширение доступа к телекоммуникациям, инвестирование средств в целевое развитие широ-

кополосных сетей, создание правовой и нормативной среды, нейтральной по отношению к используемым технологиям [1].

Очевидно, что именно в применении ИКТ заключен наибольший потенциал для социально-экономического развития. По этой причине многие правительства активно стремятся ускорить экономический рост страны, содействуя становлению национальной ИКТ-индустрии. Однако не всегда применение ИКТ оказывает положительное влияние на экономику страны. Как показало исследование Economist Intelligence Unit, информационные технологии способствуют значительному экономическому росту лишь при достижении определенного уровня развития и внедрения ИКТ. Такой вывод говорит о том, что существует задержка во времени между этапом внедрения ИКТ и получением результата от использования современных информационных технологий в виде повышения производительности труда. Исследования показывают, что для получения экономического эффекта от использования ИКТ недостаточно иметь соответствующее оборудование и применять ИКТ на предприятиях. Прежде всего, необходимо уметь эффективно использовать ИКТ для получения экономических преимуществ. В связи с этим необходимо уделять особое внимание обучению менеджеров навыкам эффективного применения информационных технологий.

В зависимости от местных условий отдельным развивающимся странам намного выгоднее использовать собственные сильные стороны и ресурсы для получения конкурентных преимуществ только в одной из ИКТ-областей. Маловероятно, что отдельная развивающаяся страна сможет достичь совершенства во всех секторах ИКТ-индустрии. Поэтому государственным деятелям, ответственным за развитие национальной ИКТ-индустрии, следует тщательно сопоставлять имеющиеся ресурсы страны и другие источники возможных конкурентных преимуществ с характеристиками каждого ИКТ-сектора [1]. Это поможет определить, в каких сферах, если таковые имеются, потенциально возможен долгосрочный рост ИКТ-индустрии.

Развитие и развивающиеся страны имеют возможность измерять уровень развития ИКТ с помощью специальных ИКТ-индикаторов. В странах мира наличие и потребность в различных индикаторах ИКТ неодинакова. Поэтому, двигаясь по пути становления информационного общества, развивающиеся страны должны увеличивать количество доступных ИКТ-индикаторов для измерения уровня развития и внедрения информационных технологий.

Развитие и внедрение ИКТ в Украине находится на начальном этапе. Отсутствие в Украине последовательной государственной политики, направленной на развитие информационного общества, привело к спонтанному развитию лишь отдельных фрагментов его начальной стадии (коммуникационного общества): систем связи и телекоммуникаций, упрощенного перечня Интернет-услуг [6]. По данным на 2003 г. Украина занимает 93 место по уровню развития ИКТ, находясь в группе "ниже среднего уровня", а также — 125 место по уровню ВВП на душу населения (827 долларов США) [7].

В связи с этим в Украине необходимо разрабатывать стратегию развития национального информационного общества, основанную на привлечении внешних и внутренних инвестиций, расширении конкурентной среды среди провайдеров Интернет и мобильной связи, мобилизации усилий национальной науки, образования, промышленности, бизнеса для приоритетного развития информационного общества. Необходимо развивать телефонную стационарную и мобильную связь, поскольку телефонные линии являются также частью развития Интернет и широкополосных сетей, развивать компьютеризацию, мультимедийную связь, то есть внедрять персональные компьютеры, Интернет, так как они являются конкурентами традиционной телефонной связи и стимулируют развитие. Хорошо продуманная политика государства в области вне-

рения ИКТ, учет опыта развитых стран позволит в Украине в будущем эффективно внедрять и использовать ИКТ для экономического роста.

Література: 1. Роль современных информационных технологий в социально-экономическом развитии // Информационный бюллетень Microsoft. — 2005. — №29. — <http://microsoft.com/rus/>. 2. Сенют К. 3. Взаимосвязь экономического развития и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) // Тезисы конференции "Современные компьютерные технологии в системах правовой информации". — Минск, 21 – 22 ноября 2002 г. — <http://pravo.by/conf/>. 3. Core ICT Indicators: Partnership On Measuring ICT For Development. — Beirut: UN-ESCWA, 2005. 4. Measuring ICT: The Global Status of ICT Indicators. — New York: The United Nations ICT Task Force, 2005. 5. Reaping the benefits of ICT Europe's productivity challenge // The Economist Intelligence Unit. — 2004. — <http://www.eiu.com>. 6. Згуровский М. Путь к информационному обществу — от Женевы до Туниса // Зеркало недели. — 2005. — №34. — <http://www.Compete.org.ua/>. 7. Leonid E. Varakin. Digital Divide in the Global Information Society. The Theory and Practice of Measurement. Third edition, prepared specially for the World Summit on the Information Society (Tunis, 2005). — М.: ИТА, 2005. 8. The Digital Divide: ICT Development Indices 2004. — New York and Geneva: United Nations, 2005.

*Стаття надійшла до редакції
27.04.2006 р.*

УДК: 331.55 (477.54)

Юрченко В. В.

ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ТРУДОВОЇ МОБІЛЬНОСТІ РОБІТНИКІВ РІЗНИХ ВІКОВИХ ГРУП

The article is devoted to the analysis of the special characteristic of labour market — labour mobility. The author pays attention to the influence of age on the labour mobility and labour migration. The system of steps for improving the situation in modern labour mobility management is given.

Питання функціонування ринку праці були й залишаються актуальними для розвинених країн і для країн, що розвиваються, для світової економіки в цілому. Комплекс проблем, пов'язаних із зайнятістю залишається на порядку денному провідних міжнародних організацій: ООН, ЄС, МОП [1; 2]. Знаходячись на шляху інтеграції до світового та європейського економічного простору, Україна має наслідувати найкращі зразки іноземного досвіду розв'язання проблемних питань функціонування ринку праці, водночас створюючи власні соціально-економічні механізми регулювання трудових переміщень, максимально придатні для застосування в конкретних умовах національної та регіональної економіки.

Мета цього дослідження полягає саме в тому, щоб адекватно оцінити існуючий стан проблеми зайнятості щодо різних вікових груп на місцевому рівні, зокрема її економічні та соціально-

психологічні аспекти, й запропонувати заходи, спрямовані на покращення ситуації.

На актуальності питання регулювання трудових переміщень наголошували у своїх дослідженнях провідні вітчизняні та західні вчені: Д. Богиня, О. Грішнова, А. Колот, С. Мельник, М. Семикіна, В. Покришук, Б. Данілішин, Р. Дж. Еренберг, Р. С. Сміт, Н. Барр, Л. Джуелл та ін.

Зокрема, аналізуючи становище молоді на ринку праці, більшість авторів приділяє особливу увагу окремим його аспектам, як-от: недостатня відповідність освітньо-кваліфікаційного рівня молоді вимогам ринку праці [3; 4]; низька адаптованість та вразливість щодо навколишнього економічного та соціального середовища [3]; підвищені вимоги молоді щодо працевлаштування (престижу, заробітку, умов праці) [3]; висока професійна і територіальна мобільність молодих громадян [3; 4]; проблеми професійної підготовки та перепідготовки молоді [5; 6]; проблеми державного регулювання молодіжного безробіття [7]; дискримінація робітників за віком та досвідом роботи [3].

Негативні соціальні наслідки безробіття, такі, як: бідність, зuboжіння, погіршення професійно-кваліфікаційного рівня робітників, втрата почуття гідності та зневіра, є загальновідомими та однаково актуальними для усіх вікових груп населення. Неупереджений погляд на проблему дозволяє виділити ряд переваг становища безробітної молоді в порівнянні з безробітними старшого віку: молодь є загалом більш фізично здоровою та витривалою, більш здатною до засвоєння нових знань та навичок, молоді люди здебільшого мають нижчий рівень соціальних обов'язків (сім'я, діти), та користуються підтримкою батьків. Отже, можна стверджувати, що проблеми зайнятості актуальні для всіх вікових груп, у той же час мають певні специфічні риси, які мають бути досліджені, аби надалі враховуватися під час здійснення регулюючого впливу на ринок праці на усіх рівнях його функціонування.

Виходячи з цього, завданнями дослідження є: по-перше, всебічний аналіз соціально-економічних та психологічних аспектів трудових переміщень робітників різних вікових груп в м. Харкові з метою визначення загальних та специфічних чинників, що підлягають регулюючому впливу та потребують його в першу чергу; по-друге, розробка механізмів такого впливу.

З метою вивчення стану та перспектив розвитку трудової мобільності в Харківському регіоні (зокрема, в м. Харкові) автором було ініційоване та проведене соціологічне опитування методом анкетування. Оскільки для об'єктивної оцінки стану питання необхідно було порівняти економічні, соціальні та психологічні характеристики молоді та людей старших вікових груп як працюючих, так і непрацюючих, у дослідженні взяли участь працівники двох підприємств (за сферою діяльності – торговельних) та безробітні особи, що шукали роботу за допомогою одного з рекрутингових агентств м. Харкова. Загальна кількість респондентів становила 300 осіб у віці від 18 до 66 років, у тому числі:

чоловіки – 135 осіб (45%); працюючі – 152 особи (51%); жінки – 165 осіб (55%); безробітні – 148 осіб (49%).

За віком респондентів було поділено на 3 вікові групи:

молодь – 18 – 28 років – 183 особи (61%); середня вікова група – 29 – 45 років – 103 особи (35%); старша вікова група – 45 – 66 років – 12 осіб (4%).

Для проведення дослідження були обрані стабільно працюючі та прибуткові підприємства з відносно "молодим" персоналом (середній вік опитуваних – 28 років). Вікову межу молодіжної соціальної групи як 14 – 28 років було визначено згідно з Законом України "Про сприяння соціальному становленню і розвитку молоді в Україні" (у світовій практиці більш розповсюдженим є цenz 15 – 24 роки) [2, с. 25].

Проведене дослідження мало на меті реалізувати ряд конкретних завдань:

По-перше, порівняти рівень трудової мобільності для різних вікових груп. Зазначимо, що трудову мобільність автор трактує як явище економічного, соціального, психологічного характеру – схильність, бажання, здатність та готовність працівників до здійснення добровільних індивідуальних трудових переміщень: зміни місця роботи, посади, професії, освітнього та кваліфікаційного рівня.

Основним показником трудової мобільності в цьому дослідженні виступає середня частота трудових переміщень (разів на рік). Було також враховано і додаткові показники: прагнення до підвищення кваліфікації, зміни професії, посадового зростання, вираженого респондентами та оціненого в балах.

По-друге, одним із завдань дослідження було порівняти вплив факторів мікрооточення на трудову мобільність індивіда. В рамках дослідження було розглянуто наступні фактори: а) економічні – заробітна плата; б) соціальні – стать, вік, сімейний стан, освіта, належність до професійної групи, досвід роботи; в) психологічні – задоволеність окремими аспектами роботи, як от: задоволеність рівнем заробітної плати, змістом та результатами роботи, відносинами в колективі, керівництвом, умовами праці, рівнем соціального захисту, перспективами стабільної роботи, кар'єри [8, с. 46]. Зазначимо, що в цьому дослідженні автор мав на меті проаналізувати ті складові частини мікрооточення робітника, що є одночасно елементами внутрішнього середовища підприємства. Дослідження стосується особистісних характеристик робітників та робітничого середовища. Інші складові безпосереднього оточення робітника (родина, друзі тощо) теж можуть впливати на трудову мобільність, але цей вплив, на думку автора, є предметом подальшого суто соціологічного дослідження.

Аналіз даних анкетування виявив наступні тенденції формування трудової мобільності в Харківському регіоні:

1. Трудова мобільність молоді є значно вищою за трудову мобільність старших вікових груп. Середня частота трудових переміщень (зміни місця роботи, професії, освітньо-кваліфікаційного рівня, посади тощо) молоді – 2,36. У середній віковій групі цей показник становить 0,95, а в старшій – 0,29. Неважко підрахувати, що молодь змінює роботу в середньому в 2,5 рази частіше за робітників середньої вікової категорії та більш ніж у 8 разів частіше за робітників старшого віку. Аналіз додаткових показників також довів, що молодь є більш схильною до окремих видів трудових переміщень, а саме до підвищення освітньо-кваліфікаційного рівня та зміни професії (табл. 1).

Таблиця 1

Показники схильності до здійснення трудових переміщень (у балах)

Показники	18 – 28 років	29 – 45 років	45 – 66 років
Бажання підвищити кваліфікацію	5,9	5,7	4,6
Бажання змінити професію	3,9	3,2	2,8
Прагнення до кар'єрного зростання	4,2	4,2	4,2

Аналогічні тенденції простежувалися в дослідженнях західних авторів [4; 9]. Зокрема, Еренберг та Сміт зазначали, що існують два пояснення підвищеного рівня трудової мобільності молоді у порівнянні з іншими віковими групами:

2. Потенційна віддача від інвестицій у людський капітал є вищою для молоді, бо довшим є період часу, протягом якого отримується віддача.

3. Значна частина витрат, пов'язаних зі зміною трудових позицій, є моральними. Дорослі люди сформували стійкі соціальні зв'язки, надбали певної позиції в соціальному оточенні, тому їх втрати в разі трудового переміщення є більш значними порівняно із молодими, що не встигли накопичити соціальний

капітал. Аналогічна аргументація ілюструє також той факт, що всередині вікових груп частіше мігрують неодружені, аніж одружені, а одружені, але бездітні, мігрують частіше за одружених, що мають дітей [4, с. 368 – 369].

Результати цього дослідження підтверджують висновки американських вчених (табл. 2). Слід також підкреслити, що різниця між рівнями трудової мобільності одружених/неодружених та робітників, що мають/або не мають дітей є найпомітнішою саме в рамках молодіжної вікової групи (табл. 2). На думку автора, це пояснюється тим, що створення молоді сім'ї потребує значних матеріальних витрат, тоді як трудові переміщення також потребують матеріальних затрат та пов'язані із фінансовими та соціальними ризиками. Крім того, саме молоді сім'ї мають дітей молодшого віку, що у свою чергу надалі ускладнює здійснення трудових переміщень.

Таблиця 2

Частота трудових переміщень робітників у віці

Соціальні групи	18 – 28 років	29 – 45 років	45 – 66 років
Усього:	2,36	0,95	0,29
у тому числі:			
чоловіки	2,95	0,97	0,17
жінки	1,86	0,93	0,45
одружені	1,74	0,95	0,26
неодружені	2,62	0,95	0,5
мають дітей	1,57	0,92	0,33
не мають дітей	2,5	0,91	—

Гендерні аспекти формування трудової мобільності також мають бути враховані в цьому дослідженні. Насамперед привертає увагу значно вища мобільність молодих чоловіків порівняно до мобільності молодих жінок (табл. 2). Пояснити це явище можна специфікою побудування кар'єри з урахуванням перспектив створення сім'ї та народження дитини. Можна припустити, що молоді жінки обирають стабільну роботу, а це надає певні соціальні гарантії (щодо тривалості відпустки, оплати декретних відпусток, лікарняних тощо), і надалі "тримаються" за робоче місце. Тоді як молоді чоловіки активно змінюють місця роботи, маючи на меті або матеріально забезпечити сім'ю, або закласти підґрунтя для її подальшого створення.

Аналіз трудової мобільності робітників різних вікових груп у контексті освітнього рівня теж дозволяє зробити деякі цікаві висновки. З огляду на те, що розподіл рівнів освіти для різних вікових груп у межах вибірки суттєво не відрізняється (респонденти з вищою та незакінченою вищою освітою становлять біля 67% від усієї вибірки, а також зокрема і для молоді, робітників середнього віку, робітників старшого віку; респонденти з середньою освітою становлять 29 – 32%, робітники із незакінченою середньою освітою – 2 – 4%), можна визначити одну цікаву тенденцію, властиву для опитуваних взагалі і для кожної з вікових груп зокрема: найвищий рівень трудової мобільності демонструють робітники з найнижчим рівнем освіти — незакінченою середньою (табл. 3).

Таблиця 3

Частота трудових переміщень робітників різних вікових груп залежно від освітнього рівня

Рівень освіти	18 – 28 років	29 – 45 років	45 – 66 років	Усі вікові групи
Вища та незакінчена вища	2,47	0,99	0,36	1,86
Середня (загальна, спеціальна, технічна)	2,08	0,78	0,15	1,57
Незакінчена середня	3,64	1,46	—	2,39

Дещо нижчий, хоча також достатньо високий, рівень трудової мобільності властивий робітникам з вищою та незакінченою вищою освітою. Нарешті стабільно низькі показники трудової мобільності демонструють робітники із середньою (загальною, спеціальною, технічною) освітою.

Отримані результати підтверджують припущення деяких авторів про те, що найбільш схильними до трудових переміщень є найбільш та найменш якісні трудові ресурси [9, с. 324], а робітники "середнього" рівня схильні триматися за свої звичні робочі позиції.

Показовими є результати аналізу трудової мобільності в межах різних професійних груп (табл. 4).

Таблиця 4

Частота трудових переміщень робітників різних вікових груп залежно від професії

Професія	Кількість респондентів відповідної професії	Усі вікові групи	18 – 28 років	29 – 45 років	45 – 66 років
1. Керівник	25	1,89	2,9	1,39	0,23
2. Менеджер	40	2,15	2,75	1,04	—
3. Бухгалтер	19	0,84	1,08	0,66	—
4. Оператор ПК	22	1,21	1,58	0,63	0,56
5. Інженер	9	1,49	3,2	1,06	0,32
6. Продавець	48	1,9	2,24	0,96	—
7. Касир	27	1,23	1,35	0,97	—
8. Торгівельний представник	8	5,59	6,28	0,76	—
9. Охоронець	15	2,48	2,75	0,81	0,54
10. Вантажник	9	0,91	0,88	0,98	—

В усіх без винятку професійних категоріях саме молоді робітники є наймобільнішою групою. Можна виділити окремі професії, пов'язані з підвищеною трудовою мобільністю: керівник, менеджер, торгівельний представник, охоронець, що пояснюється, по-перше, наявністю попиту на працю представників цих професій, по-друге, відносною новизною для вітчизняного ринку таких професій, як менеджер, торгівельний представник, або дещо новим змістовним наповненням професій (керівник, охоронець).

Оцінка ступеня психологічного задоволення окремими аспектами роботи надавалася робітниками різних вікових груп за семибальною шкалою (за основу було взято методику оцінки за "шкалою Осгуда"): 4 бали відповідали нейтральній позиції, 1 – крайньому невдоволенню, 7 – крайньому задоволенню.

Отримані результати (табл. 5) свідчать про те, що робітники загалом позитивно оцінюють свою роботу та пов'язані з нею особливості.

Таблиця 5

Задоволення окремими аспектами роботи працівників різних вікових груп

Критерії задоволення окремими аспектами роботи	Усі вікові групи	18 – 28 років	29 – 45 років	45 – 66 років
1	2	3	4	
1. Задоволення заробітною платою	3,41	3,42	3,45	3,27
2. Задоволення відповідністю роботи особистим інтересам	5,16	4,97	5,54	5,00

Закінчення табл. 5

1	2	3	4	5
3. Задоволення результатами праці	5,12	5,06	5,28	4,91
4. Задоволення відповідністю роботи освіті, здібностям, вмінням	4,81	4,61	5,20	4,91
5. Задоволення відносинами в колективі	5,86	5,96	5,77	5,18
6. Задоволення ставленням колег до своїх обов'язків	5,56	5,55	5,62	5,18
7. Задоволення розподілом обов'язків та винагороди в колективі	4,76	4,74	4,79	4,82
8. Задоволення професійним рівнем керівництва	5,60	5,58	5,69	5,27
9. Задоволення організацією праці	3,03	3,11	2,88	3,10
10. Задоволення відносинами з керівництвом	5,62	5,59	5,75	5,00
11. Задоволення режимом та графіком роботи	5,16	4,99	5,43	5,27
12. Задоволення умовами праці	4,90	4,85	5,02	4,64
13. Задоволення трудовим навантаженням	4,79	4,86	4,67	4,60
14. Задоволення соціальною допомогою	4,39	4,29	4,51	5,10
15. Задоволення охороною здоров'я та організацією дозвілля	4,13	3,92	4,43	4,70
16. Задоволення перспективами стабільності працевлаштування	4,77	4,51	5,14	5,60
17. Задоволення кар'єрними перспективами	4,21	4,20	4,20	4,20
18. Задоволення перспективами розвитку підприємства	4,75	4,81	4,59	5,20
Задоволення заробітною платою	3,41	3,42	3,45	3,27
Задоволення роботою (процесом та результатами)	5,03	4,88	5,34	4,94
Задоволення колективом	5,39	5,42	5,39	5,06
Задоволення керівництвом	4,75	4,76	4,77	4,46
Задоволення умовами праці	4,95	4,90	5,04	4,84
Задоволення соціальним захистом	4,26	4,11	4,47	4,90
Задоволення перспективами	4,58	4,51	4,64	5,00
Загальний рівень задоволення роботою	4,63	4,57	4,73	4,64

Невдоволення викликає лише розмір оплати праці (3,41 бала) та існуючий стан організації праці (3,03 бала).

Однак слід відмітити, що загальний рівень задоволення роботою серед молоді нижчий, ніж серед робітників середньої та старшої вікової групи. Порівняно з іншими віковими категоріями молоді висловлює більше задоволення лише з приводу відносин у колективі, тобто лише за однією з семи ключових позицій, що взяті за основу даного аналізу. Найбільше задоволення як роботою взагалі, так і її окремими позиціями висловлюють робітники середнього віку. Слід звернути увагу також на те, що молоді висловлює нижчий за інші вікові групи рівень задоволення самою роботою, її процесом та результатами, соціальним захистом на підприємствах та перспективами щодо подальшої роботи, розвитку, кар'єрного зростання (табл. 5).

Причому, за оцінками респондентів, саме зміст та результати роботи, а також її перспективи належать до найважливіших ознак, за якими обирають роботу працівники Харківського регіону. На запитання "Що є найважливішим для Вас, коли Ви обираєте роботу?" було отримано наступні відповіді:

- 1) заробітна плата – біля 85% респондентів молоді та середньої і 75% респондентів старшої вікової групи;
- 2) перспективи стабільної роботи, професійного та кар'єрного зростання – 56% молоді та 48% середньої вікової групи;

3) сама робота – 40%, 47% та 42% відповідно в молодшій, середній та старшій вікових групах. Відмітно, що пріоритети та уявлення про ідеальну роботу з віком змінюються. Так, старша вікова група другим пріоритетом після рівня заробітної плати назвала відносини в колективі (67% респондентів відповідної вікової групи) та приділила відносно мало уваги перспективам (17% респондентів).

Аналіз реального рівня трудових доходів респондентів за даними анкетування виявив наступне: середній рівень заробітної платні із вибірки в цілому становить 202 у. о.; середня заробітна плата молодих працівників – 192 у. о., працівників середнього віку – 220 у. о., працівників старшого віку – 161 у. о. Тобто, на погляд автора, немає підстав говорити про суттєву дискримінацію в оплаті праці щодо молодіжної вікової групи. Швидше в більш скрутному матеріальному становищі знаходяться працівники у віці старше 45 років.

Можемо висловити припущення, що невдоволення молоді характером зайнятості викликано перш за все не опередженим ставленням до молодих працівників, а невідповідністю сподівань щодо зайнятості взагалі умовам роботи на конкретному місці, що його посідає молода особа. З одного боку, відбувається пошук "свого місця в житті", що є об'єктивно нормальним соціальним процесом. Адже не випадково найбільше задоволення роботою висловлює середня вікова група, що вже здебільшого здійснила такий "пошук" і тепер користується його результатами. З іншого боку, з огляду на підвищену професійно-кваліфікаційну мобільність саме молодіжної вікової групи (прагнення молоді до підвищення кваліфікації та зміни професії (табл. 1.) така тенденція не може не викликати певної стурбованості, бо свідчить про низький рівень адаптації молоді до умов та вимог ринку праці. Згідно з дослідженнями західних вчених [4; 9], прагнення до зміни роду діяльності здебільшого висловлюють працівники середнього віку, що досягли певного рівня професійної майстерності за основною професією та мають на меті побудову так званої "паралельної кар'єри", тоді як вітчизняна практика свідчить про підвищене прагнення до зміни професії в молоді, яка щойно її (професію) отримала.

На трудову мобільність робітників різних вікових груп впливає значна кількість факторів мікрооточення, в тому числі економічні – рівень заробітної плати; соціальні – ознаки соціального статусу – стать, сімейний стан, рівень освіти, професійно-кваліфікаційний рівень, досвід роботи; психологічні – ступінь задоволення різноманітними аспектами трудової діяльності: розмірами винагороди за працю, процесом та результатами роботи, відносинами з колективом та керівництвом, умовами праці, рівнем соціального захисту, перспективами стабільної роботи, професійного зростання, кар'єрного просування. Здійснюючи цілеспрямований керований вплив на вищезазначені фактори, підприємства здатні, відповідно до стратегічних цілей підприємства, регулювати процеси трудових переміщень в рамках наступних підходів:

1. **Підсилююче (або стимулююче) регулювання** трудової мобільності – вплив на процеси трудової мобільності з метою підвищення її рівня. Такий характер регулювання трудової мобільності не є розповсюдженим, але застосовується на практиці, наприклад, коли підприємство знижує обсяг інвестицій у людський ресурс, маючи на меті економію на витратах, або у випадку, коли підприємство є невеликим за розміром та не в змозі забезпечити працівникам належний рівень професійного та кар'єрного зростання. В рамках такого підходу до формування трудової мобільності молоді розповсюджено є стратегія "навчання", яка полягає в тому, що підприємство залучає молодих спеціалістів, свідомо пропонуючи їм невисокий рівень заробітної плати та створюючи умови для професійного зростання шляхом "навчання" на робочому місці. Набувши професійного досвіду, молодий спеціаліст має змогу знайти більш високооплачувану роботу на вигідніших умовах.

2. **Сприймаюче регулювання** трудової мобільності має місце, коли підприємство не вживає спеціальних заходів з метою змінити рівень трудової мобільності, сприймаючи його як об'єктивно існуючий та пристосовуючись до його коливань. У такому випадку для підприємства особливо важливим є контролювати стан та тенденції розвитку соціально-економічних та

психологічних чинників макро- і мікрооточення, що впливають на трудову мобільність робітників.

3. **Стримуюче регулювання** трудової мобільності – свідоме зниження плинності кадрів є більш розповсюдженим, особливо стосовно кваліфікованих спеціалістів молодого та середнього віку. Стримуюче регулювання є можливим за рахунок підвищення рівня заробітної плати, премій та винагород найкращим працівникам; своєчасного задоволення потреб робітників у підвищенні освітньо-кваліфікаційного рівня, зміні професії, кар'єрному зростанні тощо; підвищення ступеня задоволення роботою шляхом створення позитивного психологічного клімату в колективі, покращення умов праці, підвищення рівня соціального захисту.

На практиці підприємство може одночасно застосовувати два чи три підходи до регулювання мобільності, скажімо, здійснюючи стимулююче регулювання щодо певної вікової або професійної категорії, поєднуючи його із стримуючим регулюванням, наприклад, щодо працівників з вищою освітою та вдаючись до сприяючого регулювання щодо усіх інших категорій робітників.

Відповідно до отриманих результатів є підстави стверджувати, що високий рівень трудової мобільності об'єктивно властивий молодіжній віковій групі. Саме добровільна індивідуальна трудова мобільність молоді значною мірою зумовлює високий рівень молодіжного безробіття, тому регулювання трудової мобільності, зокрема на рівні підприємств, може бути ефективним важелем впливу на стан молодіжної зайнятості на місцевому, регіональному, національному рівнях.

Специфіка молодіжної трудової мобільності дозволяє на основі проведеного аналізу виділити два напрями регулювання трудової мобільності молодих спеціалістів.

Першим з таких напрямів є сім'я. Маючи на меті омолодження кадрового складу, зниження рівня плинності молодих спеціалістів та виховання лояльного робітника, підприємство має морально стимулювати та матеріально підтримувати створення молодих сімей, підвищуючи рівень соціального захисту, особливо щодо такої категорії робітників, як молоді матері. Ефективними засобами стримуючого регулювання трудової мобільності молоді могли б стати: організація підприємствами дитячих садків, освітніх програм для дітей молодшого та шкільного віку, організація сімейного дозвілля робітників або, наприклад, надання молодим сім'ям кредитів на придбання житла.

Другим важливим напрямком виступає освіта та надання молоді можливості своєчасного підвищення кваліфікації. Проведене дослідження виявило значне прагнення молодих робітників до підвищення освітньо-кваліфікаційного рівня і одночасно доволі низький рівень адаптації молоді до реалій сучасного ринку праці. Значний час на початку трудової кар'єри молоді витрачає саме на таку адаптацію та пошук роботи, що максимально відповідає здібностям, рівню освіти, знанням та вмінням, особистим побажанням та інтересам.

На думку автора, можливість скоротити рівень трудової мобільності молоді полягає, в першу чергу, в поєднанні періоду адаптації до ринку праці з періодом навчання, що є можливим у разі створення ефективного механізму співпраці навчальних закладів і підприємств. Специфіка реформування професійно-технічної освіти з метою підвищення рівня відповідності вимогам сучасного виробництва вже розглядалася окремими авторами [6, с. 14]. В рамках цього дослідження є доцільним розробити механізм взаємодії підприємств та вищих навчальних закладів, що сприятиме адаптації молодих спеціалістів до реальних умов практичної трудової діяльності.

Вирішенню цих проблем зайнятості молоді, на думку автора, могло б сприяти створення на базі вищих навчальних закладів кадрових агенцій або бюро працевлаштування студентів та випускників. До основних функцій такої структури має належати:

1. Збирання інформації щодо наявності вільних робочих місць для молоді, в першу чергу за профілем навчання.

2. Співпраця з роботодавцями, зацікавленими в залученні до роботи молодих спеціалістів.

3. Збирання інформації та формування інформаційної бази щодо студентів та випускників, зацікавлених у працевлаштуванні.

4. Посередництво у працевлаштуванні студентів та випускників.

5. Контроль за умовами та специфікою праці на підприємствах, що залучують молодих спеціалістів за допомогою бюро.

6. Контроль успішності працюючих студентів, залучених до роботи за допомогою бюро.

7. У разі необхідності (або на прохання роботодавця) організація на базі ВНЗ навчальних заходів (курсів, тренінгів, семінарів) для молодих спеціалістів.

8. Організація спеціальних заходів (занять з основ працевлаштування, ярмарків зайнятості тощо).

9. Співпраця з аналогічними структурами в інших ВНЗ, державними центрами зайнятості, комерційними рекрутинговими та кадровими агенціями.

За результатами даного дослідження можна також рекомендувати для залучення та утримання на підприємстві спеціалістів з вищою освітою створити інститут наставництва. Ідея створення такого інституту не є новою [10, с.150 – 151], але може виявитися плідною в умовах вітчизняного ринку праці, зокрема в поєднанні з ідеєю створення бюро працевлаштування при вищих навчальних закладах. Саме наставники або координатори дій наставницьких структур на підприємстві мали б підтримувати зв'язок із освітніми установами, що готують майбутніх спеціалістів та сприяють їх працевлаштуванню.

Таким чином, у роботі проаналізовано специфіку трудової мобільності різних вікових груп, визначено основні підходи до управління трудовою мобільністю робітників на рівні підприємства, вдосконалено підхід до регулювання трудової мобільності молоді шляхом створення структур взаємодії підприємств та вищих навчальних закладів.

Запропонований автором аналіз соціально-економічних та психологічних чинників трудової мобільності може бути основою розробки стратегій управління трудовою мобільністю робітників, що належать до різних соціально-професійних груп на рівні підприємства та регіону.

Література: 1. Европа: вчера, сегодня, завтра / Институт Европы РАН; Редкол. РАН: Н. П. Шмелев (пред.) и др.; [Отв. ред. Н. П. Шмелев. – М.: ЗАО "Изд. "Экономика", 2002. – 824 с. 2. Мутья М. Менеджмент зайнятості молоді: міжнародний аспект // Україна: аспекти праці. – 2005. – №4. – С. 24–28. 3. Покришук В. Мотиваційна поведінка безробітної молоді в Україні / В. Покришук, Л. Грошко // Україна: аспекти праці. – 2005. – №8. – С. 7–12. 4. Эренберг Рональд Дж. Современная экономика труда. Теория и государственная политика: Учебник / Рональд Дж. Эренберг, Роберт С. Смит; Пер. с англ.; [Под ред. Р.П. Колосовой. — М.: Изд. МГУ, 1996. — 778 с. 5. Мельник С. Формування трудового потенціалу міста: напрями взаємодії органів управління та роботодавців (на прикладі м. Луганська) / С. Мельник, П. Коропець, В. Хрипко // Україна: аспекти праці. – 2005. – №5. – С.18–24. 6. Данилишин Б. Формування нової парадигми підготовки кадрів у контексті інтеграції України у світову економічну систему / Б. Данилишин, В. Куценко // Україна: аспекти праці. – 2004. – №4. – С. 14–18. 7. Рынок труда и социальная политика в Центральной и Восточной Европе: Переходный период и дальнейшее развитие // Н. Барр, Р. У. Харбисон, С. Эстрин и др. / Под ред. Н. Барра; [Пер. с англ. под науч. ред. С. Кадомцевой. — М.: ИКЦ "ДИС", 1997. — 496 с. 8. Грішнова О. Трудова кар'єра: сучасні підходи до визначення ефективності / О. Грішнова, М. Левицький // Україна: аспекти праці. – 2005. – №4. – С. 45–49. 9. Джуэлл Л. Индустриально-организационная психология. Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2001. – 720 с. 10. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации. Учеб.-практ. пособ. – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 1998. – 352 с.

Стаття надійшла до редакції
18.05.2006 р.

*Чем более точна наука, тем больше можно
из нее извлечь точных предсказаний.*

А. Франс

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ

УДК 658.286:65.014.1

Акулова І. О.

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ЛАНЦЮГАМИ СТВОРЕННЯ ВАРТОСТІ

The evolution of the marketing concepts of the partnership relations is presented. Recommendations for creation and use of the marketing mechanism of managing the logistical chains of cost creation are designed. The typology of logistical relations is motivated. The particularities of shaping of institutional fields of interaction are considered.

Послідовний перехід до високорозвиненої соціально орієнтованої ринкової економіки інтенсивного типу викликає радикальні зміни в стратегії управління і плануванні діяльності підприємств усіх форм власності. В умовах поширення процесів глобалізації активно використовуються методи стратегічного менеджменту, що орієнтують підприємство на довгострокове перебування на ринках, підвищення ефективності господарювання та повне застосування власного потенціалу. Саме тому необхідність удосконалення процесу просування товару до споживача набуває особливого значення. Разом з тим виявилися такі особливості ринку, як частота й непередбачуваність змін попиту, виникнення нових потреб та видів продукції, що скорочують довжину життєвого циклу товарів і час реагування на зміни ринкового середовища, викликають високий ступінь ризику нереалізації товарів, що й призводить до невиправданого нагромадження запасів і зростання витрат. Через це зростають вимоги до управління виробничою й обслуговуючою системами, виникає потреба в структурах, які ефективно та з найменшими витратами здійснювали б управління матеріальними та пов'язаними з ними логістичними потоками й задовольняли вимоги кінцевих споживачів.

Отже, метою статті є теоретичне обґрунтування й розробка методичних рекомендацій до створення й використання механізму управління логістичною системою підприємства на основі маркетингової парадигми. Для реалізації мети дослідження пропонується поєднати дві новітні концепції, які, з одного боку, досить широко представлені в економічній літературі, а з іншого — не мають необхідного теоретико-методичного обґрунтування. Перша концепція пов'язана з трансформацією й розширенням змісту логістичної системи підприємства до інтегрованих ланцюгів створення вартості, друга — з більш значною переорієнтацією маркетингових систем підприємств на підтримку співпраці та взаємодії задля задоволення потреб більш вузького кола споживачів.

Підґрунтям виникнення кожної з них послужили такі об'єктивні процеси, як зменшення часового горизонту планування, розмивання організаційних меж, зміна структур підприємств, корінна й радикальна перебудова ділових процесів, поширення взаємодії з конкурентами й активізація роботи з субпідрядниками, впровадження новітніх інформаційних і комунікаційних технологій тощо. Ці тенденції вимагають забезпечення синхронності й підтримки високих кінцевих результатів діяльності всіх учасників товарного руху, що, за думкою Д. Д. Костоглодова та Л. М. Харисової, можливо лише на основі методології логістики [1, с. 21, 22] або, як вважають Р. Б. Хендфілд та Е. Л. Николс, впровадження системи управління ланцюгами постачань [2, с. 23]. При цьому слід зазначити, що управління логістикою приділяє більше уваги оптимізації потоків усередині організації, в той час як управління ланцюгами постачань здійснюється з урахуванням уявлення, що внутрішня інтеграція сама по собі не є достатньою [3, с. 27].

Відповідно до цього варто прийняти до уваги думку Ю. Попової, яка стверджує, що на сьогодні загальноприйнятною є точка зору, відповідно до якої існує три головних способи організації економічної діяльності (ієрархія, ринок й мережа) та відбувається поступовий перехід до ринкових угод, що розгортається всередині тривалих довгострокових взаємин [4]. При цьому в рамках підходів, орієнтованих на створення, підтримку й розвиток довгострокових партнерських взаємин, основну інтеграційну функцію відіграє маркетинг. Його головна мета зводиться до пошуку ефективних партнерів на ринку, шляхів взаємодії з ними для спільного споживання ресурсів, пошуку конкурентних переваг, управління портфелем ринкових відносин через адаптацію до партнерів відповідно до сформованих угод щодо кооперації й партнерства.

Перші роботи щодо маркетингу партнерських взаємин були сконцентровані на дуальних взаєминах підприємств [5], аналізі лояльності обраних підприємством споживачів [6] або кооперативної взаємодії при проведенні й спільному фінансуванні класичних маркетингових досліджень [7]. У подальшому дослідники охопили широкий спектр мережних взаємин, а у визначенні маркетингу взаємин сформувалося декілька підходів: британський, північноамериканський, європейський і німецький [8]. Головна відмінність між означеними підходами полягає в різній сфері охопту маркетинговими взаєминами та відмінностями в процедурах аналізу взаємодії. На погляд автора, найбільш вдалими є визначення маркетингу партнерських відносин як безперервного процесу визначення й створення нових цінностей разом з індивідуальними споживачами, а потім спільного отримання й розподілу вигоди від цієї діяльності між учасниками взаємодії [9, с. 35].

Аналізуючи це тлумачення, можна стверджувати про підвищення ролі споживача й перехід від маніпуляції споживачем до формування справжньої споживчої зацікавленості (комунікації й обмін знаннями); спрямованість процесу встановлення, підтримки й розвитку взаємини зі споживачами й іншими партнерами на досягнення спільних цілей; орієнтацію на аналіз, планування, реалізацію й контроль заходів, що викликають, стабілізують, підсилюють і відновляють ділові відносини із зацікавленими сторонами корпорації, головним чином зі споживачами, а також на створення взаємної цінності в процесі цих відносин; під-

тримку й розвиток мережі з індивідуальними споживачами для взаємної користі за допомогою взаємодії, індивідуалізації протягом тривалого часу.

Отже, з оглядом на актуальність двох означених концепцій пропонується їхнє поєднання, в разі чого одержуємо сукупність

партнерських відносин уздовж ланцюжка створення вартості. Схема можливих при цьому відношень, що виникають при впровадженні концепції маркетингу партнерських взаємин та залучення підприємства до ланцюга створення вартості, з точки зору одного з учасників логістичного ланцюга, подано на рис. 1.

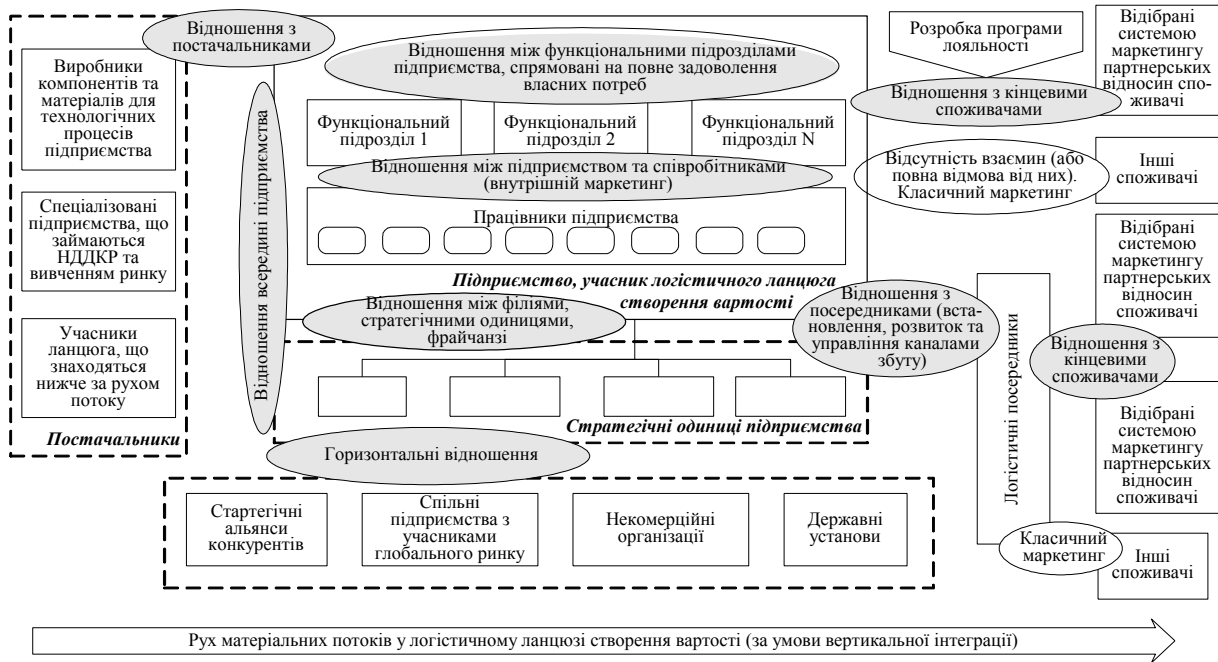


Рис. 1. Напрямки поєднання концепцій логістичних ланцюгів створення вартості та маркетингу партнерських взаємин у взаємозв'язку з пропонуваною типологією відношень

Водночас пропонується ввести певні обмеження, які варто враховувати при організації управління логістичними ланцюгами: єдиним суб'єктом, який вкладає кошти в ланцюг постачань, є кінцевий споживач, що приймає рішення про купівлю продукту; підтримка стабільного функціонування логістичної системи можлива лише за умови, коли всі члени ланцюга постачань отримують додатковий прибуток від своєї співпраці; управління ланцюгом постачань зводиться до забезпечення сприятливих умов для створення додаткової вартості. Таким чином, головною метою стає таке позиціонування організації у ланцюгу постачань, яке дозволяє їм забезпечити найвищі рівні задоволення споживачів і споживчої вартості за умови ефективного використання компетенцій усіх організацій, які беруть участь у даному ланцюгу постачань.

Як видно з рис. 1, концепція маркетингу партнерських взаємин дозволяє виділити два агрегованих рівня, пов'язаних з відносинами з кінцевим споживачем (програми лояльності) та з відносинами з партнерами всередині логістичного ланцюга створення вартості. При цьому можна стверджувати, що другий рівень маркетингу партнерських взаємин певною мірою пов'язаний з інституціональною теорією та запропонованими Н. Флігстином [10] полями взаємодії, на яких актори з різними організаційними можливостями вибудовують свою поведінку стосовно один одного.

У межах таких полів взаємодії одні учасники логістичної мережі починають домінувати й нав'язувати набори правил і відносин іншим учасникам. Іноді поширення вказаних на рис. 1 горизонтальних взаємин призводить до формування певної коаліції з метою переговорів з приводу умов, які забезпечать правила, вигідні їй учасникам. Якщо ринкова ситуація досить мінлива й з'являється безліч різних груп (об'єднань між постачальником та споживачем), не виключено, що найбільш кваліфіковані соціальні актори допоможуть перебороти існуючі між окремими ланками логістичної системи розходження, запропонувавши нові правила взаємин для даного поля. Разом з тим інституціональне будівництво й розвиток маркетингу партнерських взаємин може виявитися невда-

лим: розрізнені інтереси можуть перешкодити появі стабільних інститутів.

З цієї точки зору, використання маркетингу партнерських відносин спрямоване на формування інституціональної культури всередині логістичної системи (поля взаємодії), яка складатиметься з визначення правил співпраці окремих членів логістичного ланцюга, встановлення передумов використання організуючих технологій і меж самоорганізації, розробки програми лояльності ланок логістичної системи одна до одної. Слід зазначити, що сформована інституціональна культура буде унікальною для кожного окремого поля взаємодії, проте в формалізованому вигляді можна розробити схему процесу організації взаємодії між окремими ланками логістичного ланцюга створення вартості (ЛЛС) загальною кількістю N , запропонований варіант якої подано на рис. 2. Основою даної схеми є застосування методу послідовних поступок.



Рис. 2. Схема процесу узгодження інтересів учасників логістичного ланцюга створення вартості на основі розробки програм лояльності

Слід зазначити, що маркетинг партнерських відносин має значну інтегруючу властивість. Так, якщо формування логістичного ланцюга створення вартості відбувається без урахування маркетингових принципів, як правило, склад учасників логістичної системи формується випадково, необдуманно включаються ті або інші ланцюги, недооцінюється важливість присутності окремих ланок, що відповідають послідовним технологічним стадіям задоволення потреб споживача. Отже, для розширення взаємин із клієнтами перш за все необхідно визначитися з тим, який тип клієнтів пропонується залучити, з яким типом клієнтів співвідносяться майбутні вигоди, які нові споживачі ймовірно будуть цікавитися продукцією підприємства. Актуальними з точки зору продовження взаємодії є питання щодо визначення типу клієнтів, яких потрібно утримати, встановлення тих з них, що забезпечують найбільший прибуток або можуть перейти до конкурентів та ідентифікація незадоволених клієнтів. Поглиблення взаємин також вимагає постановки певних питань, а саме: з якими клієнтами підприємство спроможне створити додаткову цінність, які виробі можуть зацікавити специфічних клієнтів, які виробі купуються спільно з іншими.

З огляду на це заслугове більш детального розгляду аналітичне забезпечення розробки програм лояльності. До найбільш поширених методів можна віднести метод "лійки продажів" (розбиває логістичний процес на стадії, кожна з яких впливає на кінцевий обсяг продажу й визначає перспективи розвитку) та метод класифікації клієнтів MEANACTS (скорочення, що означає: money (гроші), emotions (емоції), authority (повноваження), need (потреба), areas of uniqueness (області унікальності), competition (конкуренція), timescale (строки), scale (масштаб)). Можливе також проведення опитувань респондентів щодо оцінки різних атрибутів пропонованого товару. Разом з тим варто відзначити певну їхню обмеженість, що обумовлена суб'єктивністю думок експертів або власними уподобаннями споживачів з фокус-груп.

Саме тому пропонується відбір споживачів для встановлення партнерських відносин ґрунтувати на основі побудови динамічних моделей лояльності, що встановлюватимуть залежність між коливанням рівня поведінкової лояльності й визначеними підприємством окремими її детермінантами. Задля цього можуть використовуватися методи кореляційного та регресійного аналізу (наприклад, залежність між рівнем прихильності споживача та окремими складовими програми лояльності чи атрибутами пропонованого товару) або будуватися MNL-модель.

Окрім того, пропонується широке застосування матричних методів, а саме: побудова матриць "кількість споживачів – тривалість співпраці", "динаміка закупівель – задоволеність клієнта", "тип лояльності – компоненти лояльності", "товар – ринок – клієнт", "задоволеність – лояльність" та вже на їх основі визначати стратегічні альтернативи розвитку підприємства й відбір споживачів. Отримання числових значень для визначення квадрантів матриць вважається доцільно засновувати на методології обробки нечіткої інформації та теорії множин. Аналогічними методами можна проводити внутрішнє катигорювання споживачів.

Таким чином, пропонується для зменшення невизначеності й негативного впливу ринкового оточення, підвищення рівня конкурентоспроможності й ефективності функціонування підприємства залучити його до участі в логістичних ланцюгах створення вартості й формувати інституціональні поля взаємодії на основі концепції маркетингу партнерських відносин. Разом з тим означений підхід вимагає проведення подальших досліджень у двох напрямках, а саме: в теоретичному обґрунтуванні шляхів побудови системи управління окремим підприємством, що діє в межах інтегрованого ланцюга створення вартості та організації управління безпосередньо корпоративною логістичною системою. Також необхідні деталізація можливих типів відносин у

системі маркетингу та постанова відповідно до них багатокритеріального завдання оптимізації програми лояльності.

Література: 1. Костоглодов Д. Д. Распределительная логистика / Д. Д. Костоглодов, Л. М. Харисова. — М.: Экспертное бюро, 1997. — 128 с. 2. Хэнфилд Р. Реорганизация цепей поставок: Пер. с англ. / Р. Хэнфилд, Э. Николс. — М.: Изд. дом "Вильямс", 2003. — 416 с. 3. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок / Под общ. ред. В. С. Лукинського. — СПб.: Питер, 2004. — 316 с. 4. Попова Ю. Сетевая концепция организации рыночной деятельности: новая модель эффективного управления // <http://www.marketingnews.ru/?id=341> 5. Hekanson H. International Marketing and Purchasing of Industrial Goods. — New York: JOHN WILEY & SONS, 1982. — 415 p. 6. Гоки Т. Пока они не ушли / Т. Гоки, С. Койлз // The McKinsey Quarterly. — 2002. — №2. — С. 23 – 34. 7. Егорова Н. Е. Маркетинг строительной продукции в условиях кооперации предприятий / Н. Е. Егорова, М. А. Макаренный // Маркетинг в России и за рубежом. — 2001. — №5. — С. 12 – 32. 8. Куш С. П. Сравнительный анализ основных концепций теории маркетинга взаимоотношений // Вестник Санкт-Петербургского университета. — 2003. — Сер. 8. — №32. — С. 3 – 25. 9. Гордон Я. Х. Маркетинг партнерских отношений / Пер. с англ.; [Под ред. О. А. Третьяк. — СПб.: Питер, 2001. — 384 с. 10. Флигстин Н. Поля, власть и социальные навыки: критический анализ новых институциональных течений // Экономическая социология. — 2001. — №4. — Т. 2. — С. 28 – 55.

Стаття надійшла до редакції
24.03.2006 р.

УДК 658.011.3

Коюда В. О.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

In the article the approaches to the management system of economic risks and to its constituents are generalized and systematized. The management system of economic risks of an enterprise and its constituents, considering its new clarification is proposed.

Загальний концептуальний підхід до управління економічним ризиком полягає в наступному: виявлення на основі аналізу впливу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства й можливих наслідків підприємницької діяльності в ризиковій ситуації; розробка заходів, що не допускають або запобігають, або зменшують розмір збитку від впливу до кінця неврахованих ризикових факторів, непередбачених обставин; реалізація такої системи адаптації підприємництва до ризиків, що дозволяє не тільки нейтралізувати або компенсувати негативні ймовірні результати, а й максимально використовувати шанси на одержання високого доходу. Слід звернути увагу на існування будь-якої системи з урахуванням її збалансованості. Якщо вона порушується, то система адаптується на певний період (поки немає

катастрофічної ризикової ситуації), а потім необхідно впроваджувати заходи для збереження балансу в системі або здійснювати реструктуризацію чи реорганізацію для ліквідації розбалансованості. Усе це потребує детального аналізу з урахуванням змін зовнішнього та внутрішнього оточення підприємства.

Визначення "управління економічним ризиком" повинне базуватися на економічному змісті ризику та його управління як економічних категорій [1 – 7]. *Управління ризиком* – це процес виявлення рівня невизначеності (відхилень у прогнозованому результаті), прийняття й реалізації управлінських рішень, негативний вплив на процес та результати відтворення випадкових факторів, і при цьому повинен забезпечуватися високий рівень підприємницького доходу. Управління економічними ризиками (УЕР) є багатоступеневим процесом і на сьогодні нема єдиного (однозначного) підходу щодо організації його на підприємстві, як і недопрацьовані певні теоретичні, методичні та організаційні аспекти цієї проблеми [6 – 12].

На основі розглянутих праць [1 – 30] з проблем управління економічними ризиками (УЕР) слід відмітити найбільш актуальні питання цієї проблеми на сучасному етапі трансформаційної економіки: 1) насамперед це визначення однозначного тлумачення термінів щодо управління ризиком як системи, її складових, організації функціонування, ієрархії, взаємозв'язку та взаємовідносин елементів цієї системи та забезпечення ефективності її (системи) функціонування для стабілізації, подальшого розвитку підприємств будь-якої форми власності та організаційно-правової форми господарювання; 2) визначення місця, ролі та необхідності інформаційної бази для УЕР на всіх рівнях і особливо на підприємствах; 3) створення підсистеми УЕР підприємства як невід'ємної складової загальної системи управління суб'єкта господарювання з урахуванням специфіки та особливості функціонування підприємства як системи. Розглядаються питання з ефективності УЕР, і вирішення цього потребує, насамперед, необхідної інформації, на це звертають увагу всі вчені, фахівці й спеціалісти і про це свідчить досвід функціонування, розвитку та становлення суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки на сучасному етапі [7; 11; 21; 24]. У цілому для аналізу УЕР потрібні перш за все великий обсяг інформації та значний період часу, і до цього є певні вимоги, які ставлять користувачі цих даних.

Процес УЕР досить складна економічна категорія. Процес – це сукупність послідовних дій щодо досягнення певного результату, тобто процес управління ризиком (УР) – окрема категорія теорії ризику, що притаманна в деякій мірі загальній системі управління, яка має свої особливості. Так, у роботах авторів [7; 11; 26; 28; 29] іноді ототожнюється управління ризиком з ризик-менеджментом. Слід зазначити, що ризик-менеджмент – це складова системи УЕР підприємства.

Отже, на думку автора, процес УР – це сукупність послідовних управлінських дій, що охоплює аналіз можливих (тобто потенційних) ризиків (їх виявлення, оцінку та визначення міри впливу), вибір методів щодо впливу на ризик та їх застосування й подальшу оцінку результатів УЕР. Слід звернути особливу увагу на інформаційну базу та інформаційні процеси підприємства (постійним збором, накопиченням та аналізом інформації на постійній і систематичній основі). Кожний етап процесу УЕР має відповідний обсяг інформації, що постійно оновлюється та доповнюється і є складовою підприємства як системи. Чим більше інформації, тим краще, і це дає можливість об'єктивно її використовувати в процесі УЕР підприємства. Наявність інформації, якою володіє підприємство в певний період часу, має вплив на кожен етап УЕР [7; 11; 24; 28; 29], а саме: 1) аналіз середовища підприємства та виявлення зовнішніх і внутрішніх ризиків ґрунтується на інформації, ризикоутворюючих факторах та умовах діяльності, які постійно змінюються. Один з основних факторів, що спричиняє появу ризику, є невизначеність, яка

властива всім видам та сферам діяльності суб'єкта. Управлінська інформація вміщує минулі й теперішні часи, на основі чого формується на майбутнє з урахуванням зовнішнього та внутрішнього середовища, яке постійно змінюється; 2) оцінка всіх потенційних ризиків з урахуванням впливу факторів та умов діяльності суб'єкта господарювання на основі інформаційної бази; 3) обґрунтування та вибір методів (засобів, прийомів) впливу на ризик. Вибір здійснюється на базі інформованості суб'єкта УЕР щодо можливих та існуючих методів впливу і сфери їх використання; 4) застосування методів (засобів, прийомів) впливу на економічні ризики. Це пов'язане з оперативним використанням, насамперед, інформації щодо можливих випадків застосування того чи іншого методу в минулому на підприємстві, про сучасні способи та новітні підходи у використанні методів і наукові розробки з цих питань та ін.; 5) контроль за результатами УЕР пов'язаний з обізнаністю суб'єктом управління та зі станом підприємства в минулому, на час розробки програми з управління і на момент аналізу результатів. Наявна інформація постійно та систематично зазнає змін і тому це потребує корегування на основі аналізу, оцінки, вибору методів тощо, тобто на всіх етапах УЕР [11; 21].

Можливість взаємозв'язку між етапами управління та інформаційною базою зумовлюється фактором часу й впливом різних чинників на ризики та потенційною можливістю змін інформаційних даних підприємства і необхідністю коригування етапів УЕР. Зворотний зв'язок забезпечує безпосередньо здійснення процесу УЕР з урахуванням змін ризикоутворюючих факторів [9].

Проведені дослідження та аналіз за джерелами накопиченого досвіду [1 – 30] щодо системи УР свідчить, що сьогодні відсутній єдиний підхід до підприємства як системи та його основних підсистем, які, насамперед, пов'язані з усіма видами діяльності. На думку автора, однією з головних підсистем підприємства в цілому є система УЕР підприємства, яка повинна бути взаємозв'язана із загальною системою управління підприємства незалежно від предмету діяльності, галузі, форми власності, організаційно-правової форми господарювання й т. ін. На підставі проведеного дослідження та аналізу теоретичних і практичних підходів щодо УР [1; 2; 6; 8; 9; 11 – 13; 15; 16; 20 – 22; 28 – 30] пропонується наступна система УЕР на підприємстві (рис. 1). Практичний досвід українських підприємств свідчить, що в управлінській діяльності сьогодні є лише окремі складові системи УЕР. Це говорить про основні недоліки щодо процесу УЕР [7; 11; 24; 28] на підприємстві: 1) відсутні цілі та визначене коло головних завдань щодо УЕР; 2) процес управління здійснюється хаотично без відповідної організації та вимог щодо теоретичних, методичних і організаційних підходів; 3) відсутня належна інформаційна база підприємства щодо УЕР; 4) відсутня система УЕР, яка є складовою підприємства, та погодженість зі стратегією підприємства і його загальною системою управління; 5) фактично завдання УЕР пов'язані з виконанням в основному посадових інструкцій працівниками окремих підрозділів підприємства [6].

На основі розглянутих джерел [1 – 30] та точок зору фахівців слід відмітити наступне. Ризик-менеджмент – це складна динамічна, відкрита система процесу УР за функціями (планування, організація, оперативне управління, контроль). Пропонується розглядати менеджмент ризику як самостійну підприємницьку діяльність відповідних інфраструктур в умовах ринкових відносин. Досліджені методичні та організаційні підходи свідчать про висвітлювання ризик-менеджменту як системи на основі системного підходу за економічним, організаційним і функціональним змістами. Більш детально це запропоновано в таблиці. На думку автора, ризик-менеджмент за економічним змістом становить систему УЕР, у якій елемент – це ризик й відносини, що виникають у процесі цього управління.

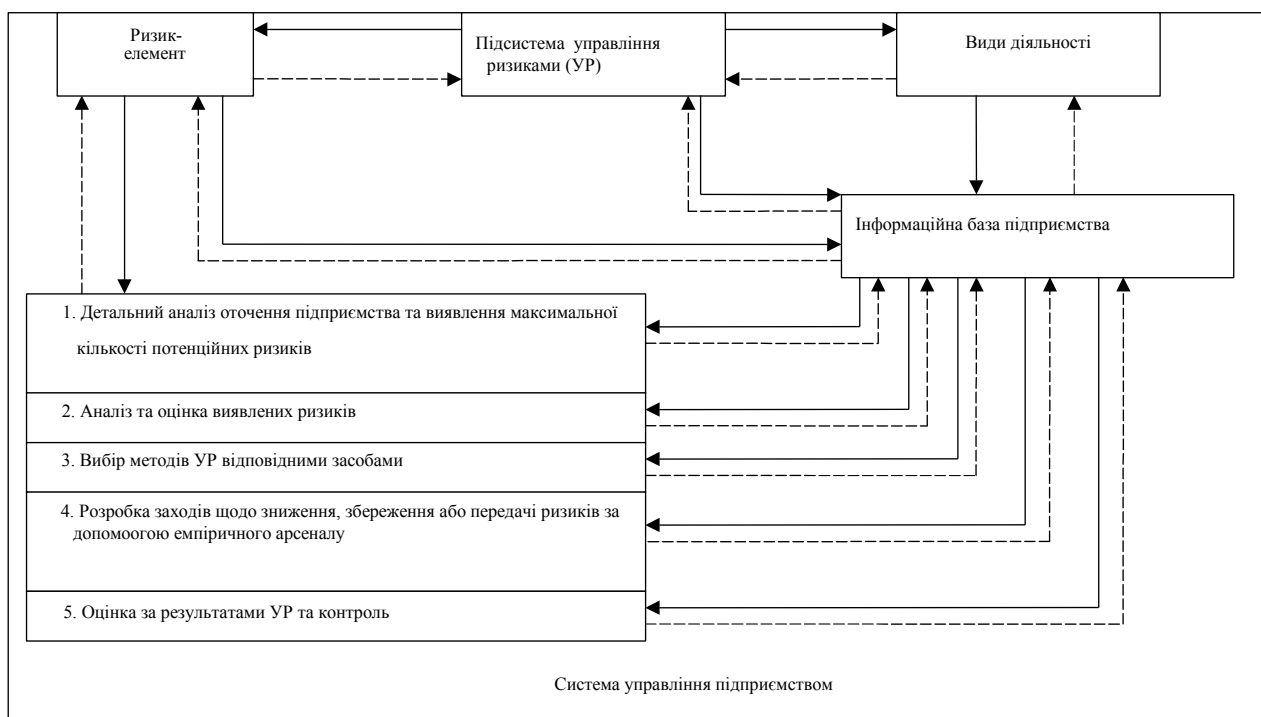


Рис. 1. Запропонована система управління ризиками підприємства

Таблиця

Зміст ризик-менеджменту

№ п/п	Характеристика підходів
1	<i>За економічним змістом</i> як система УР за етапами: 1) визначення ризиків та їх мети на основі відповідної інформаційної бази; 2) аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища суб'єкта господарювання; 3) визначення ймовірностей ризикових подій; 4) виявлення ступеня й величини ризику; 5) обґрунтування та вибір варіантів на основі співставлення прибутку й ризику; 6) вибір стратегії УР; 7) вибір методів та прийомів УР з урахуванням особистостей; 8) розробка програми дій щодо зниження ризиків (організація виконання та контроль); 9) аналіз та оцінка вибраного рішення
2	<i>За організаційним змістом</i> як система заходів щодо розробки та обґрунтування технології процесу УР, яка змінюється та вдосконалюється на постійній основі
3	<i>За функціональним змістом</i> (функціональні служби різного рівня, в тому числі і підприємства – відповідна організаційна структура) – це система, якій притаманні відповідні функції конкретно для об'єкта й суб'єкта УР
4	<i>Ризик-менеджмент</i> вміщує стратегію (прогнозування за відповідними правилами) і тактику (набір практичних методів та засобів) УР

Управління ризиками рекомендується виконувати за етапами. Технологія процесу УЕР повинна постійно вдосконалюватися, уточнятися та коректуватися відповідним органом (апарат управління підприємством – відповідні структури) для забезпечення ефективного управління. Апарат управління підприємства має виконувати відповідні функції, пов'язані з основними видами діяльності: операційна, інноваційно-інвестиційна та фінансова згідно із законодавчо-нормативною базою; розробляти програму діяльності з урахуванням ризиків; вивчати, накопичувати інформаційну базу про внутрішнє та зовнішнє середови-

ще; визначати ступінь і втрати щодо ризикових подій; формувати стратегію та емпіричний потенціал УЕР; здійснювати страхування; розробляти програму ризикових управлінських рішень, вибір, контроль та аналіз результатів.

Прогнозування діяльності згідно із загальною стратегією підприємству рекомендується здійснювати за відповідними правилами, які необхідно конкретизувати до ситуації ризику та визначати практичні методи й засоби впливу, координації та УЕР. Використання методів УЕР повинне бути направлене на зменшення несприятливого впливу тих або інших факторів на результати підприємства. Необхідно обґрунтовувати ризикові рішення та способи вибору найбільш ефективних варіантів.

Підприємство – це відкрита, складна, динамічна, соціально-економічна й екологічно відносно незалежна система [21], яка входить у відповідну систему вищого порядку (мезо- та макросистеми). Системи зовнішнього й внутрішнього середовища впливають на результати діяльності сучасного підприємства. Забезпечення ефективності УЕР потребує виділення окремих видів та їх класифікацію за певними ознаками. Пропонується до практичного використання класифікація за ознакою розподілу ризиків на внутрішні та зовнішні [21; 23], що відповідає вимогам дослідження й використання цього підходу в системі УЕР на підприємстві. Зовнішні ризики – це такі, що пов'язані безпосередньо з діяльністю виробників, їх контрагентів та викликані впливом зовнішнього середовища підприємства, а внутрішні – залежать від конкретних параметрів і викликані внутрішніми факторами та умовами діяльності підприємства.

Ризик супроводжує всі види діяльності будь-якого суб'єкта господарювання [7; 11; 24; 28 та ін.] й проявляється або через об'єктивні особливості його розвитку, або як наслідок зовнішнього впливу (макросистеми) на цей суб'єкт [2]. На підставі розглянутих підходів, а саме: 1) урахування класифікації ризиків підприємства на внутрішні та зовнішні; 2) прояв ризиків через особливості розвитку самого підприємства з урахуванням внутрішнього середовища й впливу зовнішніх факторів, пропонується вирішувати проблеми УЕР суб'єктів господарювання. Сутність цього підходу полягає у вирішенні проблем ризиків на підприємстві відносно самого суб'єкта (1) та макросистеми (2) відносно суб'єкта за допомогою інструментів УЕР, що мають також характерні особливості для кожної групи проблем.

У залежності від рівня розгляду проблем ризику вони об'єднуються у дві великі групи цілей: 1) конкретного суб'єкта господарювання як системи, що функціонує, розвивається, вдосконалюється у певному макросередовищі (мезо- та мікрорівень); 2) макросередовища з питань УР у суб'єкта господарювання. На думку авторів [2], яку поділяє і автор статті, методологія та інструментарій, що рекомендуються до використання для УЕР у цих двох групах, істотно відрізняються. На основі зазначеного вище та системного підходу до управління ризиками рекомендується застосовувати такі поняття:

1) "ризик-менеджмент" – це управління ризиками, що проявляються через об'єктивні особливості розвитку безпосередньо самого суб'єкта господарювання;

2) "регулювання й координація ризиків" – це управління ризиками, які є наслідком зовнішнього впливу (макросистеми) на суб'єкт господарювання.

Запропонований підхід передбачає умовний розподіл вирішення проблем УЕР суб'єкта господарювання для створення ефективно діючої системи УР підприємства. Ця система УЕР повинна функціонувати на основі розробленої програми УР й забезпечувати найкращі результати діяльності суб'єкта господарювання. На рис. 2 наведені складові загальної системи УЕР підприємства з урахуванням самого суб'єкта та його оточення

– макросистеми. Питання відокремлення управління ризиком і ризик-менеджменту в окремі категорії теорії економічного ризику є досить складним через наявність суперечливих поглядів на тотожність понять "управління" та "менеджмент". Менеджмент можна тлумачити як вміння добиватись поставлених цілей, вид діяльності з керівництва людьми або область знань людини, що допомагає здійснити функцію управління [25], чи мистецтво управління інтелектуальними, фінансовими, матеріальними та іншими ресурсами. Управління – це керівництво, спрямування діяльності, дій кого-небудь або чого-небудь чи великий підрозділ якогось закладу тощо.

Питання визначення управління та ризик-менеджменту розглянуто в роботах [6; 7; 10; 11; 24; 28]. На думку автора, ці поняття доцільно розділяти між собою, оскільки в деяких випадках вони несуть різне змістовне навантаження. Так, УР є частиною загального управління підприємства, яке має за мету вирішення конкретного ряду завдань та запобігання реалізації негативних наслідків ризику і вимагає глибоких комплексних знань ряду економічних та управлінських наук. А ризик-менеджмент – це комплексна система УР, що має своє коло завдань та свій власний інструментарій з УР, об'єкт та суб'єкт управління, стратегію й тактику та ін.

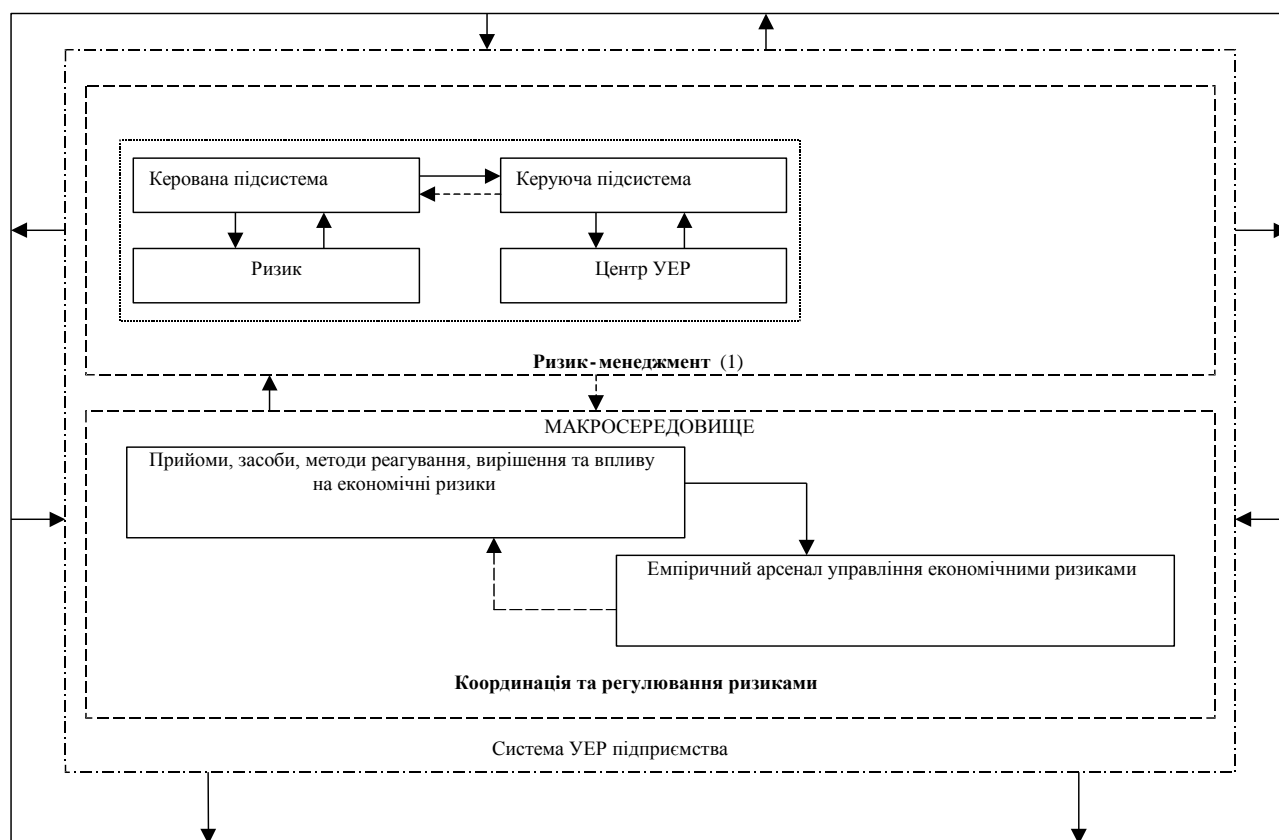


Рис. 2. Складові системи УЕР на підприємстві

У результаті проведених досліджень та аналізу праць фахівців, вчених [1 – 30] пропонуються наступні заходи щодо поліпшення системи УЕР у діяльності підприємства: 1) створення централізованої системи УР з використанням відокремлених центрів ризику (Центр УЕР) як складової загальної системи УР підприємства. Формування бази даних слід здійснювати на постійній основі і для цього необхідно залучати як фахівців підприємства з конкретизацією питань управління витрат, управлінського обліку, так і зовнішнього фахівця з ризик-менеджменту й контролінгу; 2) виділення центрів УР на основі посадових ін-

струкцій відділів та витрат, що контролюються цими підрозділами підприємства; 3) запровадження нової посади – ризик-менеджера. Головна його функція – централізоване УЕР, організація роботи з інформаційною базою та відповідальність за розробку загальної програми УР підприємства. Усе це потребує розробки відповідної інструкції для належної організації робочого місця; 4) використання певних економіко-математичних методів кількісної оцінки ризиків та методів якісних оцінок ризиків за допомогою управлінців центрів ризику; 5) систематичне проведення діагностування процесу УЕР на підприємстві на основі моделей,

запровадження комп'ютерної мережі та використання сучасних математичних пакетів і баз даних тощо.

Наведені пропозиції щодо формування та функціонування підсистеми управління економічними ризиками можуть бути використані практично на всіх підприємствах незалежно від форми власності та організаційно-правової форми господарювання і стати предметом дослідження щодо системи конкретного суб'єкта та її складових відповідно до вимог часу.

Література 1. Балабанов И. Т. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 192 с. 2. Буянов В. П. Рискология / В. П. Буянов, К. А. Кирсанов, Л. М. Михайлов. – М.: Изд. "Экзамен", 2003. – 384 с. 3. Вербицька Г. Л. Управління економічним ризиком // Фінанси України. – 2004. – №4. – С. 34 – 41. 4. Гранатуров В. М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения. – М.: Дело и сервис, 1999. – 112 с. 5. Чалый-Прилуцкий В. А. Рынок и риск. Методические материалы (пособие для бизнесменов) по анализу, оценке и управлению риском. – М.: НИУР, Центр СИНТЕК, 1994. – 136 с. 6. Дуброва О. С. Формування комплексної системи управління господарськими ризиками (за матеріалами підприємств олійно-жирової галузі): Автореферат на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук. – К.: КНЕУ, 2004. – 24 с. 7. Лапуста М. Г. Риски в предпринимательской деятельности / М. Г. Лапуста, Л. Г. Шаршукова. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 224 с. 8. Рогов М. А. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 120 с. 9. Вяткин В. Н. Управление рисками в рыночной экономике / В. Н. Вяткин, В. А. Гамза, Ю. Ю. Екатеринославский, Дж. Дж. Хэмптон. – М.: ЗАО "Изд. "Экономика" 2002. – 196 с. 10. Уткин С. Риски – это серьезно! // Финансовый директор. – 2003. – №6. – С. 5 – 9. 11. Шапкин А. С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций. – 2-е изд. – М.: Дашков и К^о, 2004. – 544 с. 12. Юхимчук С. В. Математичні моделі ризику для систем підтримки прийняття рішень. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2003. – 188 с. 13. Вербицька Г. Л. Оцінка економічного ризику // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №4. – С. 129 – 136. 14. Внукова Н. М. Базова методика оцінки економічного ризику підприємств / Н. М. Внукова, В. А. Смоляк // Фінанси України. – 2002. – №10. – С. 15 – 21. 15. Вітлінський В. В. Ризик у менеджменті / В. В. Вітлінський, С. І. Наконечний. – К.: ТОВ "Борисфен-М", 1996. – 336 с. 16. Вітлінський В. В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко. – К.: КНЕУ, 2000. – 292 с. 17. Грабовой П. Г. Риски в современном бизнесе / П. Г. Грабовой, С. Н. Петрова, С. И. Полтавцев. – М.: Аланс, 1994. – 236 с. 18. Гранатуров В. М. Риски підприємницької діяльності: Проблеми аналізу / В. М. Гранатуров, О.Б. Шевчук. – К.: Зв'язок, 2000. – 152 с. 19. Давыдов С. Б. Об оценке инвестиционного риска // Риски в рыночной экономике: Тематическое досье. – Харьков, 1995. – С. 24 – 27. 20. Економічний ризик: ігрові моделі. / За заг. ред. В. В. Вітлінського. – К.: КНЕУ, 2002. – 448 с. 21. Гриньова В. М. Інвестиційний менеджмент / В. М. Гриньова, В. О. Коюда, Т. І. Лепейко, О. П. Коюда, Ю. М. Великий. – 2-ге вид., допрац. і доп. – Харків: ВД "ИНЖЕК", 2005. – 664 с. 22. Клебанова Т. С. Теория экономического риска / Т. С. Клебанова, Е. В. Раевнева. – Харьков: Изд. дом "ИНЖЕК", 2003. – 156 с. 23. Коюда П. М. Характеристика та класифікація ризиків / П. М. Коюда, О. П. Коюда // Комунальне господарство міст (укр. і рос. мовами): Науково-технічний збірник. – 2006. – Вип. 65. – С. 115 – 129. 24. Маркетинг менеджмент. Научное издание / Под ред. д.е.н., академичка АЭН України, зав. кафедрой маркетингового менеджмента Донецкого государственного университета экономики и торговли им. М. Туган-Барановского Л. В. Балабановой. – Донецк: ДонГУЭТ, 2001. – 596 с. 25. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2002. – 704 с. 26. Назарова Г. В. Оценка хозяйственного риска производства лекарственного препарата / Г. В. Назарова, В. А. Коюда, О. П. Коюда // Вісник ХДЕУ. – 1997. – №2. – С. 64 – 68. 27. Подольчак Н. Оцінка економічного ризику підприємства на основі кластерного аналізу // Регіональна економіка. – 2002. – №4. – С. 260 – 266. 28. Вяткин В. Н. Риск-менеджмент / В. Н. Вяткин, И. В. Вяткин, В. А. Гамза, Ю. Ю. Екатеринославский, Дж. Дж. Хэмптон; [Под ред. И. Юргенс. – М.: Дашков и К^о, 2003. – 512 с. 29. Устенко О. Л. Теория экономического риска. – К.: МАУП, 1997. – 164 с. 30. Хохлов Н. В. Управление риском: Учебное пособие. – М.: Юнити, 1999. – 240 с.

Стаття надійшла до редакції
13.04.2006 р.

УДК 658.7

Колодізева Т. О.
Руденко Г. Р.

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

In the article the influence of the group of factors upon the efficiency of logistical management at the enterprises and the criterion of its estimation are considered. The practical proposals of increasing the efficiency of logistical management are given.

Актуальність впровадження логістичного менеджменту в практику діяльності промислових підприємств України зумовлена вимогами ринкової економіки. В умовах загострення конкуренції між виробниками продукції логістичний менеджмент набуває свого безпосереднього статусу і значення, але залишається проблемним його впровадження в діяльність підприємств, забезпечення функціонування та підвищення його ефективності.

Мета статті — виявлення та узагальнення групи факторів, які впливають на підвищення ефективності логістичного менеджменту, та визначення критеріїв оцінки його рівня на підприємствах. Вважаємо, що цей етап є початковим етапом на шляху детального дослідження та пошуку напрямків підвищення рівня та ефективності логістичного менеджменту на підприємствах в сучасних умовах.

Різні аспекти логістичного менеджменту досліджують вчені В. Козловський, Е. Козловська, М. Савруков [1], С. Крикавський [2], Л. Миротін, О. Некрасов [3], І. Сидоров [4], О. Тридід, К. Таньков, Т. Колодізева [5], І. Ташбаєв, О. Бульба [6], О. Чеботаєв [7], Р. Баллоу [8], Д. Бауерсокс, Д. Клосс [9], М. Кристофер [10], Д. Уотерс [11]. Проблема ефективності логістичного менеджменту розглядається в працях М. Залманової [12], М. Окландера, О. Хромова [13], А. Семененка, В. Сергєєва [14] та інших вчених. Автори статті визначають логістичний менеджмент як підсистему менеджменту, яка поєднує засади теорії й практики менеджменту та логістики з метою досягнення оптимальних рішень для підприємства як мікроекономічної системи. У дослідженні ефективності логістичного менеджменту пропонується, насамперед, виділити основні блоки факторів, які впливають на цю ефективність, та основні критерії оцінки його рівня (рисунок).

Серед факторів, що впливають на рівень та ефективність логістичного менеджменту, особливе значення мають масштаб бізнесу та ступінь господарської самостійності підприємства. Як свідчать проведені дослідження, на малих підприємствах на сучасному етапі формується лише уявлення про елементи логістичного менеджменту. На середніх підприємствах спостерігаються дві тенденції:

а) як і на малих, так і на середніх підприємствах також формується лише уявлення про елементи логістичного менеджменту. Це пояснюється тим, що управлінський потенціал середнього підприємства об'єктивно на даний момент ще не може перейти в нову якість оптимізації управління. І воно залишається більш традиційним, ніж логістичним;

б) на середніх підприємствах об'єктивно виявляється можливість більшої концентрації творчих задумів управлінського персоналу, що стимулює впровадження оптимізаційних заходів в управління потоковими процесами на підприємствах. Усвідомлення потреби у впровадженні логістичного менеджменту на

середніх підприємствах сприяє введенню посади логіста. І все ж таки, логістичний менеджмент залишається на початковій стадії свого розвитку, яка характеризується фрагментарним впро-

вадженням логістичних заходів, відсутністю системного функціонування логістики на підприємстві.

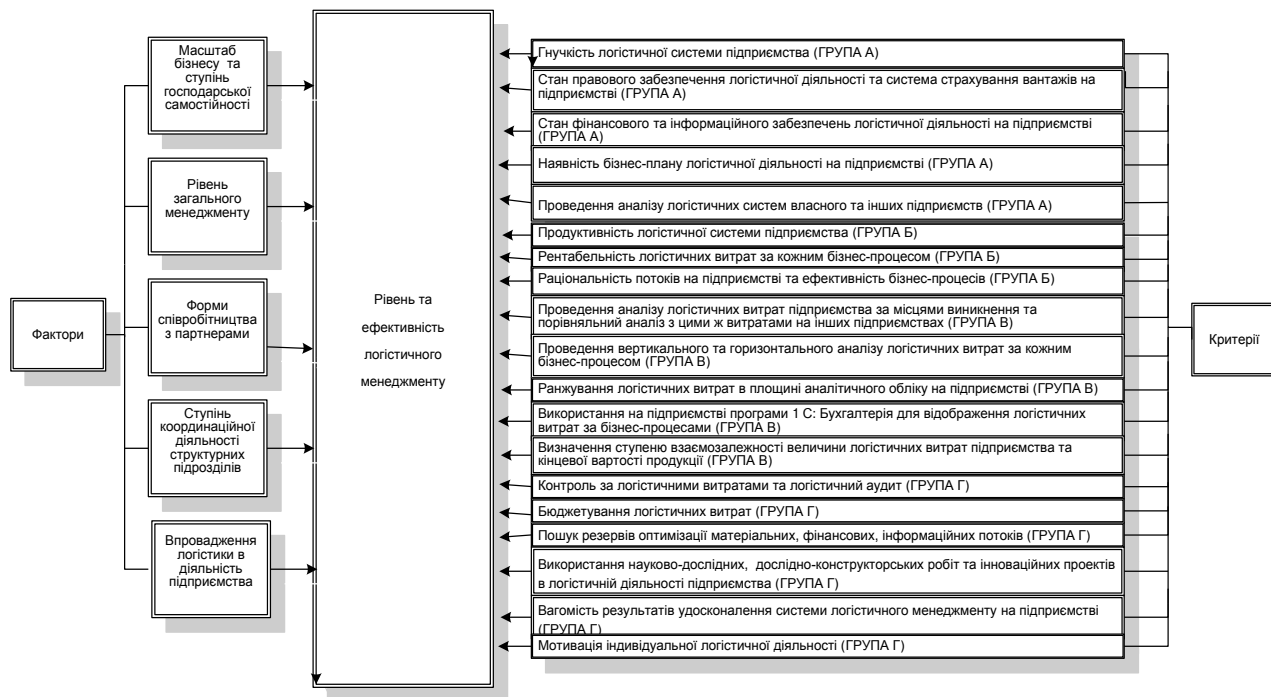


Рис. Фактори, які впливають на ефективність логістичного менеджменту та промислових підприємствах, та критерії оцінки його рівня

На великих підприємствах рівень управління об'єктивно зумовлює необхідність впровадження логістичного менеджменту. Функції управління поєднуються в окремі операційні блоки оптимізації, що забезпечує синергію основних управлінських функцій з функціями логістичними. Зміни в управлінні відбуваються і на організаційних перетвореннях на підприємствах у напрямку виділення логістики як окремого відділу, підвищення його статусу, повноважень та ефективності. Однак, незавершеність перетворень призводить до того, що підсистема логістичного менеджменту не може цілком інтегруватися в систему управління підприємством.

Логістичний менеджмент і загальний менеджмент знаходяться у співвідношенні частини й цілого. Становлення та розвиток логістичного менеджменту є можливим тільки в межах високорозвинутого загального менеджменту.

Сутність та зміст оптимізації управлінської діяльності на підприємстві, піднятої на рівень логістичного менеджменту, також формується в ході співробітництва з партнерами. З цього випливає необхідність подолання обмеженого підходу у визначенні ефективності логістичного менеджменту, коли не приймається до уваги ступінь інтеграції в логістичному ланцюгу. До форм співробітництва з партнерами належать наступні: партнерство; стратегічний союз; стороння логістика (з залученням логіста зі спеціалізованої організації в якості консультанта); участь у прибутках тощо. За впливовістю цих форм на ефективність логістичного менеджменту на цей час вони розподіляються на наступні:

- а) на такі, що використовуються вже зараз (партнерство, участь у прибутках);
- б) на такі, що будуть актуальними в перспективі (стратегічний союз, стороння логістика).

Координаційна діяльність структурних підрозділів підприємства справляє вплив на рівень та ефективність логістичного

менеджменту через принципи комплексності й інтеграції. Це означає не підпорядкування в процесі управління одних підрозділів іншим, а управління через їх відносну самостійність і розкриття відповідного управлінського потенціалу. Ступінь скоординованості діяльності виявляє наступну залежність: наскільки повно узгоджена управлінська діяльність на підприємстві, настільки ж підвищується ефективність логістичного менеджменту. Ступінь скоординованості діяльності також залежить від співвідношення централізації і децентралізації управлінської діяльності. Такий підхід досить актуальний для процесу управління на середніх і, особливо, на великих підприємствах. На підвищення ступеня координації та інтеграції на підприємстві спрямовані функції логіста.

Впровадження та підвищення ефективності логістичного менеджменту на підприємствах України пов'язані з використанням західного управлінського досвіду, носіями якого виступають відділи або асоціації логістики; підприємства, що спеціалізуються на наданні різноманітних логістичних послуг, починаючи від транспортування, вантажопереробки та закінчуючи консультативними послугами. На українських підприємствах логістичну діяльність доцільно організувати через заснування посади логіста. Впровадження посади логіста на підприємстві і його тісна співпраця із заступниками генерального директора будуть сприяти централізації та координації стратегічного управління поточними процесами з метою максимізації прибутку підприємства в цілому.

Основним завданням логіста має бути впровадження економіко-математичних й оптимізаційних методів у систему управління матеріальними, фінансовими, інформаційними потоками на підприємствах. Система управління повинна забезпечувати максимальне задоволення споживчого попиту через оптимальні витрати в кожному вузлі траєкторії руху матеріальних та супроводжуваних потоків. Реальні факти господарської діяльності на

підприємствах України визначають створення відділів логістики на підприємствах як завдання на перспективу.

В якості критеріїв оцінки рівня та ефективності логістичного менеджменту пропонується розглядати виконання чи невиконання конкретних логістичних управлінських заходів, а також досягнутий рівень результативності логістики на підприємстві. З метою виявлення та узагальненої оцінки рівня та ефективності логістичного менеджменту на підприємстві автори вважають за доцільне об'єднати ці критерії в чотири групи: А, Б, В, Г (рисунок).

Критерії з групи А визначають гнучкість, забезпечення та стан логістичної системи. Враховуються зв'язок внутрішнього і зовнішнього логістичного середовища; рівень правового, страхового, фінансового, інформаційного забезпечення; проведення порівняльного аналізу логістичних систем власного підприємства з іншими підприємствами. Група А є вихідним пунктом матеріальної оцінки рівня та ефективності логістичного менеджменту на підприємстві.

Група Б містить критерії оцінки рівня та ефективності логістичного менеджменту в напрямку його впливу на ключові показники управління діяльністю підприємства: на продуктивність логістичної системи; на рентабельність логістичних витрат, на раціоналізацію потоків, на ефективність бізнес-процесів.

Щодо групи В, то критерії оцінки рівня та ефективності логістичного менеджменту зосереджуються на виявленні логістичних витрат у загальних витратах; їх структурному, вертикальному та горизонтальному аналізах на підприємстві в порівнянні з іншими підприємствами; зосереджуються на ранжуванні логістичних витрат в площині аналітичного обліку (з врахуванням використання програми 1 С: Бухгалтерія) і передбачають в результаті взаємозалежності величини логістичних витрат та кінцевої вартості продукції.

Група Г об'єднує наступні критерії оцінки рівня та ефективності логістичного менеджменту: здійснення контролю за логістичними витратами, логістичного аудиту, бюджетування логістичних витрат, пошуку резервів оптимізації основних потоків. Вагомість результатів удосконалення системи логістичного менеджменту залежить не тільки від об'єктивних передумов, а й від людського фактора — мотивації індивідуальної логістичної діяльності, стимулювання творчої ініціативи.

Зазначені фактори, що впливають на ефективність логістичного менеджменту на промислових підприємствах, та критерії оцінки його рівня можна практично застосувати при дослідженні стану та ефективності логістичного менеджменту на підприємствах. Вивчення різних методів збору інформації показало, що зручним у використанні є анкетування. Фактори і критерії, які наведені на рисунку, були сформульовані в розробленій нами анкеті в якості запитань. Дані анкетного опитування спеціалістів харківських підприємств різного масштабу бізнесу (малі, середні, великі) були оброблені за допомогою кластерного аналізу. В якості показників кластеризації були обрані наступні:

а) рівень загального менеджменту на підприємстві, який визначається експертним методом, тобто спеціаліст кожного підприємства проставляє відповідний бал (високий, вище середнього, середній, нижче середнього, низький);

б) рівень логістичного менеджменту на підприємстві. Цей показник оцінювався експертно на підставі відповідей фахівців підприємств на наступні запитання анкети: чи проводиться аналіз логістичної діяльності на власному підприємстві; чи оцінюється продуктивність логістичної системи; чи ранжуються логістичні витрати в площині аналітичного обліку; чи проводиться вертикальний і горизонтальний аналіз та чи розраховуються коефіцієнти рентабельності логістичних витрат за кожним бізнес-процесом; чи відбувається пошук резервів оптимізації основних потоків; чи розробляється бізнес-план логістичної діяльності на підприємстві й т. і. Сума балів за кожним з цих запитань буде визначати рівень та ефективність логістичного менеджменту на підприємстві.

За допомогою кластерного аналізу було виявлено дві групи (два кластери) підприємств: **перша група (кластер)** — великі та середні — з високим та вище середнього рівнями загального менеджменту, які ще системно не використовують логістику у своїй діяльності, але мають передумови для цього, і **друга група (кластер)** — підприємства, що є представниками малого бізнесу та які мають середній і вище середнього рівні загального менеджменту й ще не використовують логістику в діяльності. Це означає, що на сучасному етапі одним з суттєвих факторів, який впливає на підвищення ефективності господарювання за рахунок впровадження логістики, є масштаб бізнесу. Отже, необхідність впровадження логістичного менеджменту пов'язана з обсягами та інтенсивністю матеріальних, фінансових, інформаційних потоків на підприємствах різного масштабу бізнесу. Зрозуміло, що, чим більший масштаб діяльності підприємства, тим більшими є: матеріальний потік (закупівля сировини та матеріалів у великих масштабах, відповідно, великий обсяг виробництва та збуту); фінансовий потік (великий обіг капіталу та обсяг грошових коштів); інформаційний потік (підвищений попит на інформацію).

Основу впливу масштабу бізнесу на рівень та ефективність логістичного менеджменту становлять: окупність впровадження логістики та посади логіста (грошовий обіг підприємства визначає досягнення безбитковості логістичних заходів); пом'якшення ризиків підприємницької діяльності (на великих підприємствах вони більші); зростання конкурентоспроможності підприємства (на великих підприємствах можливості для оптимізації значно більші); організаційні заходи та підвищення ефективності загального менеджменту.

Таким чином, авторами виявлені основні фактори, які впливають на підвищення ефективності логістичного менеджменту та визначені критерії оцінки його рівня на вітчизняних підприємствах. Подальшому дослідженню підлягає практичне використання цих факторів і критеріїв у напрямку досягнення нового рівня логістичного менеджменту на підприємствах.

Література: 1. Козловский В. А. Логистический менеджмент: Учеб. пособие. / В. А. Козловский, Э. А. Козловская, Н. Т. Савруков. — 2-е изд., доп. — СПб.: Изд. "Лань", 2002. — 272 с. 2. Крикавський С. В. Логістика. Для економістів: Підручник. — Львів: Вид. Нац. унів. "Львівська політехніка", 2004. — 448 с. 3. Миротин Л. Б. Логистика интегрированных цепочек поставок: Учеб. / Л. Б. Миротин, А. Г. Некрасов. — М.: Изд. "Экзамен", 2003. — 256 с. 4. Сидоров И. И. Логистическая концепция управления промышленным предприятием. — СПб.: СПбГИЭА, 1999. — 180 с. 5. Тридід О. М. Логістика. Конспект лекцій / О. М. Тридід, Т. О. Колодізева, І. П. Голофаєва. — Харків: Вид. ХДГУ, 2004. — 168 с. 6. Ташбаєв Ы. Анализ практики логистического менеджмента / Ы. Ташбаєв, А. Бульба // Логистика. — 2003. — №2 (23). — С. 23 – 24. 7. Чеботаєв А. А. Логистические цепи — основные элементы управления логистическими технологиями. Бизнес и логистика-98 // Сб. материалов 2-й Межд. конф.-семинара. — М.: Брандес, 1998. — 368 с. 8. Ballou R. H. Business Logistics Management. Third Edition. — Prentice-Hall International, Inc., 1993. — 488 с. 9. Бауэрсокс Доналд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Дональд Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс; [Пер. с англ. — М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2001. — 640 с. 10. Кристофер М. Логистика и управленческие цепочки поставок / Под общ. ред. В. С. Лукинского. — СПб.: Питер, 2004. — 316 с. 11. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок: Пер. с англ. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 504 с. 12. Эффективность стратегий логистического развития / Под ред. М. Е. Залмановой. — Саратов: СГТУ, 1995. — 302 с. 13. Окландер М. А. Промислова логістика: Навч. посіб. / М. А. Окландер, О. П. Хромов. — К.: ЦНЛ, 2004. — 222 с. 14. Семенов А. И. Логистика. Основы теории: Учеб. для вузов / А. И. Семенов, В. И. Сергеев. — СПб.: Изд. "Союз", 2001. — 544 с.

ЗНАЧЕНИЕ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

In the article the main points of such notions as "finances", "financial activity", "financial condition" of the enterprise, their role in realization of enterprise normal functioning are considered. Also the methods of financial analysis as the fundamental instrument of realization the complex estimating the financial condition are considered.

Финансы организаций (предприятий) занимают ведущее место в системе общественного воспроизводства, формировании собственных денежных средств и централизованных финансовых ресурсов государства [1, с. 3].

Осуществляемые в стране реформы привели к увеличению объемов и потоков социально-экономических отношений, повышению роли распределительных отношений. Появились и продолжают развиваться негосударственный сектор экономики, современная банковская система, рынки товаров, услуг, капитала. Организации (предприятия) перешли к широкому использованию рыночных методов регулирования своей деловой активности. Основной целью предпринимательской деятельности организаций стало получение прибыли, которая служит важнейшим источником и предпосылкой приращения капитала, роста доходов предприятия и его собственников. Этой цели можно достигнуть лишь при оптимальной организации финансов, которая позволит не только укрепить финансовое положение организаций и их конкурентоспособность, но и обеспечить финансовую стабилизацию в стране.

В условиях товарно-денежных отношений прямое, в натурально-вещественной форме, перераспределение созданного общественного продукта невозможно; удовлетворение потребности воспроизводства как на общегосударственном уровне, так и на уровне отдельных юридических лиц, отдельных граждан происходит с помощью денег, путем создания целевых денежных фондов. Именно этим определяется суть финансов и их место в системе производственных отношений рыночной экономики.

М. Н. Крейнина определяет финансы как специфический элемент экономики предприятия, связанный с тем, что отношения между участниками какой-либо производственной или непроизводственной деятельности — юридическими лицами — сопровождаются денежным оборотом [2, с. 3]. Таким образом, финансы — это совокупность денежных отношений, возникающих в процессе производства и реализации продукции (работ, услуг) и включающих формирование и использование денежных доходов, обеспечение кругооборота средств в процессе воспроизводства, организацию взаимоотношений с другими предприятиями, бюджетом, банками, страховыми организациями и др.

Предприятие может реализовать свои экономические интересы лишь через обеспечение нормальных, бесперебойных отношений с партнерами. Финансовая деятельность включает в себя все денежные отношения, связанные с производством и реализацией, воспроизводством основных и оборотных фон-

дов, образованием и использованием доходов. Вся эта деятельность практически может осуществляться только через взаимоотношения с партнерами предприятия [2, с. 4].

Финансовая деятельность на предприятии реализуется путем использования соответствующих форм и методов финансового обеспечения функционирования предприятий [3, с. 19].

Основными заданиями финансовой деятельности являются:

обеспечение финансовыми ресурсами производственно-хозяйственной и других видов деятельности предприятия;

мобилизация финансовых ресурсов в объеме, обеспечивающем выполнение обязательств перед бюджетом, государственными целевыми фондами и другими объектами хозяйствования;

контроль за эффективным распределением и использованием финансовых ресурсов.

Следует различать финансовое состояние и финансовую деятельность предприятия. Финансовое состояние — это результат финансово-хозяйственной деятельности. Оно характеризуется размером средств предприятия, их размещением и источниками их формирования, зависит от материально-технического обеспечения, производства, реализации и прибыли [4, с. 282].

Финансовое состояние характеризует, насколько успешно функционирует предприятие. Показатели финансового состояния отражают наличие, размещение и использование финансовых ресурсов. В конечном итоге финансовое состояние в значительной степени определяет конкурентоспособность предприятия, его потенциал в деловом сотрудничестве, оценивает, в какой мере гарантированы экономические интересы самого предприятия и его партнеров по финансовым и другим экономическим отношениям [2, с. 3].

Финансовое состояние может быть стабильным, нестабильным и кризисным в зависимости от динамики уровней существующей системы показателей. В рыночной экономике финансовое состояние предприятия — это, по сути, с одной стороны, конечный результат его деятельности, а с другой — характеристика его финансовой конкурентоспособности, использования финансовых ресурсов и капитала, выполнения обязательств перед государством и другими субъектами хозяйствования (собственники, кредиторы, управляющие (администрация), персонал (служащие), поставщики, покупатели (клиенты), налоговая администрация) [4, с. 284].

Стабильное финансовое состояние формируется в процессе всей экономической деятельности предприятия, определение его на ту или иную дату помогает ответить на вопрос, насколько правильно предприятие управляло финансовыми ресурсами в течение периода, предшествовавшего этой дате; как оно использовало имущество, какова структура этого имущества, насколько рационально оно сочетало собственные и заемные источники, насколько эффективно использовало собственный капитал; какова отдача производственного потенциала; нормальны ли взаимоотношения с кредиторами, дебиторами, бюджетом, акционерами и т. д. [2, с. 3].

Иными словами, финансовое состояние предприятия формируется в процессе его взаимоотношений с поставщиками, покупателями, акционерами, налоговыми органами, банками и другими партнерами. От улучшения финансового состояния предприятия зависят его перспективы.

Для получения полной и исчерпывающей информации о финансовом состоянии предприятия, необходимо провести его оценку, которая позволяет выявить финансовые возможности предприятия и характеризует экономический потенциал предприятия. Практика оценки финансового состояния предприятия сводится к расчету структурных соотношений, темпов изменения показателей, значений финансовых коэффициентов.

Оценка финансового состояния не равнозначна его анализу. Анализ является лишь основой, хотя и необходимой, для проведения оценки финансового состояния.

Рассматривая финансовый анализ как один из инструментов проведения оценки финансового состояния предприя-

тия, нужно отметить, что в экономической литературе [5 – 8] предложено большое количество исследований, посвященных проблеме измерения финансового состояния функционирующего предприятия.

П. Ю. Буряк, М. В. Рымар дают подробное описание всего многообразия целей финансового анализа, определяя их во всесторонней оценке финансового состояния предприятия, его деловой активности, для поиска резервов повышения рентабельности производства и увеличения прибыли как основы стабильной работы предприятия; определение доходности фирмы для сравнения ее с аналогичными показателями других предприятий или оценка предприятия с точки зрения его рыночной стоимости; своевременное выявление и ликвидация недостатков в финансовой деятельности для поиска путей улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности; выявление изменений финансового состояния в пространстве и времени; определение и прогнозирование основных факторов, влияющих на финансовое состояние предприятия [4, с. 284].

В. В. Бочаров [9, с. 6] ключевой целью финансового анализа считает получение определенного числа основных параметров, дающих объективную и обоснованную характеристику финансового состояния. Причем в его исследованиях это относится, прежде всего, к изменениям в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами, в составе прибыли и убытков.

В данный момент в экономической литературе [10 – 14] предложено и рассмотрено большое количество методов финансового анализа. На их основе можно выделить основные приемы финансового анализа. К ним относятся: методы, основанные на анализе баланса; эвристические методы, неформализованные методы с использованием экспертных оценок и экономико-математические методы [14].

К методам, основанным на анализе баланса, относятся: уплотнение баланса; горизонтальный анализ; вертикальный анализ; трендовый анализ; коэффициентный анализ.

Для общей оценки финансового состояния предприятия составляют уплотненный баланс, в котором объединяют в группы однородные статьи. При этом сокращается число статей баланса, что повышает его наглядность и позволяет сравнивать с балансами других предприятий.

Горизонтальный анализ состоит в определении абсолютных и относительных изменений величин различных статей баланса и показателей финансовой отчетности предприятия за отчетный период.

Вариантом горизонтального анализа является анализ тенденций развития (трендовый анализ), при котором каждая позиция отчетности сравнивается с рядом предыдущих периодов и определяется тренд, то есть основная тенденция динамики показателя, очищенная от случайных влияний и индивидуальных особенностей периодов. Этот анализ носит прогнозный характер.

Вертикальный анализ — расчет удельного веса отдельных статей в общей валюте баланса, то есть изучение структуры статей актива и пассива на отчетную дату.

С помощью коэффициентного анализа изучают уровень и динамику относительных показателей финансового состояния, которые рассчитываются как отношения величин балансовых статей или других абсолютных показателей финансовой отчетности, сравнивая их с базовыми или нормативными данными.

Эвристика — это метод, основанный на неформальных, интуитивных рассуждениях, на обобщении опыта решения подобных задач. Этот прием дает возможность уменьшить число вариантов при решении задачи, поэтому он не гарантирует получения наилучшего варианта из всех возможных [14, с. 21].

Применение эвристических приемов связано с тем, что множество процессов и явлений находят логическую оценку с использованием опыта специалистов и экспертов [4, с. 66]. Это позволяет повысить эффективность аналитического процесса и

дать оценку процессов и явлений без специальной обработки экономической информации.

Одним из направлений совершенствования финансового анализа является применение экономико-математических методов. Их использование повышает эффективность анализа за счет расширения изучаемых факторов, обоснования соответствующих управленческих решений выбора оптимального варианта использования финансовых ресурсов, раскрытия резервов эффективности производства.

Математические методы опираются на методологию экономико-математического моделирования и научно-обоснованную классификацию задач экономического анализа (рис. 1).

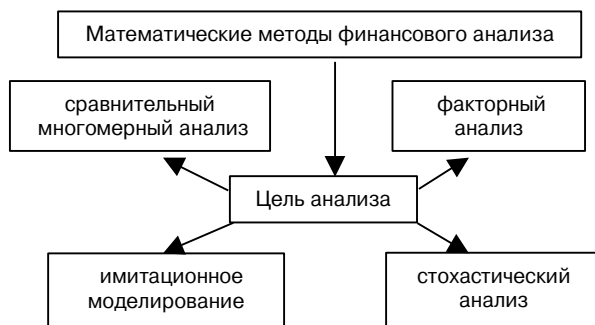


Рис. 1. Математические методы финансового анализа

Развитие методов сравнительного многомерного анализа обусловлено проблемами, связанными с использованием методов стохастического анализа, в частности регрессионного анализа [15, с. 10]. Одно из существенных ограничений на применение регрессионного анализа — это требование, чтобы число объясняющих переменных в модели было как можно меньше. Желание экономистов включить в эконометрические модели большое число признаков приводит к затруднениям, связанным с методами оценки параметров моделей. Самыми обременительными являются два требования: число наблюдений должно превышать число признаков и объясняющие признаки не должны быть мультиколлинеарными. Определенным выходом из положения стало развитие методов сравнительного многомерного анализа, в рамках которого разработан целый ряд методов агрегирования и отбора признаков. Построение синтетических величин, представляющих собой агрегаты исходных признаков, позволяет сократить количество используемых признаков. Для этой цели чаще всего применяют таксономический метод.

В основу сравнительного многомерного анализа положен метод евклидовых расстояний, который позволяет учесть не только абсолютные величины показателей каждого предприятия, но и степень их близости (отдаленности) к показателям предприятия — эталона. Для этого координаты сравниваемых предприятий необходимо изобразить в частях соответствующих координат предприятия-эталона, которые равны единице.

Матричный метод анализа, основанный на линейной и векторно-матричной алгебре, также относится к методам многомерного сравнительного анализа. Его применяют для рейтинговой оценки финансового состояния различных организаций и их подразделений. При использовании матричного метода исходная матрица совокупности показателей преобразуется в матрицу стандартизованных коэффициентов (все элементы столбца матрицы делятся на элемент данного столбца, соответствующий "эталонной" организации), затем дается сравнительная рейтинговая оценка по выбранным показателям [16, с. 373].

Имитационное моделирование должно отражать поведение сложной системы в случаях, когда отсутствуют строгие аналитические способы исследования или затраты на их создание слишком велики. Алгоритмы имитационного моделиро-

вания могут учитывать как детерминированные, так и стохастические связи и зависимости, характеризующие моделируемую систему. Наиболее распространенными являются стохастические модели имитационного моделирования, поскольку для большинства систем с удовлетворительной точностью известны лишь усредненные параметры исследуемых процессов, вследствие чего можно оперировать не четко выраженными значениями параметров, а только их вероятными значениями. К таким системам принадлежит, в частности, управление предприятием на базе данных финансового анализа [17]. Учитывая объективные трудности формализации задач финансового менеджмента, из-за недостаточной четкости определения факторов, влияющих на результат, и количественной оценки их влияния, методы имитационного моделирования становятся распространенными в финансовом анализе [14, с. 22].

Методы факторного анализа используются для выявления причин изменения абсолютных и относительных финансовых показателей, а также для расчета влияния причин (факторов) на изменение финансового показателя, который анализируют. В детерминированном факторном анализе для этого используют методы: цепных подстановок, абсолютных разниц, относительных разниц, взвешенных конечных разниц, простого прибавления неразложимого остатка, способ долевого участия, индексный, логарифмический и интегральный методы.

Исследование зависимостей и связей между объективно существующими явлениями и процессами играет в экономической науке большую роль. Оно дает возможность глубже понять сложный механизм причинно-следственных отношений между явлениями, количественно измерить тесноту причинно-следственных связей и выявить форму влияний. Для исследования интенсивности, вида и формы причинных влияний широко используются стохастические методы, в частности корреляционный и регрессионный анализ.

Различают два вида зависимостей между экономическими явлениями и процессами: 1) функциональная и 2) стохастическая [18, с. 14].

Для функциональной зависимости характерно то, что закономерности справедливы для каждой отдельно взятой единицы совокупности и не содержат никаких элементов случайности. Примером функциональной зависимости в экономике может служить зависимость производительности труда от объема произведенной продукции и затрат рабочего времени.

Закономерности, проявляющиеся только в массовом процессе, только при большом числе единиц совокупности, называют *стохастическими*. При стохастической закономерности для заданных значений объясняющей переменной можно указать ряд значений зависимой переменной, случайно рассеянных в некотором интервале. Каждому фиксированному значению аргумента соответствует определенное статистическое распределение значений функции. Это обуславливается тем, что зависимая переменная, кроме выделенной переменной, подвержена влиянию ряда неконтролируемых или неучтенных факторов, а также тем, что измерение переменных неизбежно сопровождается некоторыми случайными ошибками.

Поскольку значения зависимой переменной подвержены случайному разбросу, они не могут быть предсказаны с достаточной точностью, а только указаны с определенной вероятностью. Появляющиеся значения зависимой переменной являются реализациями случайной величины. Под случайной величиной следует понимать функцию, отображающую пространство элементарных событий во множество действительных чисел.

В экономике приходится иметь дело со многими явлениями, имеющими вероятностный характер.

Стохастический анализ включает в себя не только корреляционный и регрессионный анализ, но и множество других методов (рис. 2), при этом каждый метод стохастического анализа решает свои задачи и имеет свою область применения в экономических исследованиях.

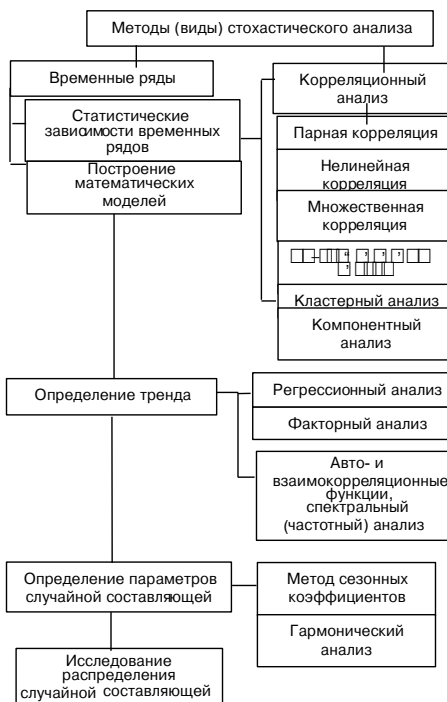


Рис. 2. Методы (виды) стохастического анализа

Использованию методов стохастического анализа, а в частности регрессионного анализа, мешает хорошо известная проблема мультиколлинеарности показателей, которая препятствует корректному решению регрессионного матричного уравнения и не позволяет получить адекватное значение коэффициентов регрессии.

Для оценки финансового состояния могут использовать весь комплекс методов финансового анализа (рис. 3).

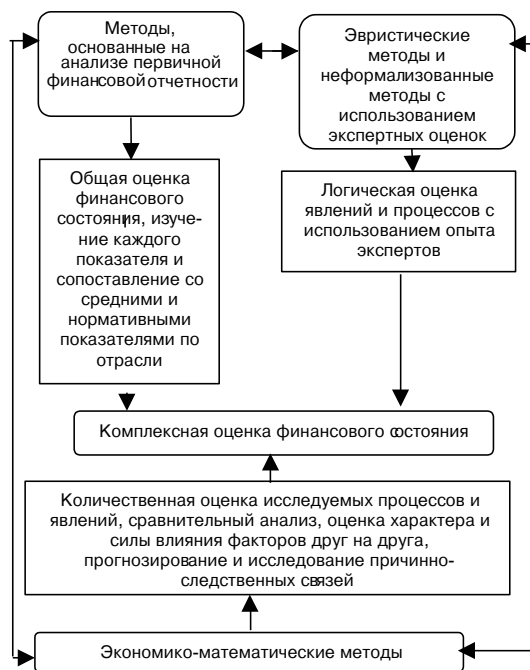


Рис. 3. Системно-логическая схема применения методов финансового анализа для комплексной оценки финансового состояния

Как показывают исследования, большинство авторов для оценки финансового состояния предлагают использовать комплексный подход [12; 16; 19 – 21]. Действительно, финансовое состояние предприятия — это комплексное понятие, являющееся результатом взаимодействия всех элементов системы финансовых отношений предприятия, определяющееся совокупностью производственно-хозяйственных факторов и характеризующееся системой показателей, которые отражают наличие, размещение и использование финансовых ресурсов [4, с. 384]. Показатели финансового состояния должны быть такими, чтобы администрация предприятия, а также все, кто связан с ним экономическими отношениями, могли получить ясную и исчерпывающую информацию о текущей ситуации на предприятии.

Зарубежные и отечественные ученые — Б. Колас, Т. Скоун, В. А. Забродский, А. П. Градов, И. А. Бланк, В. В. Ковалев [21; 22], при оценке финансового состояния анализируют несколько основных показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия. При этом проведение оценочных мероприятий включает в себя несколько этапов и использование комплекса методов; распространена также методика формирования комплексного показателя [21; 23].

Анализ научной литературы позволяет сделать вывод, что оценка финансового состояния — это всегда некий комплекс мероприятий. Таким образом, под комплексной оценкой понимается комплекс мероприятий, включающих в себя анализ показателей, всесторонне характеризующих финансовое состояние; применение методов финансового анализа для формирования комплексного показателя, дающего однозначную количественную или качественную характеристику финансового состояния.

Комплексная оценка финансового состояния предприятия играет важную роль в экономической деятельности предприятия. Она дает возможность:

- объективно оценить реальное использование всех видов финансовых ресурсов;
- своевременно принимать меры по повышению платежеспособности предприятия;
- обнаружить причины ухудшения финансового состояния;
- обеспечивать обоснованное планирование финансового оздоровления предприятия.

Комплексная оценка финансового состояния позволяет определить, насколько оптимальна структура финансов предприятия, дать оценку состоянию финансов и эффективности их использования, предупредить попадание предприятия в кризис и отследить тенденции спада в финансово-хозяйственной деятельности, определить и устранить причины нестабильного финансового состояния предприятия. Оценка финансового состояния предприятия как наука имеет сложную структуру. Основой информационного обеспечения проведения мероприятий по оценке финансового состояния является финансовый анализ, базирующийся на данных бухгалтерского учета.

Литература: 1. Финансы организаций (предприятий): Учебн. для вузов / Н. В. Колчина, Г. Б. Поляк, Л. М. Бурмирова; [Под ред. проф. Н. В. Колчиной]. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 368 с. 2. Крейнина М. Н. Финансовое состояние предприятия. Методы оценки. — М.: ИКЦ "ДИС", 1997. — 224 с. 3. Зятківський І. В. Фінанси підприємств: Навч. посібник. — 2-ге видання, перероб. та доп. — К.: Кондор, 2003. — 364 с. 4. Финансово-экономический анализ: Пособие для студентов вузов / П. Ю. Буряк, М. В. Римар, М. Т. Бець; [Под заг. ред. П. Ю. Буряка, М. В. Римара]. — К.: ВД "Професіонал", 2004. — 520 с. 5. Финансовая деятельность предприятия: Пособие / О. М. Бандурка, М. Я. Коробов, П. И. Орлов, К. Я. Петрова. — 2-е вид., перераб. и доп. — К.: Либідь, 2003. — 384 с. 6. Артеменко В. Г. Финансовый анализ / В. Г. Артеменко, М. В. Беллендир. — М.: ДИС, 1997. — 128 с. 7. Ковалев А. И. Анализ финансового состояния предприятия / А. И. Ковалев, В. П. Привалов. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1997. — 192 с. 8. Макарьян Э. А. Финансовый анализ / Э. А. Макарьян, Г. П. Герасименко. — М.: ПРИОР,

1997. — 160 с. 9. Бочаров В. В. Финансовый анализ. — СПб.: Питер, 2001. — 240 с. 10. Баканов М. И. Теория экономического анализа / М. И. Баканов, А. Д. Шеремет. — М.: Финансы и статистика, 1993. — 288 с. 11. Финансовый менеджмент / Под ред. Е. С. Стояновой. — М.: Перспектива, 1993. — 268 с. 12. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфуллин. — М.: ИНФРА-М, 1996. — 176 с. 13. Лахтіонова Л. А. Финансовый анализ суб'єктів господарювання: Монографія. — К.: КНЕУ, 2001. 14. Измайлова К. В. Сучасні технології фінансового аналізу: Навч. посібник. — К.: МАУП, 2003. — 148 с. 15. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании. — М.: Финансы и статистика, 1989. — 176 с. 16. Любушин Н. П. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 448 с. 17. Савчук В. П. Финансовый менеджмент предприятий: прикладные вопросы с анализом деловых ситуаций. — К.: Изд. дом "Максимум", 2001. — 600 с. 18. Ферстер Э. Методы корреляционного и регрессионного анализа / Э. Ферстер, Б. Рёнц. — М.: Финансы и статистика, 1983. — 304 с. 19. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства. — К.: Знання, 2004. — 656 с. 20. Забродский В. А. Диагностика финансовой устойчивости функционирования производственно-экономических систем / В. А. Забродский, Н. А. Кизим. — Харьков: Бизнес Информ, 2000. — 108 с. 21. Ковалев В. В. Анализ финансового состояния и прогнозирование банкротства. — СПб.: Аудит-Ажур, 1994. — 162 с. 22. Скоун Т. Управленческий учет. Пер. с англ. — М.: Аудит; ЮНИТИ, 1997. — 179 с. 23. Колас Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы: Пер. с франц. — М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. — 576 с. 24. Экономическая стратегия фирмы / Под ред. А. П. Градова. — СПб.: Специальная литература, 1999. — 448 с.

Стаття надійшла до редакції
17.05.2006 р.

УДК 65.012.32

Горовий Д. А.
Ковальов Д. М.

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

The purpose of this article is disclosing the essence of enterprise image and social policy as its compound, an estimation of image components introduction at the industrial enterprise, a detection of image problems and work out of recommendations and actions for its improvement.

В умовах ринкових відносин успіх діяльності організації залежить від багатьох факторів, у тому числі і від її іміджу, який зазвичай розглядають як сукупність уявлень людей про підприємство та його співробітників. Оскільки тільки зараз у дослідженнях українських науковців кожне виробниче підприємство постає як соціально-економічна система, то в системі управління цих підприємств майже відсутній дієвий механізм з формування їх позитивного соціального іміджу.

На сьогодні існує декілька підходів до дослідження іміджу окремих підприємств:

на основі системи враження: "Імідж організації — це враження, яке організація та її співробітники справляють на людей і яке фіксується в їх свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень, думок, суджень про них" [1];

як результат рекламної діяльності: "Імідж — позитивний образ фірми, товару або людини, який створюється засобами реклами у свідомості споживачів" [2].

На погляд авторів, другий підхід є більш обмеженим, тому що певний образ фірми може бути створений не лише засоба-

ми реклами, але й через чутки, знання людей, що працюють на підприємстві тощо. При цьому важливо враховувати, що імідж несе узагальнену й спрощену інформацію не лише про реальні особливості поведінки та діяльності організації та її керівників, але й про ті, що існують виключно в уявленні людей. Тобто в іміджі поєднуються два джерела: "яким є підприємство насправді" і "як його представляють інші" (реклама, засоби масової інформації, населення через чутки). Останнє може виявитися сильнішим — у цьому випадку образ може не відповідати дійсності, реальному прототипу [3].

Таким чином, можна зробити висновок, що імідж підприємства (організації) формується не лише під впливом зовнішніх чинників. Дуже суттєвий вплив на його формування може здійснювати внутрішнє середовище організації як джерело витоків інформації з неї, отже, і джерело впливу на свідомість людей.

Враховуючи обидва чинники, можна визначити дві групи факторів, що впливають на формування іміджу організації: фактори зовнішнього та внутрішнього середовища (рисунок).



Рис. Фактори, що впливають на формування іміджу підприємства

Імідж організації може бути як позитивним, так і негативним. Основою позитивного іміджу є довіра до організації, відповідна стереотипізація її сприймання. Негативний імідж проявляється в недовірі до організації та її репутації. Як правило, позитивний образ організації економить її ресурси, а негативний — значно збільшує витрати.

Формування та управління іміджем потребує виваженої, ґрунтовної діяльності щодо створення, закріплення, посилення позитивної громадської думки про організацію. Основним засобом управління іміджем є паблік рилейшнз. Це скоординовані дії щодо впливу на громадську думку, спрямовані на формування або зміну на свою користь уявлень (поведінки) людей [1]. Безпосередньо створення іміджу компанії відбувається відповідно до визначеного плану, який називається Майстер-план іміджу. Зазвичай він складається з чотирьох основних частин: створення фундаменту, зовнішнього іміджу, внутрішнього іміджу та невольовимого іміджу [4].

Найбільш важливим, на думку авторів, для роботи організації на сьогодні є внутрішній імідж. Адже внутрішній імідж — це імідж компанії очима її співробітників, імідж, що виникає в покупців при спілкуванні з її співробітниками. Це найбільш недооцінена частина формули ділового іміджу. В порівнянні із зовнішнім, внутрішній імідж змінити набагато простіше, а значить, саме його повинні формувати вітчизняні підприємства в першу чергу. Це пов'язано з тим, що формування неправильного зовнішнього іміджу буде означати неминучу втрату підприємством споживачів і втрату репутації. Проте виправлення зіпсованого внутрішнього іміджу обійдеться значно дешевше.

Формування внутрішнього іміджу, який включає в себе атмосферу усередині компанії, повинне охоплювати наступні напрямки: фінансове планування; кадрова політика компанії; орієнтація і тренінги співробітників; програма заохочення співробітників.

Формування позитивного внутрішнього іміджу дає велике скорочення витрат на залучення персоналу, оскільки з'являється ціла низка ефективних можливостей для утримання працюючих співробітників. Позитивний образ фірми як роботодавця підвищує ступінь лояльності персоналу, виховує й зміцнює прихильність цілям компанії (якщо ці цілі донесені до співробітників). Позитивний імідж на ринку праці поліпшує всі можливі маркетингові комунікації, що призводить до зростання прибутковості бізнесу в цілому. Також слід зазначити, що імідж конкретного підприємства напряму залежить від основи формування соціальної політики цього підприємства, а діяльність підприємства в соціальній сфері, у свою чергу, багато в чому залежить від складеного ним іміджу.

Імідж підприємства безпосередньо залежить від його соціальної політики і навпаки — якщо організація вже має позитивний імідж або працює над його створенням, вона першочергово повинна працювати над розвитком ефективної соціальної політики. Соціальна політика підприємства повинна включати в себе заходи, які приносять користь суспільству в цілому не лише через задоволення потреб своїх працівників, але і напряму задовольняючи потреби, в першу чергу, споживачів (задоволення поточних потреб, врахування довгострокових інтересів, інформування споживачів про підприємство, його продукцію і види діяльності), а також решти населення країни (захист навколишнього середовища, участь підприємства в соціальних загальнодержавних програмах, відрахування підприємством коштів у благодійні фонди, формування соціальної привабливості підприємства) [5]. Усе вищезазначене дає можливість говорити, що соціальна політика підприємства є складовою іміджу, адже зараз не можливо собі уявити позитивний імідж підприємства, яке нехтує соціальними потребами свого персоналу, потребами споживачів та суспільства в цілому.

Для підтвердження чинників, за якими формується імідж підприємства, було проведено дослідження на ДНВО "Комунар". Метою цього дослідження було визначення стану зовнішнього і внутрішнього іміджу підприємства та встановлення заходів, що дозволили б визначити напрямки покращення ситуації. Для оцінки відповідей використовувалася п'ятибальна шкала, в якій оцінка 5 засвідчує повне впевнення; 4 — твердження швидше правильне, ніж ні; 3 — твердження швидше неправильне, ніж правильне; 2 — твердження неправильне; 1 — не можна оцінити твердження. До участі в опитуванні було залучено 20 осіб. Усі респонденти мають вищу освіту, з них 70% — вищу економічну.

Результати дослідження дозволяють зробити наступні висновки. У зовнішній складовій іміджу підприємства майже сформований. Адже твердження, що робітники працюють на відомому підприємстві набрало найбільший середній бал (4,8). Також високий середній бал 4,5 отримало твердження, що робітники відчувають почуття гордості від того, що працюють на підприємстві. Інші твердження "Продукція підприємства задовольняє потреби споживачів" та "Підприємство завжди представляє достовірну інформацію про свою продукцію" отримали 84,6% позитивних відповідей та мають середній бал 3,4 та 3,5 відповідно. Таким чином, більшість опитаних позитивно відзначають зовнішній імідж підприємства, але видно, що це не є ідеальна ситуація, оскільки є частка людей, яка дала негативні відповіді на запропоновані твердження.

Проте ситуація з внутрішнім іміджем підприємства є не такою позитивною. Аналізуючи блок питань, які характеризують внутрішню складову іміджу, можна зробити наступні висновки: працівники невдоволені рівнем заробітної плати та розвитком соціальної інфраструктури підприємства. На твердження "Мої права на підприємстві захищені" негативні відповіді дали 44,44% опитаних. Це свідчить про наявні правові утиски та правовий дискомфорт у колективі. Серед оцінок внутрішнього іміджу найбільший бал набрало твердження "Я працюю з кваліфікованими співробітниками", середній бал 4,4, позитивні відповіді з цього твердження дали 100% респондентів.

Слід зазначити, що думка респондентів, за деякими твердженнями ("підприємство бере участь у загальнодержавних соціальних програмах"; "підприємство відраховує кошти в благодійні фонди"), чітко не сформувалась. Про це свідчить велика варіація думок, яка є результатом невизначеності частини респондентів, або їх некомпетентності в цих питаннях.

Узагальнюючи вищезазначене, можна визначити декілька умов, за яких формується імідж сучасних підприємств:

імідж підприємства залежить не лише від змісту її загальної діяльності, діяльності її керівників, але й від діяльності її окремих підрозділів;

на імідж підприємства впливає поведінка його членів;

імідж організації напряму залежить від її впорядкованості, згуртованості; якщо в організації є протиріччя та конфлікти, то вона навряд може розраховувати на привабливий для партнерів і населення імідж;

імідж залежить від стандартів, принципів, норм, які затвердилися в організації — позитивний впливає демократизм, гуманізм, порядність у взаємовідносинах керівників з підлеглими та робітників між собою.

Ці умови складають, у першу чергу, внутрішній імідж підприємства. Проведене дослідження також підтверджує необхідність розробки на вітчизняних підприємствах заходів з формування саме внутрішнього іміджу. Для покращення ситуації, на погляд авторів, є необхідним, по-перше, розробка заходів з правового захисту робітників, розвиток соціальної інфраструктури, надання робітникам соціальних гарантій та пільг, а вже другорядним може бути позитивне позиціонування підприємства в суспільстві засобами реклами та PR-технологій.

Література: 1. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління: Посібник. — К.: Академвидав, 2003. — 568 с. 2. Психологія. Учебник для економічних вузів / Под. общ. ред. В. Н. Дружинина. — СПб.: Питер, 2000. — 672 с. 3. Беляев А. А. Системология организации: Учебник / А. А. Беляев, С. М. Коротков; [Под ред. докт. экон. наук, профессора Э. М. Короткова. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 182 с. 4. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение. — СПб.: Питер, 1999. — 212 с. 5. Лисица Н. М. Социальная политика предприятия на основе социально-этического маркетинга / Н. М. Лисица, В. А. Вовк // Экономика развития. — 2004. — №1(29). — С. 104 — 106.

*Стаття надійшла до редакції
10.03.2006 р.*

УДК 336.221

Осадчук С. В.

ПРОБЛЕМИ МІНІМІЗАЦІЇ ТА ПОДАТКОВОГО АУДИТУ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК

In the article the problematic questions of tax audit on the profits tax are analyzed, the parts of the law that allow the dishonest payers to apply the schemes of reduction the tax liability on tax payment are revealed. The author's proposals of introduction of modifications into the current legislation with the aim of increasing the tax receipts into the budget are given.

Перехід до ринкових відносин в Україні спонукає здійснити ряд заходів, спрямованих на вдосконалення процесу організації податкового аудиту. Тобто на сьогодні актуально є перебудова фінансових стосунків на партнерські відносини з платниками податків — клієнтами, застосування диференційованого вивчення фінансового стану платників та за необхідності, надання певної допомоги щодо запобігання їх фінансового краху, надання їм змоги використання власних обігових коштів на роз-

ширення виробництва та для ліквідації ними своєї заборгованості щодо платежів до бюджету.

У більшості великих підприємств України та міжнародних корпорацій створюються внутрішні аудиторські структури, які здійснюють систематичний контроль за рівнем витрат обігу, рентабельністю, оптимальним режимом економії та якістю виконання робіт. Досконало досліджуючи податкове законодавство країн, на території яких діють їхні філії, суб'єкти підприємницької діяльності розробляють детальні схеми мінімізації виникнення податкових зобов'язань.

Зазначене зобов'язує Державну податкову службу України організувати податковий аудит таким чином, щоб він забезпечив якісну та об'єктивну оцінку фінансового стану платників, спонукав брати участь у проведенні податкового аудиту на підприємствах і філіях міжнародних корпорацій та компаній відповідно до угод між урядом України і урядами різних держав.

Податок на прибуток посідає чільне місце у формуванні доходів бюджетів багатьох країн. Податкове законодавство країн світу міцно закріпило податок на прибуток як одне з основних джерел надходжень до дохідної частини державного бюджету.

Україна проголосила курс на інтеграцію до Європейського Союзу з набуттям спочатку статусу асоційованого, а в майбутньому — повноправного члена Європейського Союзу. Навіть для досягнення статусу асоційованого члена Європейського Союзу Україна повинна провести значну роботу з адаптації свого податкового законодавства до законодавства країн ЄС.

Проблеми, пов'язані зі зміною системи оподаткування взагалі та податку на прибуток зокрема, через свою актуальність є предметом наукового дослідження у працях багатьох вітчизняних авторів. Серед робіт, присвячених різним аспектам оподаткування податком на прибуток, є публікації В. М. Геїця [1], В. С. Загорського [2], М. Лаби [3], С. О. Масличенко [4], Н. В. Флісак [5].

Усі складні штучні системи, до яких з повним правом належать і система оподаткування, завжди прагнуть вийти з-під контролю через різні об'єктивні та суб'єктивні причини. Цим тенденціям протистоїть сила управління і насамперед такий його елемент, як контроль. Внаслідок цього ефективність управління багато в чому визначається тим, як налагоджено систему контролю.

Усвідомлюючи необхідність фінансування загальнодержавних потреб, спільнота вільно бере на себе зобов'язання щодо відчуження частки власних доходів на користь держави. Слід зауважити, що такий підхід формує, насамперед, основний принцип податкового контролю як складової державного регулювання.

Природно створити систему оподаткування, яка б відповідала критеріям абсолютної справедливості для всіх платників, в умовах ринкового середовища неможливо. Водночас податкове законодавство має бути спрямоване на вирівнювання нерівномірності фінансового навантаження між різними категоріями платників податків [2].

Необхідно усвідомити, що платники податків, які мають значну податкову базу, зазвичай не допускають порушення податкового законодавства, а працюють разом з аудиторськими та юридичними фірмами над мінімізацією доходів шляхом розробки різноманітних схем, котрі, як правило, розробляються в правовому полі, враховують недосконалість законодавства та мають тенденцію до постійного удосконалення. Це обумовлює необхідність у впровадженні найраціональніших способів контролю, удосконалення проведення аналізу й оцінки ризиків на стадії підготовки до проведення перевірки.

У зв'язку зі специфікою великих підприємств — високий рівень бухгалтерського й фінансового обліку — звичайні арифметичні або методологічні помилки цими підприємствами практично не припускаються. При плануванні та проведенні податкового аудиту повинен застосовуватись так званий системний підхід (за економічною одиницею), який дозволить отримати інформацію стосовно кола підприємств, тісно пов'язаних з клієнтом спільними засновниками або "дружніми" господарськими зв'язками, що зазвичай припускає наявність у таких підприємств однакових податкових ризиків.

Практика проведення перевірок свідчить, що проблемами податкового аудиту, притаманними загальному колу великих платників податків, є:

1) розгалужена інфраструктура (філії, дочірні компанії тощо);

2) участь у міжнародній інтеграції і глобалізації бізнесу (створення корпорацій, концернів, діяльність яких регулює міжнародне право);

3) високий рівень автоматизації процесів обліку, залучення до обслуговування консалтингових компаній;

4) невідповідність податкового обліку бухгалтерському, наявність суперечностей і колізій у законодавстві;

5) фіксовані терміни для перевірки (не враховується особливості кожного окремого платника та часу, необхідного для перевірки, чим обмежується можливість проведення перевірки суцільним порядком);

6) складна система розрахунків, застосування схем мінімізації оподаткування.

Однією з основних проблем при податковому аудиті податку на прибуток залишається відображення в податковому обліку реалізації продукції за цінами нижчими, ніж ціни придбання товарів чи собівартість готової продукції. Ця проблема є основною причиною збитковості та мінімізації податку на прибуток.

Незважаючи на зміни, внесені з 2003 року до п. 1.20 ст. 1 Закону України "Про оподаткування прибутку підприємств" [6] щодо терміна "звичайна ціна" та порядку її визначення, на практиці дуже проблематично зібрати доказову базу для визначення рівня звичайних цін. Крім того, Законом передбачені лише окремі випадки застосування звичайних цін — це бартерні операції, операції з пов'язаними особами та з особами, які не є платниками податку або сплачують податок за ставкою менше загальної. У всіх інших випадках операції в податковому обліку відображаються за договірними цінами.

Це дає можливість платникам податку мінімізувати податок на прибуток або створювати збитки.

Вказану проблему можна вирішити на законодавчому рівні: внести зміни до Закону та розповсюдити застосування звичайних цін у податковому обліку на всі операції платників податку. Тобто відобразити в податковому обліку операції з реалізації продукції за договірними цінами, але не менше рівня звичайних цін або собівартості, а операції з придбання товарів (робіт, послуг) — за договірними цінами, але не більше рівня звичайних цін.

З прийняттям змін до Закону України "Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом" набуло поширення застосування законодавчо дозволеного механізму уникнення штрафних санкцій, пені та заходів примусового стягнення при невиконанні (несвоєчасному виконанні) зобов'язань щодо сплати до бюджету податків шляхом використання процедури банкрутства.

Так, при введенні мораторію на задоволення вимог кредиторів, підприємства продовжують фінансово-господарську діяльність, мають значні обсяги з реалізації, здійснюють експортні операції та декларують ПДВ до відшкодування, оскільки мораторій не дозволяє застосовувати до підприємства заходи щодо стягнення податкової заборгованості і нараховувати штрафні (фінансові) санкції за порушення податкового законодавства. Таким чином, підприємства використовують процедуру банкрутства як засіб уникнути відповідальності за неналежає виконання зобов'язань щодо сплати податків. При цьому ініціаторами порушення справи про банкрутство у господарському суді виступають, як правило, "дружні підприємства".

Існують також проблемні питання при зарахуванні взаємних вимог. Так, при оприбуткуванні товарів (до здійснення оплати) підприємство включає їх вартість до складу валових витрат. По закінченні строку позовної давності така кредиторська заборгованість списується і вартість вищезазначених товарів залишається неоплаченою. У цьому разі заборгованість за такі товари відповідає визначенню безнадійної та повинна бути включена до складу валового доходу підприємства.

Принципи господарювання на основі ринкових взаємин виключають можливість роботи приватного бізнесу у збиток та не проведення заходів "зі стягнення" боргів. Така операція з метою оподаткування, на погляд автора, повинна розглядатися як операція з безоплатної передачі, або дарування.

Тобто оприбутковані, але не оплачені після закінчення строку позовної давності товари, на думку автора, повинні вважатися безоплатно одержаними і поряд з віднесенням до складу валового доходу кредиторської заборгованості, з якої минув строк позовної давності, валові витрати мають підлягати зменшенню на вартість отриманих товарно-матеріальних цінностей, за котрі своєчасно не проведено розрахунків і заборгованість за

котрі визнана безнадійною у зв'язку із закінченням строку позовної давності.

На сьогодні залишається актуальним питання використання схем ухилення від оподаткування шляхом штучного створення валових витрат при проведенні розрахункових операцій з "фіктивними" фірмами.

При застосуванні клієнтами штучного зменшення податкових зобов'язань з використанням особливостей технічного процесу результату можна досягти виключно із застосуванням непрямих методів. Зазначене потребує наявності фахових знань безпосередньо технології виробництва кожного виду продукції, нормативів витрат сировини, матеріалів, електроенергії, трудових затрат, властивих кожному виду виробництва. Законом України №1830-IV від 22.06.2004 р. [7] заборонено використання непрямих методів визначення податкових зобов'язань без законодавчо встановленої методики.

Отже, потрібно законодавчо встановити методику визначення податкових зобов'язань непрямими методами, а також закріпити повноваження податкових органів щодо визначення податкових зобов'язань платника податку за наявності інших обґрунтованих підстав (висновків експертів, відповідних державних органів) щодо заниження сум податку.

Проблемним питанням щодо супроводження великих платників податків залишається консолідована сплата податку на прибуток. До функцій із супроводження вищезазначеної категорії платників входить проведення попереднього аналізу фінансово-господарської діяльності платників з визначенням об'єктивного податкового навантаження по цих підприємствах. Консолідована сплата податку на прибуток ускладнює проведення аналізу господарської діяльності, об'єктивного розрахунку податкового навантаження по підприємству і зіставлення її із середньогалузевим навантаженням, тому що податок сплачується "згорнуто" з урахуванням результатів діяльності збиткових підрозділів, що знаходяться на території інших міст і областей України. З метою виключення невиправданих втрат бюджетові при розрахунку і сплаті консолідованого податку на прибуток і забезпечення виконання функцій із супроводження платників у повному обсязі, на думку автора, доцільно здійснювати розрахунок податкового зобов'язання і сплату податку без обліку інших структурних підрозділів юридичної особи, що мають негативне значення об'єкта оподаткування.

Однією з проблем, яка виникає при проведенні документальних перевірок, є проблема відсутності нормативних документів, які б регламентували норми використання сировини, матеріалів, електроенергії та теплової енергії при виробництві продукції підприємствами-виробниками. Не відпрацьовано порядок калькуляції з урахуванням галузевих особливостей. Інструкції та порядки, які діяли раніше, є застарілими та не можуть застосовуватися, оскільки не узгоджені зі стандартами бухгалтерського обліку. У зв'язку з викладеним вище матеріалом можна зазначити, що виникають проблеми, пов'язані з правильністю віднесення витрат на виробництво одиниці виготовленої та реалізованої продукції з урахуванням норм та нормативів витрат матеріальних ресурсів (особливо це стосується витрат газу та електроенергії) до складу валових витрат.

Деякі підприємства відпрацьовують нормативи витрат сировини, матеріалів, енергоносіїв самостійно, виходячи з технологічних параметрів обладнання та затверджують такі нормативи керівництвом підприємства. В окремих випадках такі нормативи взагалі відсутні.

Діючим законодавством не передбачена можливість контролюючих органів не брати до уваги такі нормативи, хоча обґрунтованість їх розрахунків викликає сумніви, а подекуди зовсім відсутня. Крім того, при відсутності будь-яких нормативів контролюючим органам законодавчо не надано право виключення таких витрат з валових. Це ж саме стосується так званих "понаднормативних" втрат.

Наведені вище проблеми не є вичерпними. Загальною ознакою для всіх підприємств, що застосовують у власних інтересах недосконалість податкового законодавства, є одержання прибутків при мінімальних відрахуваннях у бюджет. Але існують ще підприємства, зусилля яких спрямовані не на сплату основних податків і зборів, а на використання різноманітних схем оптимізації нарахувань та сплати податків.

Тільки використовуючи заходи законодавчого, адміністративного, нормативного, контрольно-перевірочного характеру можна попередити втрати доходів бюджету всіх рівнів та розширити використання бюджетної бази, що позитивно впливало б на загальноекономічний стан України.

Таким чином, з метою запобігання тінвовим розрахункам та розширення податкової бази необхідно встановлювати момент виникнення податкового зобов'язання щодо дати відвантаження. Тоді жодна зміна власника товару не зможе запобігти податкового контролю.

Необхідно на законодавчому рівні виключити надання пільг загальному колу платників та впорядкувати користування пільгами шляхом надання "адресної" допомоги як фізичним, так і юридичним особам, у вигляді дотацій, трансфертів та іншого цільового фінансування з обов'язковим контролем за використанням бюджетних коштів.

З метою наповнення Держаного бюджету та уникнення схем мінімізації сплати податків у законодавчому порядку необхідно врегулювати питання реалізації товарів за цінами нижчими, ніж ціни придбання, через те що це суперечить принципам Закону України "Про підприємництво", нормам Закону України "Про оподаткування прибутку підприємств" та стандартам бухгалтерського обліку.

У випадку безпідставного збільшення збитків, застосовувати фінансові санкції в тому ж порядку, що і при донарахуванні податку на прибуток.

Література: 1. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / За ред. В. М. Гейця. — К.: НИОС, 2003. — 106 с. 2. Загорський В. С. Принципи функціонування податкової системи ринкового типу / В. С. Загорський, І. Г. Благун // *Фінанси України*. — 2003. — №10. — С. 92 — 99. 3. Масліченко С. О. Фіскальний механізм у системі державного регулювання: Дис. ... канд. екон. наук: 08.01.01. — К.: КНЕУ, 2002. — 198 с. 4. Лаба М. Складний процес реформування // *Вісник Податкової служби України*. — 2005. — №45. — С. 10 — 11. 5. Фліссак Н. Податкова реформа і створення моделі ефективної податкової системи в Україні // *Вісник Податкової служби України*. — 2002. — №35. — С. 3 — 6. 6. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" від 22.05.1997 р. №283/97-ВР, із змінами і доповненнями // *Все про бухгалтерський облік*. — 2004. — №85. — 45 с. 7. Закон України "Про внесення змін у Закон України "Про порядок погашення зобов'язань платників податків перед бюджетами та державними цільовими фондами" від 22.06.04. №1830-IV // *Все про бухгалтерський облік*. — 2005. — №9. — С. 4 — 7.

*Стаття надійшла до редакції
11.04.2006 р.*

УДК 658.589

Тишенко Д. О.

ЕКСПРЕС-ДІАГНОСТИКА НОРМАТИВНОЇ СКЛАДОВОЇ В ПРОЦЕСІ АНАЛІЗУ ІННОВАЦІЙНОГО ОТОЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Methodical bases in relation to estimation of influencing of decisions of basic market players on development of a particular branch structure on the basis of express diagnostics of the norms are offered.

Розробка стратегічних напрямів розвитку підприємства в сучасних умовах є складним завданням. Особливо це стосується підприємств тих галузей, у яких намічається інноваційна зміна технологічної бази виробництва, так звані "технологічні розриви". Висока невизначеність такої ситуації вимагає розробки відповідних критеріїв проведення діагностики оточення і підприємства та вибору стратегії його розвитку.

Не дивлячись на велику кількість досліджень у галузі інноваційного розвитку та стратегічного управління підприємства [1 – 6], не існує єдиної загально визнаної методики щодо проведення стратегічного аналізу інноваційного підприємства, що зумовлює необхідність подальших досліджень у даній галузі.

З погляду на стратегію інноваційного розвитку як загальну стратегію за напрямом розвитку і зростання автором пропонується поширити методичні основи аналізу інноваційного оточення, хоча також слід наголосити, що всі існуючі стратегічні аналізи, такі, як SWOT-аналіз, метод "PDS", графік прибутковості "Майсигми", аналіз за Мінсбергом, матриця продукція/ринок та ін., не враховують або приділяють недостатньо уваги інноваційним перетворенням та особливостям розвитку складних систем. Слід зазначити, що дані моделі у своїй більшості спрямовані на аналіз сталої ситуації стосовно ринку та його підсистем: конкурентів, постачальників, споживачів тощо. Тому поза увагою дослідниками було залишено визначення впливу на ринкову ситуацію нормативів кожного з даних гравців ринку та рівня перетворень у галузевій структурі, що відбуваються завдяки таким нормативам.

У даному дослідженні під нормативами основних гравців розуміються цілі та системи цілей усіх суб'єктів ринкових відносин.

Прийнято розглядати таких основних гравців ринку, як виробники основної продукції, постачальники, споживачі, виробники суміжних галузей, а також державу та міжнародні організації й процеси.

Виходячи з того, що рівень нормативів основних гравців ринку може вплинути на поширення ентропії системи і в подальшому викликати значні флуктуації, та як результат – виникнення точки біфуркації галузевій структурі, то в даному разі пропонується попереднє визначення нормативів основних гравців галузі відносно інноваційного розвитку на стратегічний період.

Найчастіше нормативи основних гравців пов'язані з конкуренцією, а отже, з типом ринкової структури та конкурентоспроможністю інноваційного продукту і підприємства в цілому. Тому оцінка нормативів основних гравців повинна ґрунтуватися на таких методичних підходах, які засновані на якісному аналізі конкурентного середовища.

У сучасній літературі існує велика кількість методичних підходів, в основі яких лежать показники конкурентоспроможності [1; 6 – 8], але, на погляд автора, методика аналізу інноваційного оточення повинна складатися з експрес-діагностики нормативів основних учасників ринкових взаємин, а також пошукової складової. При цьому за результатами діагностики нормативної складової визначаються передумови змін, а за допомогою визначення пошукової складової – конкретний діапазон змін, тобто магістральний напрямок розвитку галузі (MHPG).

Експрес-діагностика нормативів ґрунтується на експертному дослідженні систем цілей основних гравців, а також іншої випереджаючої інформації, що може дати уявлення про їх системи цілей. На основі отриманої інформації може бути проведено дослідження пошукової складової, в основі якої лежать інтегровані показники якісного рівня інновацій, що плануються основними виробниками до впровадження.

Розглянемо більш детально дослідження нормативної складової аналізу інноваційного оточення.

Таким чином, при визначенні нормативів пропонується провести аналіз нормативів основних гравців: споживачів продукції, постачальників основних вхідних ресурсів, гравців суміжних галузей. Окрім цього, необхідно врахувати вплив нормативів, що зумовлюється системою безпосереднього оточення за допомогою діагностування нормативів держави та міжнародних процесів. Але, на думку автора, для того щоб говорити про аналіз інноваційного оточення при аналізі нормативів, необхідно врахувати ще нормативи суб'єктивних рішень основних виробників галузі в області процесних і продуктових інновацій, відносин між виробничою базою галузі та суб'єктами її розвитку – розробниками і виробниками основного устаткування й технологій, системою професійного навчання, виконавцями фундаментальних та прикладних досліджень, проектувальником і т. д.

Така структура діагностики середовища дозволяє говорити саме про аналіз інноваційного оточення, що пояснюється його

спрямованістю на інноваційні перетворення та інноваційну інфраструктуру галузі.

Таким чином, можна запропонувати наступну структуру проведення аналізу нормативної складової в процесі діагностики інноваційного оточення підприємства (рисунк).



Рис. Контур взаємодії елементів аналізу нормативної складової

Слід зазначити, що відповідно до рисунка метою визначення рівня впливу нормативів є оцінка можливостей появи нової базової технології галузі. Оскільки процес появи технології може супроводжуватись виникненням точки біфуркації структури системи галузі, то він становить миттєву загрозу для основних виробників. Подальша оцінка можливостей виникнення точки біфуркації структури системи галузі проводиться лише в тому випадку, коли результати дослідження нормативів вказують на виникнення нової базової технології виробництва. Дослідження можливості виникнення точки біфуркації структури системи галузі здійснюється за допомогою ситуаційного аналізу життєвих циклів технологій [9], який проводиться в розрізі аналізу основних виробників.

Таким чином, на основі запропонованої експрес-діагностики нормативної складової, ґрунтуючись на випереджаючій інформації, може бути визначено можливість появи нової базової технології виробництва, що є доволі важливим при визначенні саме стратегії інноваційного розвитку, оскільки інша інформація може бути відсутньою або некоректною. Це дозволить основним виробникам зробити відповідні висновки та скорегувати свої стратегічні дії ще в процесі формування стратегії.

Наукова новизна запропонованого підходу полягає в удосконаленні методичних основ щодо аналізу інноваційного оточення підприємства.

Література: 1. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ. / Науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. — М.: Экономика, 1989. — 520 с. 2. Бузько І. Р. Стратегічне управління інвестиціями та інноваційна діяльність підприємства. Монографія / І. Р. Бузько, О. В. Варганова, Г. О. Голубенко. — Луганськ: Вид. СНУ ім. В. Даля, 2002. — 176 с. 3. Гончаров В. В. Руководство для высшего управленческого персонала. В 2-х т. Т. 1. — М.: МНИИПУ, 1997. — 728 с. 4. Гурков И. Б. Инновационное развитие и конкурентоспособность. Очерки развития российских предприятий. — М.: ТЕИС, 2003. — 236 с. 5. Ландик В. И. Инновационная стратегия предприятия: проблемы и опыт их решения. — К.: Наукова думка, 2003. — 364 с. 6. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов. — 2-е изд., доп. — М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-синтез", 1998. — 416 с. 7. Лепа Н. Н. Методы и модели стратегического управления предприятием. — Донецк: ООО "Юго-восток ЛТД", 2002. — 188 с.

8. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації: Монографія. — К.: Київ. нац. торг.-екон. університет, 2004. — 344 с. 9. Рогожин В. Д. Влияние S-образных кривых развития технологий на процесс формирования инновационных стратегий предприятий / В. Д. Рогожин, Д. А. Тышенко // Экономика развития. — 2004. — №1. — С. 95 – 99.

Стаття надійшла до редакції
15.03.2006 р.

УДК 658.014

Бондаренко А. В.

РОЗРОБКА ОПТИМАЛЬНОЇ МОДЕЛІ АДАПТАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ДО КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ЇЇ ПОВЕДІНКИ В УМОВАХ ЗМІНИ КОНКУРЕНЦІЇ

In the article the model of organizational adjustment to the changes of competitive society with an allowance for optimization the financial, economical, organizational and social adapted possibilities of the enterprise are considered.

Основою будь-яких перетворень у діяльності суб'єктів, що господарюють, реструктуризації підприємств, розробки і реалізації інвестиційних проєктів, тим більше адаптації підприємства до умов конкуренції, є вимога про попереднє проєктування, створення ефективного організаційного механізму.

Проблема адаптації підприємства до умов конкуренції – складна і багатопланова, але більшість досліджень даного питання присвячені переважно адаптації лише окремих елементів і характеристик внутрішнього середовища підприємства [1 – 3] без забезпечення узгодженої взаємодії підсистем організаційного механізму підприємства та інтегрованої оцінки результатів реалізації часткових напрямків його адаптації до умов конкурентного середовища. Адаптація організаційного механізму до мінливості та ризикованості зовнішнього середовища повинна бути заснована на таких принципах: єдність та цілісність організаційного механізму підприємства; формування організаційної структури, адекватної цілям підприємства; забезпечення ефективного поєднання всіх елементів організаційного механізму для досягнення конкурентних переваг на ринку; сполучення стратегії розвитку підприємства з тенденціями ринку, державною та регіональною політикою; реалізація творчого потенціалу робітників.

Процес зміни організаційного механізму у бік його інтенсивного та інноваційного розвитку передбачає взаємозалежне застосування одночасно параметричної, структурної та стратегічної адаптації. Параметрична адаптація пов'язана з корекцією, підстроюванням параметрів організаційного механізму, що кількісно характеризують потенціал підприємства. Структурна адаптація здійснюється шляхом кількісної та якісної зміни складу елементів структури і зв'язків організаційного механізму. Стратегічна адаптація передбачає еволюцію стратегічних цілей і напрямків у формах промислової інтеграції і ринках конкуренції.

При ринковій економіці, коли підприємства працюють в умовах самофінансування і повної відповідальності за результати, роль прибутку як основи спроможності до адаптації значно зростає. Тому наявність оцінки потенційних можливостей збільшення прибутку, що розкриває наявні резерви, є діючим важелем саморегулювання процесу адаптації організаційного механізму підприємства.

Схема оцінки потенційних можливостей організаційного механізму підприємства з адаптації до умов конкурентного середовища наведена на рисунку.



Рис. Блок-схема оцінки потенційних можливостей організаційного механізму підприємства з адаптації до умов конкурентного середовища

Застосування запропонованої схеми оцінок дозволить підприємству використовувати важелі саморегулювання, що забезпечують розробку завдань з максимізації обсягу прибутку на основі впровадження організаційних рішень щодо оптимізації організаційного механізму підприємства з метою переходу від екстенсивного до інтенсивного та інноваційного шляху розвитку (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика основних шляхів розвитку суб'єктів господарської діяльності

Характеристика	Шлях розвитку		
	екстенсивний	інтенсивний	інноваційний
Концепція розвитку	Збільшення обсягів виробництва	Зменшення питомих витрат	Збільшення доходів
Тип ринку	Ринок продавця	Ринок продавця та покупця	Ринок покупця
Охоплення ринку	Весь ринок у цілому	Окремі вибіркові сегменти	Вибіркові сегменти й ніші ринку
Конкуренція	Практично відсутня	Головним чином цінова	Головним чином нецінова
Запити споживачів	Стабільні	Змінні	Диференціація і постійні зміни
Переважаючий тип виробництва	Масове	Великосерійне	Середньосерійне, малосерійне
Співвідношення витрат на виробництво (ВВ) і збут (ВЗ)	$ВВ \gg ВЗ$	$ВВ \approx ВЗ$	$ВЗ > ВВ$
Частка робітників розумової (РП) і фізичної праці (ФП) у виробництві	$ФП \gg РП$	$ФП > РП$	$РП > ФП$
Підхід до управління	Адміністративний	Системний	Ситуаційний

Як було визначено вище, реорганізація або вдосконалення існуючого організаційного механізму є недоречним без оцінки ефективності його дії в умовах зміни конкуренції. При цьому складність кількісної оцінки ефективності виступає на перший план. Зокрема це стосується тих випадків, коли виникає необхідність оцінити ефективність організаційної структури управління, стратегій, за допомогою яких забезпечуються зміни організаційного механізму у бік його розвитку, що є компонентами адаптації організаційного механізму підприємства.

Виходячи з наведених зауважень, введемо значення нижнього та верхнього припустимого значення оцінки ефективності адаптації організаційного механізму підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

Припустимі значення оцінок ефективності адаптації організаційного механізму до умов конкуренції

Екстенсивний розвиток організаційного механізму	Інтенсивний розвиток організаційного механізму	Інноваційний розвиток організаційного механізму
$ВВ/ВЗ \gg 1$	$ВВ/ВЗ \approx 1$	$ВВ/ВЗ < 1$
$ФП/РП \gg 1$	$ФП/РП > 1$	$ФП/РП < 1$
$A > П, Св > С'$	$A \gg П, Св \gg С'$	$A \gg П, Св \gg С'$
$М/ТП \gg 1$	$М/ТП > 1$	$М/ТП \approx 1$
$ТП/Р >> 1$	$ТП/Р > 1$	$ТП/Р \approx 1$
$Сф/Сн > 1$	$Сф/Сн \approx 1$	$Сф/Сн < 1$
$ПРф/ПРн \ll 1$	$ПРф/ПРн \approx 1$	$ПРф/ПРн > 1$

Примітка. ВВ – витрати на виробництво; ВЗ – витрати на збут; ФП – кількість робітників фізичної праці; РП – кількість робітників розумової праці; А – сума активів; Св – внутрішні сильні сторони підприємства; П – сума пасивів; С' – внутрішні слабкі сторони підприємства; М – потужність підприємства за нормативом; ТП – обсяг товарної продукції; Сф, Сн – собівартість відповідно фактична та нормативна з урахуванням економії за статтями витрат; ПРф, ПРн – прибуток відповідно фактичний та нормативний.

Для визначення оцінки адаптації організаційного механізму до умов конкуренції проводимо аналіз фактичного та очікуваного значення обраного показника, для чого обирається шкала його оцінки. Граничні значення такої шкали можуть знаходитися у різних межах, що визначається точністю побудованої оцінки. Як приклад розглянемо шкалу від 0 до 10, де значення, що відповідає інноваційному розвитку, тягнє до нуля, інтенсивному розвитку – до 6, а екстенсивному – до нескінченності. Інші значення формуються в інтервалі від 0 до 10, які наочно відокремлюють границю нижньої межі припустимого значення часткової оцінки ефективності адаптації організаційного механізму підприємства, та при цьому відбувається аналіз влучення фактичного значення обраного показника в деяку частку обраного інтервалу (екстенсивного, інтенсивного, інноваційного розвитку). Якщо фактичне значення показника припадає на ближчу частку до обраного інтервалу, то оцінка дорівнює більшому багу. В протилежному випадку – меншому. Якщо фактичне значення показника знаходиться нижче обраного інтервалу, то вважається, що оцінка є негативною та отримує нульове значення.

Наступним кроком у побудові комплексної оцінки адаптації організаційного механізму підприємства є розрахунок усередненої загальної оцінки на підставі визначених часткових оцінок, або, наприклад, максимально можливої оцінки як суми із декількох оцінок. Тобто запропонований підхід дозволяє ввести у розгляд певну множину оцінок. Це підвищує як остаточне значення ефективності адаптації організаційного механізму, так і дає підставу для проведення порівняльного аналізу між адаптивними можливостями організаційних механізмів різних підприємств.

Запропонований підхід до визначення та інтерпретації оцінки ефективності адаптації організаційного механізму підприємства до умов конкуренції дозволяє не тільки побудувати комплексну та часткові оцінки, а й визначити характер розвитку

організаційного механізму підприємства у випадку його негативно оцінки, що й відрізняє його від інших підходів. Крім цього, можна побудувати й більш структуровані визначення характеру адаптації організаційного механізму.

Література: 1. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: Навч. посібник. — Суми: ВТД "Університетська книга" 2003. — 278 с. 2. Моисеева Н. К. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление / Н. К. Моисеева, Ю. П. Анискин. — М.: Внешторгиздат, 1993. — 222 с. 3. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д. М. Черваньов Л. І. Нейкова — К.: Знання, 1999. — 516 с.

Стаття надійшла до редакції
04.04.2006 р.

УДК 658.01.

Ярошенко І. В.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОЙ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

In the article questions of consolidation of quantitative and qualitative proofs of efficiency of enterprise activities are considered.

Диагностика деятельности предприятий с целью совершенствования системы управления стратегическими задачами является особенно актуальной для современных условий [1]. В Украине данной проблеме посвящены, в частности, работы В. С. Пономаренко, Н. А. Кизима [1], Т. С. Клебановой, В. А. Забродского [2], Е. Н. Ястремской [3].

В последнее время в качестве инструмента для оценки деятельности предприятия все чаще начинают использовать сбалансированную систему оценок (ССО), предложенную Робертом Капланом и Дейвидом Нортонем [4]. Журнал Harvard Business Review называл сбалансированную систему показателей (в некоторых переводах, сбалансированная учетная ведомость) одной из наиболее значимых идей в области менеджмента за последние 75 лет [5].

Однако существующая методика формирования ССО не рассматривает вопросы необходимости и достаточности набора показателей для достижения поставленных стратегических задач, а также способов согласования и обобщения (консолидации) отдельных показателей.

Целью данной работы является анализ существующих подходов к формированию системы показателей сбалансированной оценки деятельности предприятия.

Деятельность предприятия многоаспектна. При управлении хозяйственным объектом, помимо удовлетворения общественных потребностей в производимых товарах или услугах, необходимо учитывать часто несовпадающие интересы менеджмента, исполнителей, инвесторов (акционеров), потребителей, государства и т. д. Каждый аспект деятельности отображается рядом количественных и качественных показателей, а итоговая оценка результатов деятельности представляет собой комплекс показателей, находящихся в сложной взаимозависимости между собой. На рисунке приведена общая схема ССО.

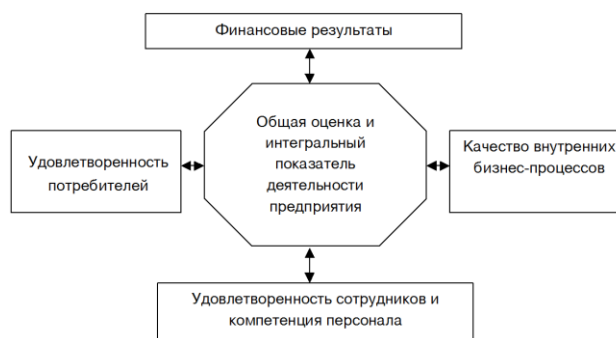


Рис. Общая структура системы сбалансированных оценок

Она включает в себя четыре группы параметров, описывающих финансовые результаты, внутренние бизнес-процессы, потребителей, персонал. Предполагается, что параметры подобраны таким образом, что за счет каузальных связей способствуют достижению интегрального показателя деятельности предприятия. Общий перечень параметров по каждой группе не ограничен и зависит от особенностей функционирования предприятия. В работе [6] приведены рекомендуемые перечни показателей.

В частности, это могут быть следующие показатели:

а) в группе "финансовые результаты": акционерная стоимость предприятия, денежный поток, уровень инвестиций, процент отклонения от бюджета, ликвидность, скорость оборота, процент дохода от новых продуктов и т. д.;

б) в группе "потребители": рост рынка, процент потребителей, которые прекратили покупки, число потенциальных потребителей, время ответа на претензии потребителей, число посещений особенно важных клиентов, доступность сотрудников для обслуживания потребителей, процент возврата товара и т. д.;

в) в группе "внутренние бизнес-процессы": среднее время работы оборудования, время между заказом и доставкой продукции потребителю, время разработки продукции, процент брака, затраты на контроль за качеством продукции, уровень защиты новых продуктов от подделки и копирования и т. д.;

г) в группе "персонал": процент опозданий на работу, уровень коммуникативной компетенции работников, число необходимых навыков, процент работников, нуждающихся в получении новых навыков, степень использования инновационных технологий, среднее время нахождения сотрудника на определенной должности, процент сотрудников, личные цели, которые согласуются с общими целями организации и т. д.

Как видно, рекомендуемые перечни показателей содержат много качественных показателей, касающихся работы с потребителями продукции и задач обучения персонала фирмы.

Авторы системы исходили из того, что стоимость материальных активов в рыночной стоимости в общей стоимости предприятия падает [4]. Они ссылаются на исследования Института Брукингса (Brookings Institution), в которых говорится, что в 1982 г. балансовая стоимость предприятия составляла 62% его рыночной стоимости, а спустя десять лет — только 38%. Следовательно, умения и квалификация персонала, эффективность инновационной деятельности, взаимоотношение с клиентами необходимо оценивать на одном уровне (а может и выше) с финансовыми показателями.

На взгляд автора, это косвенно подтверждается ускоренным развитием таких функциональных сфер менеджмента, как управление персоналом, маркетинговый подход, инновационный менеджмент, управление знаниями. В каждой из функциональных сфер менеджмента складывается своя система оценок, не совпадающая с финансовыми показателями, и практическое применение ССО сталкивается с проблемой совмещения (консолидации) разнородных (количественных и качественных) показателей. Эта проблема наблюдается как при формировании единого интегрального показателя качества функционирования предприятия, так и при оценке вклада структурных подразде-

лений в достижение общеорганизационных целей. Проблема консолидации показателей ССО связана с известной проблемой системного анализа – сведение векторного критерия к скалярному (проблема скаляризации) [7]. Консолидированным (обобщенным) показателем качества функционирования предприятия есть именно вектор, а не простое множество частных показателей. В рамках социально-экономической системы (СЭС), которой является предприятие, между отдельными свойствами могут и должны существовать связи, которые сложно описать в рамках теории множеств [8]. Существующие методы скаляризации предполагают: а) аддитивность (интегрируемость) оценок за счет нормирования, ранжирования и взвешивания; б) их транзитивность для любой складывающейся ситуации [9].

На этих предпосылках разработан ряд эвристических методов и алгоритмов для решения базисных задач оценки многокритериальных альтернатив путем присвоения весов суммируемым критериям. В частности, известны методы SMART (простой метод многокритериальной оценки), базирующийся на многокритериальной теории полезности, и ЗАПРОС (замкнутые процедуры у опорных ситуациях), базирующийся на вербальном анализе решений (которые достаточно широко применялись на практике) [10].

Положительным свойством метода SMART является получение количественной бальной оценки и проверка возможной зависимости между критериями. Для этого после нормирования весов критериев и выбора лучшей альтернативы производится оценка чувствительности результата к изменениям весов.

Метод ЗАПРОС менее чувствителен к взаимозависимости критериев, сохраняя качественное описание проблемы на всех этапах ее анализа. В нем используются качественные способы измерений и порядковые шкалы оценок по критериям, а полученная от экспертов информация проверяется на противоречивость. Однако метод ЗАПРОС не позволяет строго ранжировать альтернативы из-за возможного отсутствия достаточной информации по данной ситуации у эксперта.

Однако предпосылки, лежащие в основе обоих методов на практике, всегда нарушаются. В СЭС такие системообразующие свойства, как эмерджентность и синергия, и есть основаны на отсутствии аддитивности и транзитивности [7].

На взгляд автора, для учета этих свойств СЭС необходимо использовать принципы координации многоуровневых иерархических структур [11]. Тогда последовательность формирования ССО будет иметь следующий вид:

а) декомпозиция интегрального показателя качества функционирования предприятия на комплексные показатели, образованные для четырех групп параметров;

б) определение весов комплексных показателей по отношению к интегральному методам многокритериальной оценки;

в) согласование комплексных показателей между собой на принципах координации теории многоуровневых иерархических структур.

Таким образом, предложена последовательность формирования сбалансированной системы оценок деятельности предприятия, позволяющая согласовать отдельные показатели по отношению к общей цели. В дальнейших исследованиях предлагается данную последовательность детализировать и доработать до уровня алгоритма.

Литература: 1. Пономаренко В. С. Стратегия розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. — Харків: ІНЖЕК, 2003. — 328 с. 2. Клебанова Т. С. Моделирование экономики / Т. С. Клебанова, В. А. Загородский, О. Ю. Полякова, В. Л. Петренко. — Харьков: Изд. ХГЭУ, 2001. — 140 с. 3. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади. — Харків: ІНЖЕК, 2004. — 488 с. 4. Каплан Роберт С., Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей: Пер. с англ. / Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. — М.: ЗАО и Олимп-Бизнес, 2004. — 416 с. 5. Мейер Маршал В. Оценка эффективности бизнеса / Пер. с англ. — М.:

ООО "Вершина", 2004. — 272 с. 6. Рамперсад К. Хьюберт. Универсальная система показателей деятельности: Как достигать результатов, сохраняя целостность / Пер. с англ. — 2-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 352 с. 7. Цыгичко В. Н. Руководителю — о принятии решений. — М.: Финансы и статистика, 1991. — 240 с. 8. Анфилов В. С. Системный анализ в управлении: Учеб. пособие / В. С. Анфилов, А. А. Емельянов, А. А. Кукушкин; [Под ред. А. А. Емельянова. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 368 с. 9. Карташов С. А. Математические термины: Справ.-библиогр. словарь. — К.: Вища школа, 1988. — 296 с. 10. Ларичев О. Л. Теория и методы принятия решений, а также Хроника событий в Волшебных странах: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Логос, 2003. — 392 с. 11. Месарович М. Общая теория систем: математические основы / М. Месарович, Д. Такакура. — М.: Мир, 1978. — 312 с. 12. Пуятин Ю. А. Финансовый механизм стратегического управления развитием предприятия / Ю. А. Пуятин, А. И. Пушкар, А. Н. Тридид. — Харьков: Основа, 1999. — 488 с.

Стаття надійшла до редакції
23.03.2006 р.

УДК 351. 712

Толстікова О. В.

КОНКРЕТНО-СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СТУПЕНЯ ЗАДОВОЛЕНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПОТРЕБ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

In the article the concrete-sociological research of the workers' satisfaction with the results of their work and the firm activity in whole with the help of application the social technologies with the administrative purposes is applied.

Сучасний стан соціального партнерства на підприємствах України вимагає від кадрів управління та від власників розглядати працівника не як робочу силу, не як трудовий ресурс, а як вагомий соціальний капітал. Саме тому широкого розповсюдження набули конкретно-соціологічні дослідження різноманітних аспектів діяльності підприємства з точки зору задоволення робітників результатами їх функціонування.

Активізація застосування соціальних технологій в управлінських цілях потребує визначення основного синтетичного показника конкретно-соціологічних досліджень, що відбиває результати діяльності підприємства. У працях А. Гошка [1], де різнобічно висвітлюються питання практичного застосування різноманітних форм і методів досліджень, за який показник прийнято ступінь задоволеності потреб працівників.

Задоволення потреб становить основу життєдіяльності людини. Саме ступінь задоволеності різноманітних потреб, включаючи потреби нижчого (фізіологічного) і вищого (самореалізації) порядків, визначає ставлення до інших осіб, до навколишнього середовища, до себе, як до особистості.

Категорія "ступінь задоволеності потреб" за своєю природою суб'єктивна, тобто кожна конкретна людина сама відчуває, якою мірою здійснились її сподівання та інтереси.

Конкретно-соціологічне дослідження – це система послідовних процедур, в якій у єдності представлені теоретико-методологічні та емпіричні моделі, підпорядковані отриманню об'єктивних даних про соціальні явища чи процеси, що вивчаються. В центрі емпіричних соціологічних досліджень знаходиться збір фактичного матеріалу в зазначеній галузі (на основі опитування, аналізу документів, спостереження, даних статистики та ін.) і його первинна обробка. Теоретико-методологічне дослідження має на меті глибоке узагальнення всього матеріалу в галузі соціального життя [2; 3].

Емпіричне дослідження задоволення соціально-економічних потреб працівників підприємства як структурно-логічну схему подано на рис. 1.

Операціоналізація означає виділення аналітичних показників, що характеризують наведені вище соціальні ресурси. Більшість розглянутих соціальних ресурсів є багаторівневими категоріями зі складною структурою, тому операціоналізацію проводимо за структурними елементами та окремими факторами (таблиця).

Закінчення таблиці

Таблиця

Операціоналізація соціальних ресурсів підприємства

Вид соціальних ресурсів	Аналітичні показники, що характеризують структуру та факторні взаємозв'язки соціальних ресурсів
1	2
Мотиваційний ресурс	1. Ціннісні орієнтації працівника (найбільш стійкі мотивуючі фактори). 2. Соціальні установки. 3. Спонукальні мотиви
Інформаційний ресурс	1. Рівень затребуваності ресурсу при прийнятті рішень. 2. Рівень достатньої інформаційної повноти ресурсів. 3. Рівень надійності, вірогідності й якості інформації. 4. Рівень структуризації й систематизації інформації, зручність у використанні. 5. Наявність єдиних підтримуючих технологій формування й супроводження інформаційних ресурсів
Інтелектуальний ресурс	1. Рівень виявлення необхідності оцінювання інтелектуального капіталу на мікроекономічному рівні. 2. Рівень перегляду методології оцінювання інтелектуального капіталу в масштабах підприємства. 3. Рівень науковості методів оцінки. 4. Значущість виявлених недоліків в існуючих методах оцінювання й формування на цій основі напрямків подальших досліджень
Комунікативний ресурс	1. Рівень культури мовлення. 2. Частота використання системи аргументацій, якою оперує цільова аудиторія. 3. Відповідність зовнішнього вигляду певній ситуації
Соціально-психологічний ресурс	1. Рівень сформованості в працівників почуття причетності до долі підприємства. 2. Існування гарантій зайнятості, пільг, послуг з соціального забезпечення. 3. Існування системи самоконтролю, що сприяють демонстрації довіри до персоналу з боку керівництва. 4. Удосконалення системи оплати праці. 5. Формування сприятливого іміджу фірми
Змагальний ресурс	1. Рівень інформованості працюючих про кращих фахівців, кращих виробників, кращих менеджерів, кращих працівників і т. д. 2. Рівень організації змагань, конкурсів і контингент (реальний і потенційний) їхніх учасників. 3. Рівень висвітлення питань змагальності
Демографічний ресурс	1. Загальна чисельність працівників. 2. Чисельність робітників і службовців. 3. Чисельність чоловіків і жінок. 4. Віковий склад. 5. Динаміка зростання. 6. Рівень, спрямованість і динаміка міграційних процесів

1	2
Соціально-екологічний ресурс	1. Рівень охорони праці. 2. Рівень техніки безпеки. 3. Рівень соціальної безпеки. 4. Рівень соціального обслуговування. 5. Рівень культурного обслуговування. 6. Рівень правового обслуговування
Діяльний ресурс	1. Рівень практичної активності працівників у вирішенні соціальних проблем підприємства. 2. Рівень соціальної активності. 3. Рівень експертної оцінки соціальної активності
Інноваційний ресурс	1. Питома вага працівників, зайнятих переважно творчою діяльністю. 2. Питома вага учнів, залучених у ті або інші форми творчої діяльності. 3. Творчий резерв підприємства, обсяг незатребуваного або нереалізованого творчого потенціалу. 4. Масштаб здійснених або здійснюваних інноваційних акцій. 5. Питома вага працівників, що беруть участь в інноваційній діяльності
Кадровий ресурс	1. Статеві-віковий склад службовців. 2. Освітній рівень. 3. Профіль освіти. 4. Тривалість роботи на підприємстві. 5. Рід занять до устрою на підприємство. 6. Рівень управлінської підготовки. 7. Потреба в підвищенні "управлінської" кваліфікації. 8. Стан кадрового резерву. 9. Загальний стан соціальної задоволеності в службовців. 10. Структура управлінських якостей службовців за критерієм "пріоритетність". 11. Рівень загальної управлінської культури в службовців. 12. Ступінь розвитку управлінських якостей
Організаційний ресурс	1. Наявні й пріоритетні організаційні форми управлінської діяльності. 2. Загальний рівень задоволеності працівників підприємства організацією своєї роботи. 3. Рівень можливостей для прийняття ефективних, творчих рішень. 4. Повнота обліку думок, інтересів працівників підприємства при прийнятті управлінських рішень. 5. Рівень ділової обов'язковості службовців
Соціально-технологічний ресурс	1. Рівень успішності підготовки управлінського рішення. 2. Рівень інформаційного забезпечення управління. 3. Рівень поінформованості службовців про власні резерви й ресурси. 4. Рівень управлінського прогнозування. 5. Рівень управлінського програмування. 6. Повнота використання робочого часу. 7. Ступінь поширеності окремих способів мотивації, ступінь їх ефективності. 8. Ступінь поширеності окремих видів і методів контролю. 9. Рівень суб'єктивного сприйняття необхідних змін, мотиви інноваційної діяльності; фактори, що протидіють інноваціям; ступінь поширеності різних нововведень

Здійснивши структурну й факторну операціоналізацію соціальних ресурсів відповідно до структурно-логічної схеми (рисунки), можна зробити висновки, які утворюють гіпотези, щодо розвитку розглянутих соціальних ресурсів:

1. Нинішній стан правління на підприємствах характеризується недостатнім або навіть низьким рівнем використання соціальних ресурсів, їхніх кількісних та якісних характеристик, можливостей і технологій їх оптимального використання.

2. У системі загальних ціннісних орієнтацій переважають цінності: матеріальне благополуччя, родина, відносини в родині, здоров'я: своє й близьких, упевненість у завтрашньому дні. Провідними мотивами участі працівників у вирішенні проблем є соціальний мотив.

3. Як працівники в цілому, так і службовці характеризуються досить високим рівнем загальної освіти. Значна частина службовців має інженерно-технічний або економічний профіль освіти. Недостатньо затребуваний та використаний інтелектуальний потенціал службовців. Причини недостатності використання потенціалу приписують, як правило, зовнішнім причинам і обставинам.

4. Соціальна комунікація спрямована переважно на відносини з товаришами по службі. Працівники досить добре знають своїх колег, допомагають їм, якщо виникає потреба. Відносно співробітників адміністрації, то переважають негативні психологічні установки.

5. Низький рівень поінформованості про успіхи й недоліки підприємства. Немає систематичного інформування працівників про кращі досягнення. Ослаблено внутрішні й зовнішні змагальні зв'язки.

6. Більша частина працівників не бере активної участі у вирішенні соціальних проблем, не уявляє собі можливості й форми самоврядування. Соціальна активність реалізується переважно через їхню професійну діяльність, турботу про власну родину, дітей, а також через звертання до посадових осіб.

7. Невисокий рівень технологічної культури управління, що проявляється насамперед у:

- постановці й формуванні управлінських цілей;
- недостатньому інформаційному забезпеченні управлінських дій;
- недостатньому і нерациональному використанні особистісних ресурсів;
- відсутності техніки й технології управлінського діагностування й прогнозування;
- недостатньому ресурсному забезпеченні планів і програм;
- недостатній технологічній забезпеченості прийнятих рішень;
- недостатньому використанні "арсеналу" методів регулювання й мотивації, контролю й оцінки;
- неоптимальному виборі критеріїв оцінки діяльності співробітників, методів їхнього відбору;
- відсутності ефективних методів звільнення від некомпетентного співробітника;
- недостатньому технологічному забезпеченні управлінського ризику.



Рис. Структурно-логічна схема дослідження задоволення соціально-економічних потреб працівників підприємства

Виконаний аналіз є одним з перших спроб дослідити застосування соціальних ресурсів на підприємстві. Подальші дослідження потрібно проводити в руслі удосконалення розроблених методик морального та матеріального стимулювання робітників.

Література: 1. Гошко А. О. Стратегія і тактика планування діяльності органів місцевого самоврядування. — К.: Вид. УАДУ, 1999. — 178 с. 2. Катков В. Проблемы мотивации руководителей и специалистов на промышленных предприятиях // Менеджмент. — 2000. — №6 — С. 6 — 14. 3. Україна. Людський розвиток. Звіт ПРООН 2000 / www.un.kiev.ua 4. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией: Учебник для вузов. — М.: Русская Деловая Литература, 1998. — 768 с. 5. Саакян А. К. Социальный менеджмент: Учебн. пособ. / А. К. Саакян, Г. Г. Зайцев, Н. В. Лашманова, Н. В. Дяшлева; [Под ред. д. э. н., проф. С. Д. Ильианковой. — М.: Компания Спутник+, 2001. — С. 87. 6. Социология для экономистов: Учеб. пособ. для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 336 с.

Стаття надійшла до редакції 16.05.2006 р.

УДК657.2:334.012.64

Горайнова Ю. С.
Топорова Г. М.

МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЖУРНАЛЬНОЇ ФОРМИ ОБЛІКУ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

In the article the questions of conducting the journal form of accounting at the small businesses are considered.

Незалежно від організаційно-правової форми і форми власності всі підприємства зобов'язані вести бухгалтерський облік та складати фінансову звітність відповідно до Закону України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні", який визначає правові принципи регулювання, організації й ведення бухгалтерського обліку і складання звітності підприємствами України [1]. В тому числі чинність даного Закону поширюється і на підприємства, що відносяться до суб'єктів малого підприємництва в обсязі, достатньому для складання фінансової звітності.

До малих підприємств в Україні відносяться юридичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми і форми власності, в яких за звітний період (календарний або фінансовий рік) середньооблікова чисельність працюючих не перевищує п'ятдесяти чоловік і обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) не перевищує суми, еквівалентної п'ятстам тисячам євро за середньорічним курсом НБУ [2].

Сектор малого підприємництва в останній час є об'єктом пильної уваги з боку законодавчого регулювання, однак це більш стосується питань оподаткування ніж бухгалтерського обліку, незважаючи на те, що дані бухгалтерського обліку є основним джерелом отримання інформації про господарчу та фінансову діяльність підприємства для прийняття оптимальних управлінських рішень. Фактично відсутні наукові роботи, присвячені вдосконаленню побудови бухгалтерського обліку на малих підприємствах. Недостатність висвітлення в нормативно-правових актах питань переходу малих підприємств до застосування певних реєстрів обліку в разі зміни форми обліку обумовило необхідність написання даної статті та актуальність обраної теми.

У своїй діяльності малі підприємства керуються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку №25 "Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва" та застосовують План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва та реєстри бухгалтерського обліку для малих підприємств [3; 4].

Метою даної статті є визначення та обґрунтування можливостей застосування журнальної форми обліку на підприємствах, які є суб'єктами малого підприємництва і які використовують у своїй діяльності загальний план рахунків згідно з чинним законодавством.

Підприємства, що відносяться до суб'єктів малого підприємництва, самостійно визначають облікову політику, відповідно до якої здійснюють заходи щодо організації бухгалтерського обліку, вибирають його форму і систему рахунків. Форма бухгалтерського обліку – це взаємозв'язок регістрів синтетичного й аналітичного обліку і певні способи облікових записів, що дозволяють узагальнювати інформацію та складати звіти. Методичними рекомендаціями щодо застосування регістрів бухгалтерського обліку передбачене використання наступних форм бухгалтерського обліку [5; 6]:

1. Проста форма обліку, що передбачає застосування спрощеного плану рахунків, журналу обліку господарських операцій і відомості 3-М, у якій відображається облік розрахунків з дебіторами і кредиторами, розрахунків з податків і з оплати праці малими підприємствами з незначним документообігом та нематеріальними операціями.

2. Спрощена форма обліку, що передбачає узагальнення інформації про господарські операції у відомостях 1-М – з обліку коштів, 2-М – з обліку запасів, 3-М – з обліку розрахунків з дебіторами і кредиторами, розрахунків з податків і з оплати праці, 4-М – з обліку необоротних активів, 5-М – з обліку витрат, доходів, фінансових результатів і власного капіталу, а також оборотно-сальдової відомості.

3. Меморіальна форма обліку, що передбачає застосування книжкових і карткових облікових регістрів, відомостей синтетичного й аналітичного обліку, меморіальних ордерів.

4. Журнальна форма обліку, що передбачає накопичування і систематизацію даних первинних документів безпосередньо в регістрах синтетичного й аналітичного обліку і застосування журналів, що ведуться за кредитом синтетичних і дебетом кореспондуючих рахунків з перенесенням підсумків у Головну книгу для узагальнення даних журналів.

5. Автоматизована форма обліку, яка передбачає використання програмних продуктів, що дозволяють автоматично й безупинно виконувати обліково-обчислювальні роботи, накопичувати інформацію про здійснення господарських операцій, формувати допоміжні документи і звітність з синтетичного обліку.

Відповідно до Закону України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" підприємство самостійно вибирає найбільш прийнятну форму обліку як певну систему регістрів бухгалтерського обліку [1]. Даний Закон не містить конкретних вимог щодо системи регістрів обліку, які повинні вестися на підприємстві, а визначає загальні принципи формування регістрів бухгалтерського обліку, такі, як:

інформація, яка міститься в первинних документах повинна систематизуватися на рахунках і в регістрах синтетичного й аналітичного обліку;

регістри бухгалтерського обліку повинні мати назву, період реєстрації господарських операцій і підписи осіб, що їх склали; господарські операції мають бути відображені в облікових регістрах у тому звітному періоді, в якому вони були здійснені.

У зв'язку з тим, що застосування спрощеного плану рахунків носить не обов'язковий, а рекомендаційний характер і саме його використання в господарській діяльності малих підприємств обумовлює застосування регістрів бухгалтерського обліку для малих підприємств, ці підприємства можуть у разі потреби вибрати одну з форм бухгалтерського обліку за своїм розсудом з урахуванням особливостей своєї діяльності і технології обробки облікових даних.

Суб'єкти малого підприємництва, які з тих чи інших причин використовують у своїй діяльності загальний, а не спрощений план рахунків, не можуть застосовувати регістри бухгалтерського обліку для малих підприємств, тому що проста і спрощена

форми обліку побудовані відповідно до і на основі спрощеного плану рахунків.

Виходячи з цього, є можливість підприємствам – суб'єктам малого підприємництва, що використовують у своїй діяльності загальний план рахунків, застосовувати журнальну форму обліку з урахуванням певних особливостей (рисунок).

Як уже було сказано, використання журнальної форми обліку має на увазі застосування наступних регістрів: журналів, відомостей, аркушів-розшифровок, таблиць аналітичних даних, бухгалтерських довідок і Головної книги. Ці облікові регістри призначені для систематичного та хронологічного накопичування й узагальнення інформації про господарські операції, що надходять з первинних документів.

Журнали є основними регістрами синтетичного обліку, а також можуть бути і регістрами аналітичного обліку в разі невеликих обсягів облікових даних. Записи в них здійснюються за кредитом одного або декількох синтетичних рахунків у дебет інших рахунків. В аркушах-розшифровках і відомостях ведеться аналітичний облік накопичених однакових за економічним змістом даних первинних документів, а в бухгалтерських довідках містяться виправлення помилок попередніх звітних періодів.

У Головній книзі узагальнюються облікові записи журналів, заносяться підсумки оборотів за кредитом кожного рахунка, а на її основі складається фінансова звітність. З метою перевірки правильності складання облікових регістрів може складатися оборотна відомість за рахунками бухгалтерського обліку, що містить дані оборотів Головної книги, а також початкові й кінцеві сальдо за дебетом і кредитом кожного рахунка.

Облік коштів і грошових документів відображається в журналі №1, де узагальнюється інформація про наявність та рух грошових коштів у касі, на поточних і інших рахунках у банках, грошових документів, що знаходяться в касі підприємства, та коштів у дорозі. Записи в журналі №1 здійснюються за кредитом рахунків 30, 31, 33 на підставі первинних та зведених облікових документів по касі і банку в хронологічному порядку в розрізі кореспондуючих рахунків. У відомостях 1.1, 1.2, 1.3 відображаються обороти за дебетом рахунків 30, 31, 33 відповідно.

У випадку, якщо підприємство – суб'єкт малого підприємництва – здійснює операції в іноземній валюті, то для їх відображення використовується окремий журнал №1 і відповідні відомості, що заповнюються в тій валюті, в якій здійснювалися операції. Аналітичні дані про кошти в іноземній валюті відображаються у валюті здійснення операції й у національній валюті України.

Облік необоротних активів і фінансових інвестицій відображається в журналі №4, де аналітичний облік основних засобів, інших необоротних матеріальних активів, нематеріальних активів і зносу необоротних активів ведеться за кожним об'єктом окремо з розподілом на власні та отримані на умовах фінансової оренди необоротні активи. Записи в журналі №4 ведуться на підставі первинних і зведених облікових документів, таких, як акт прийому-передачі основних засобів, акт списання, акт ліквідації, розрахунок амортизаційних відрахувань та ін.

Узагальнення інформації про наявність та рух основних коштів, інших необоротних матеріальних активів, нематеріальних активів і зносу необоротних активів здійснюється в розділі 1 журналу №4. Тут відображаються операції за кредитом рахунків 10, 11, 12, 13:

вибуття основних засобів, інших необоротних матеріальних активів і нематеріальних активів у результаті їхнього продажу, безоплатної передачі, ліквідації й ін.;

сума дооцінки необоротних активів;

сума нарахованої амортизації і сума накопиченого зносу необоротних активів.

Акумуляція інформації про капітальні та фінансові інвестиції здійснюється в розділі 2 журналу №4. Тут відображаються операції за кредитом рахунків 14, 15, 18, 35:

введення в експлуатацію необоротних активів;

сума уцінки необоротних активів;

погашення і списання фінансових інвестицій.

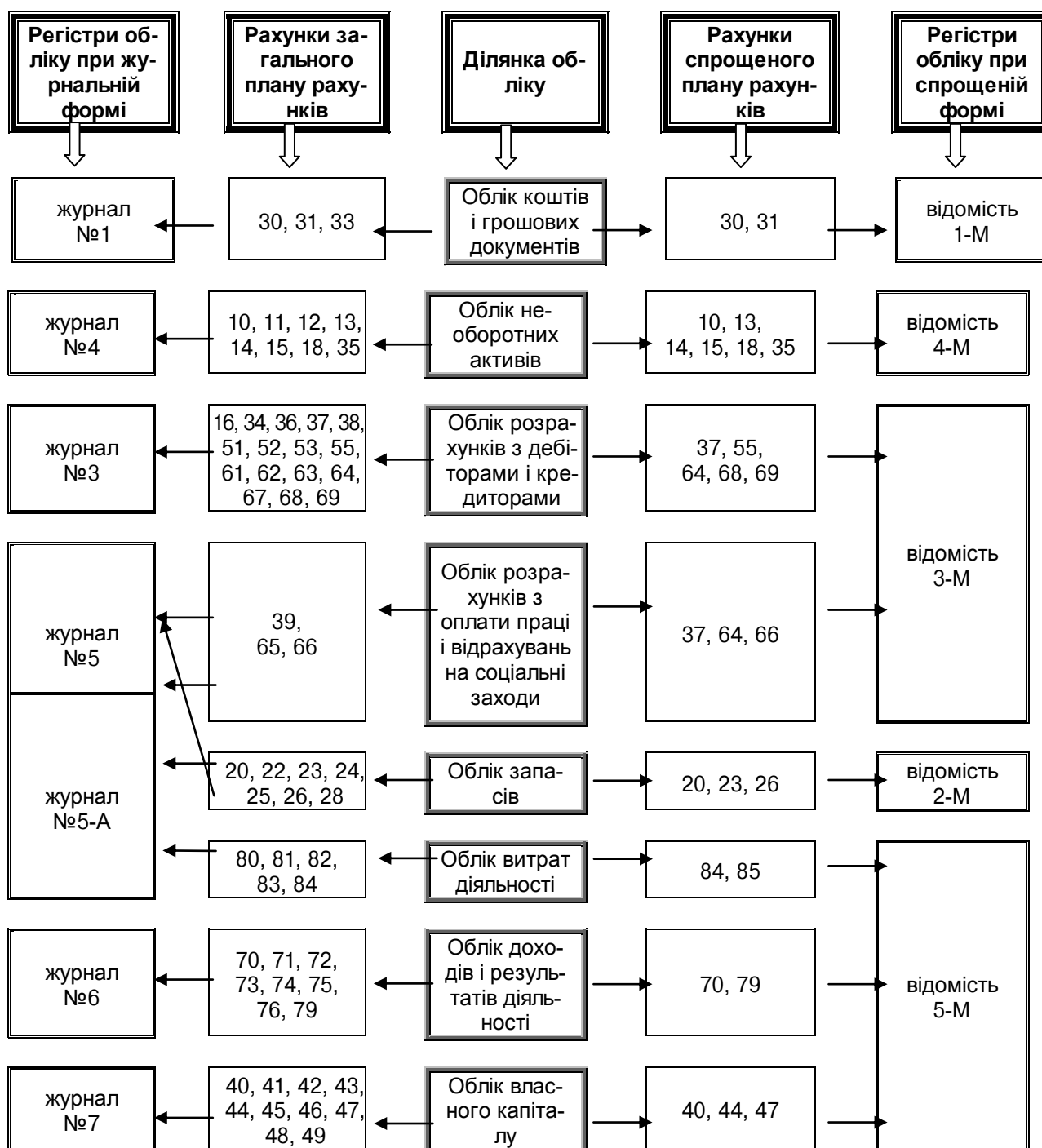


Рис. Порядок застосування реєстрів обліку при загальній та спрощеній формах

У випадку, якщо на малому підприємстві досить велика кількість аналітичних даних, які вимагають окремої розшифровки, додатково до журналу №4 можуть використовуватися:

відомість 4.1 – аналітичний облік капітальних інвестицій за дебетом рахунка 15, що відображає розподіл витрат капітального характеру на будівництво, виконані підрядним і господарським способом, витрати на модернізацію й реконструкцію та ін.;

відомість 4.2 – аналітичний облік фінансових інвестицій за дебетом рахунків 14, 35, що містить дані про інвестиції в дочірні, спільні підприємства, а також про еквіваленти коштів;

відомість 4.3 – аналітичний облік нематеріальних активів за дебетом рахунка 12, що відображає придбання, створення, переоцінку і вибуття нематеріальних активів.

Облік розрахунків з постачальниками і підрядчиками, покупцями та замовниками, іншими дебіторами і кредиторами, за податками й платежами, а також облік виданих і отриманих векселів здійснюється в журналі №3 за кредитом рахунків 16, 34, 36, 37, 38, 51, 52, 53, 55, 61, 62, 63, 64, 67, 68, 69 на підставі первинних документів. Для аналітичного обліку зазначених розрахунків застосовуються відомості:

відомість 3.1 – містить інформацію про розрахунки з покупцями і замовниками за відвантажену продукцію, товари, виконані роботи та надані послуги за винятком заборгованості, забезпеченої векселями;

відомість 3.2 – включає розрахунки з підзвітними особами, за виданими авансами, щодо відшкодування заподіяних збитків і іншу поточну дебіторську заборгованість за кожним дебітором;

відомість 3.3 – містить інформацію про розрахунки з поставальниками і підрядниками за отриману продукцію, товари, виконані роботи і надані послуги;

відомість 3.4 – призначена для аналітичного обліку заборгованості покупців, замовників і інших дебіторів за відвантажену продукцію, товари, виконані роботи та надані послуги, забезпечені отриманими векселями, і розрахунків за аналогічними зобов'язаннями поставальникам, забезпечені векселями, виданими з групуванням векселів за строками і валютою забезпечення;

відомість 3.5 – узагальнює інформацію про внутрішньогосподарські розрахунки підприємства, за нарахованими відсотками та авансами виданими;

відомість 3.6 – містить дані про розрахунки підприємства за всіма видами податків і платежів у бюджет, у тому числі за єдиним податком у випадку, якщо суб'єкт малого підприємства є платником єдиного податку, а також фінансовими санкціями, стягнутими в доход бюджету.

Облік виробничих запасів, готової продукції і товарів, а також облік розрахунків щодо оплати праці і відрахувань на соціальні заходи на малих підприємствах, що обрали журнальну форму обліку, ведеться в журналі №5 або №5А для підприємств, які використовують тільки рахунки класу 8 загального плану рахунків, де в розділі 3Б відображаються витрати в розрізі відповідних елементів.

У даних журналах узагальнюються кредитові обороти рахунків обліку запасів – 20, 22, 23, 24, 25, 26, 28, витрат майбутніх періодів – 39, розрахунків щодо оплати праці і відрахувань на соціальні заходи – 65, 66, і рахунків 8 і/або 9 класів.

Для аналітичного обліку запасів застосовується відомість 5.1, у якій визначаються фактична собівартість запасів, які вибувають при використанні методу оцінки вибуття запасів за середньозваженою собівартістю, і сума транспортно-заготівельних витрат за центрами відповідальності та місцями витрат.

Якщо мале підприємство займається виробничою діяльністю, то кредитові обороти на рахунках обліку виробничих запасів і МБП, що використовуються для виробництва продукції, відображаються в розділі 3Б журналу №5А.

У випадку, якщо мале підприємство займається торгівельною діяльністю, то аналітичні дані за операціями з товарами і торгівельною націнкою узагальнюються в розділі 4 журналу №5 або №5А в розрізі субрахунків рахунка 28.

Операції, пов'язані з нарахуванням заробітної плати, премій, допомоги з тимчасової непрацездатності і відрахувань на соціальні заходи, відображаються в розділі 3 журналу №5 або №5А, операції за дебетом рахунків 65, 66 – виплата заробітної плати і перерахування внесків на соціальні заходи – відображаються в журналі №1, а утримання податку з доходів фізичних осіб – у відомості 3.6 журналу №3 аналітичного обліку розрахунків з бюджетом.

Витрати виробничої діяльності, в тому числі витрати на виробництво продукції, накопичені й узагальнені на підставі первинних документів, систематизуються в журналах №5 або №5А. У даних регістрах забезпечується узагальнення всіх витрат на виробництво за елементами та статтями витрат незалежно від того, на яких синтетичних рахунках вони враховуються. Витрати відображаються в розрізі кореспондуючих рахунків та розподіляються за напрямками (рахунками, статтями калькулювання і т. п.).

Як уже говорилося, у випадку, якщо підприємство малого бізнесу застосовує рахунки класу 8 "Витрати за елементами" (що в принципі відповідає методичним рекомендаціям щодо застосування спрощеного плану рахунків і відповідних регістрів), то при застосуванні журнальної форми обліку такі підприємства

повинні використовувати журнал №5А, в якому для обліку витрат діяльності передбачені розділ 3А "Витрати діяльності" і розділ 3Б "Витрати за елементами".

У розділі 3А журналу №5 відображаються об'єкти калькулювання – види продукції і послуг основного виробництва, допоміжні виробництва, об'єкти будівництва. У розділі 3Б журналу №5 відображаються складові елементи витрат, отримані на підставі відповідних первинних документів, аркушів-розшифро-вок на витрату виробничих запасів, нарахування заробітної плати, відрахувань на соціальні заходи та ін. Підсумкові дані розділу 3Б з кредиту рахунків 80, 81, 82, 83, 84 переносяться в розділ 3А за відповідними статтями витрат.

Облік доходів і результатів діяльності ведеться в журналі №6 за кредитом рахунків 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 79, де узагальнюється інформація про доходи від операційної, інвестиційної, фінансової діяльності малого підприємства та фінансових результатів від звичайної діяльності і надзвичайних подій. Аналітичні дані за окремими складовими доходів підприємства відображаються в розділі 2 журналу №6.

Облік власного капіталу підприємства, нерозподіленого прибутку (непокритих збитків) і забезпечення зобов'язань ведеться в журналі №7 за кредитом рахунків 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, де також враховується використання прибутку в поточному році. Накопичування аналітичних даних щодо використання прибутку здійснюється у відомості 7.2 журналу №7. У випадку, якщо на підприємстві достатня кількість аналітичних даних, які вимагають розшифровки, то до журналу №7 відкриваються відомість 7.1 – аналітичного обліку за рахунком 42 "додатковий капітал" і відомість 7.2 – аналітичного обліку за рахунком 47 "забезпечення майбутніх витрат і платежів".

Застосування журнальної форми обліку суб'єктами малого підприємства не зобов'язує їх надавати звітність за повною формою, яку використовують звичайні підприємства. П(С)БО №25 регламентує надання скорочених форм звітності у вигляді Фінансового звіту суб'єкта малого підприємства, що складається з балансу і звіту про фінансові результати у випадку, якщо підприємства за результатами діяльності за минулий рік відповідають критеріям суб'єктів малого підприємства. Такі підприємства в поточному році звітують за скороченою формою відповідно до і положеннями П(С)БО №25 [3].

Таким чином, суб'єкти малого бізнесу в разі потреби і з урахуванням специфіки діяльності можуть використовувати загальний план рахунків та застосовувати журнальну форму обліку, що не суперечить вимогам Закону України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні", методичним рекомендаціям щодо застосування регістрів бухгалтерського обліку і П(С)БО №25 "Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства", що може бути покладено в розробку відповідних уніфікованих регістрів обліку як для малих, так і для великих підприємств.

Література: 1. Закон України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р. №996 // Все про бухгалтерський облік. – 2000. — №86. – С. 3 – 6. 2. Закон України "Про державну підтримку малого підприємства" від 19.10.2000 р. №2063-111 // Інформаційна база Liga-inform. 3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку №25 "Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства" // Все про бухгалтерський облік. – 2002. — №84. – С. 3 – 80. 4. Наказ Міністерства фінансів України "Про затвердження спрощеного плану рахунків" від 19.04.2001 р. №186 // Інформаційна база Liga-inform. 5. Наказ Міністерства фінансів України "Про затвердження Методичних рекомендацій із застосування регістрів бухгалтерського обліку" від 29.12.2000. №356 // Інформаційна база Liga-inform. 6. Наказ Міністерства фінансів України "Про затвердження Методичних рекомендацій по застосуванню регістрів бухгалтерського обліку малими підприємствами" від 25.06.2003 р. №422 // Інформаційна база Liga-inform.

УДК 658:519.237.7

Майборода О. Є.

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРНОЇ ЗАЛЕЖНОСТІ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ РОЗВИТКУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

In the article the influence of the macroeconomical indices upon the development of the crises situations at the enterprises with the help of the mathematical calculations is considered.

Багатоплановий характер діяльності підприємств потребує визначення існування певного переліку механізмів, що взаємопов'язані і становлять процес управління. Існування процесів управління різних за типом та змістом зумовлюється умовами існування підприємства. Зміст та складові викликають необхідність розробки певних заходів, які вносять впорядкованість у періоди хаосу і при зміні стратегії управління. Однією з найбільш важливих складових, що охоплюють практично всі розділи управління технічного і соціально-економічного розвитку підприємства, є антикризове.

У процесі формування антикризового механізму однією з ключових проблем є проблема адекватного прогнозування стану підприємства і тенденцій його розвитку. За результатами достовірного прогнозу розробляються й реалізуються найбільш ефективні антикризові заходи, спрямовані на завчасну нейтралізацію та запобігання можливих ускладнень при стимулюванні конструктивних процесів розвитку підприємства. У зв'язку з чим

використання факторних моделей в антикризовому управлінні є актуальним.

Більшість провідних фахівців з потреби проведення аналізу, розглядаючи великий масив даних, використовуює у своїх дослідженнях факторний аналіз [1 – 4]. Цієї думки дотримується і автор, оскільки факторний аналіз має спрямування на визначення й кількісне описання узагальнюючих характеристик, які в необхідній мірі описують весь перелік вихідних та результуючих показників, відображаючи тим самим закономірності розвитку системи, яка розглядається. Однак на сьогодні не достатньо використовують факторний аналіз при дослідженні впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на діяльність підприємства.

Головна мета статті полягає в обґрунтуванні впливу макроекономічних показників на розвиток кризових ситуацій на підприємствах за допомогою математичних розрахунків.

Отримані в результаті розрахунку моделі відображають механізм внутрішніх взаємозв'язків стану економічної діяльності підприємства.

Велика перевага факторного аналізу полягає в тому, що він не потребує апріорного розподілу змінних на залежні та незалежні, всі показники розглядаються в ньому як рівнозначні [2].

У проведеному автором аналізі процедура виявлення головних компонент максимізує дисперсію змінних, методом "Варімакс" знаходимо краще рішення в порівнянні із початковим масивом, що отриманий за допомогою методу головних компонент.

У розрахунку були використані 8 статичних та динамічних показників, що були відібрані в процесі кореляційного аналізу та характеризують вплив внутрішніх та зовнішніх факторів на господарську діяльність підприємства.

За допомогою пакета багатовимірного статистичного аналізу програмного продукту Statgraphics було визначено комплекс показників, які мають найбільші коефіцієнти факторних навантажень і спільностей (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця факторного навантаження статичних показників, які характеризують соціально-економічний стан господарських суб'єктів України протягом 1995 – 2004 рр.

№ п/п	Найменування показника	Ф факторне навантаження								$R_{x_i}^2$
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	
1	Рівень витрат на виплату заробітної плати в загальному обсязі виробництва	0,954					-0,171			0,905
2	Рівень податків до бюджетів усіх рівнів у загальному обсязі промислового виробництва	0,927					0,193			0,914
3	Відношення кредиторської заборгованості до обсягу виробництва		0,562	-0,744		-0,257			0,131	0,975
4	Відношення фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування до загального обсягу виробництва промислової продукції		-0,611		0,511	0,505				0,908
5	Частка інноваційно-активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств	0,397	-0,583	0,459	0,467			0,237		0,960
6	Відношення інвестицій в основний капітал до загального обсягу промислового виробництва	-0,412			-0,877					0,798
7	Частка науково-технічних працівників у загальній кількості штатних працівників в економіці			0,983						0,971
8	Витрати на 1 грн. товарної продукції		0,977							0,913
	Значення дисперсії, %	43,63	30,76	17,47	4,84	1,92	1,01	0,23	0,14	

Згідно з розрахунками на перший фактор припадає найбільше власне значення та найвищий рівень дисперсії – 43,63%,

тобто за рахунок першої компоненти можна описати майже половину загальної мінливості факторів.

Розглянувши матрицю факторного навантаження статичних показників, що відображають соціально-економічне становище України, можна надати наступну економічну інтерпретацію взаємозалежної зміни явищ.

Із загальної сукупності показників найпершим та, відповідно, найбільш суттєвим є узагальнюючий фактор F1. Зважаючи на те, що всі навантаження фактору істотно відрізняються від нуля, тобто він має навантаження від усіх змінних — зазначений фактор є генеральним [5].

Перший фактор утворений комплексом наступних показників: рівень витрат на виплату заробітної плати в загальному обсязі виробництва X1 (факторне навантаження становить 0,954); рівень податків до бюджетів всіх рівнів у загальному обсязі промислового виробництва X2 (0,927); відношення інвестицій в основний капітал до загального обсягу промислового виробництва X6 (0,412); частка інноваційно-активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств X5 (0,397).

Аналіз складу наведеної у табл. 1 послідовності показників дозволяє стверджувати, що фактор F1 характеризує структурні зміни в складі витрат господарської діяльності. Зважаючи на найбільший рівень факторного навантаження показників X1 та X2, динаміка зазначеного фактору залежить від змін у соціальній та податковій політиці держави. Так, збільшення розміру мінімальної заробітної плати (X1) підвищить рівень податкових відрахувань (X2), що у свою чергу негативно відобразиться на розмірі капіталовкладень та інноваційній активності промислових підприємств.

Набір показників другого фактору має навантаження першого та третього факторів, тобто є спільним. До комплексу показників другого фактору належать витрати на 1 грн. товарної продукції X8 (факторне навантаження дорівнює 0,977), відношення фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування до загального обсягу виробництва промислової продукції X4 (0,611), частка інноваційно-активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств X5 (0,583), відношення кредиторської заборгованості до обсягу виробництва X3 (0,562).

Зважаючи на набір показників та їх взаємне перекриття з першим фактором, можна стверджувати, що другий фактор є подовженням впливу першого. А саме, збільшення витрат на 1 грн. промислової продукції (X8) негативно позначається на результативності господарської діяльності підприємства (X4) та його інноваційній активності, що в кінцевому випадку призводить до погіршення платоспроможності (X3). У свою чергу, несвоєчасні розрахунки за власними зобов'язаннями призводять до невиробничих витрат – штрафів, пені, неустойок, що також позначаю-

ться на рівні витрат на прибутковості господарської діяльності. Отже, зазначений фактор характеризує зміни у фінансово-економічному становищі господарських суб'єктів.

До третього фактору належать наступні показники: частка науково-технічних працівників у загальній кількості штатних працівників в економіці X7 (факторне навантаження складає 0,983), відношення кредиторської заборгованості до обсягу виробництва X3 (-0,744), частка інноваційно-активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств X5 (0,459).

Через те, що індикатор фінансової дисципліни (X3) підприємства є загальним як для другого, так і третього факторів, динаміка останнього підсилюється рівнем науково-технічного прогресу. Результати науково-технічної діяльності відіграють першочергову роль на інноваційній активності підприємства, інтенсивність якої залежить від збільшення оборотності власних зобов'язань підприємства.

Наведені три фактори пояснюють майже 92% загальної мінливості показників. Разом з цим останні компоненти мають відмінний набір показників. Значення дисперсії інших факторів значно менша за наведені, тому їх вплив характеризують процеси народження або загасання більш вагомих факторів у залежності від особливостей фінансово-господарської діяльності підприємства.

Відповідним чином було проведено факторний аналіз відібраних динамічних показників соціально-економічного розвитку в Україні за період 1995 – 2004 рр. (табл. 2).

Розглянувши матрицю факторного навантаження динамічних показників, які характеризують стан діяльності підприємства, можна зробити наступні висновки. Першим та узагальнюючим фактором є F1, який відповідно до значення дисперсії складається з наступних показників: індекс цін виробників промислової продукції X1 (факторне навантаження дорівнює 0,967), темпи зростання прямих інвестицій з України в економіку інших держав X8 (0,955), темпи зростання інвестицій в основний капітал X6 (-0,586).

Отже, динамічні інфляційні процеси (X1) впливатимуть на погіршення інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств та призведуть до відтоку інвестиційних ресурсів в економіку інших країн (X8). У свою чергу, це негативно позначається на розмірі капіталовкладень в основні виробничі фонди українських підприємств (X6). Таким чином, головний фактор, від якого залежить соціально-економічний розвиток вітчизняних підприємств, полягає в стабільності національної валюти.

Таблиця 2

Матриця факторного навантаження динамічних показників, які характеризують соціально-економічний розвиток господарських суб'єктів України за період 1995 – 2004 рр.

№ п/п	Найменування показника	Факторне навантаження								$R_{x_i}^2$
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	
1	Індекс цін виробників промислової продукції	0,967								0,950
2	Темпи зростання фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування						0,852			0,908
3	Темпи зростання доходів населення		0,827		0,424	0,267				0,899
4	Темпи зростання чисельності інноваційно-активних промислових підприємств					0,956	-0,202			0,973
5	Темпи зростання експорту товарів та послуг			0,954						0,703
6	Темпи зростання інвестицій в основний капітал	-0,586	0,617	0,373				0,341		0,896
7	Темпи зростання чисельності науково-технічних працівників в їх загальній кількості				0,945					0,969
8	Темпи зростання прямих інвестицій з України в економіку інших держав	0,955					0,247		0,104	0,969
	Значення дисперсії, %	37,90	25,46	15,66	11,82	6,14	2,03	0,80	0,19	

На відміну від генерального фактору другий фактор відображає соціальні зміни в суспільстві держави. Набір показників – темпи зростання доходів населення Х3 (факторне навантаження становить 0,827) та темпи зростання інвестицій в основний капітал Х6 (0,617) – свідчить, що підвищення платоспроможності населення позитивно відображається на розмірі інвестицій в основний капітал. Даний фактор цілком очевидний та досягається за рахунок підвищення купівельної спроможності вітчизняного ринку.

Третій фактор обумовлює зміни в зовнішньоекономічній діяльності українських суб'єктів господарювання, так як до нього увійшли – темпи зростання експорту товарів та послуг Х5 (0,954) та темпи зростання інвестицій в основний капітал Х6 (0,373). Збільшення експортних поставок вимагає від підприємств відповідного рівня організації технологічних та технічних процесів виробництва продукції, послуг, що безумовно впливатиме на розмірі капіталовкладень.

У порівнянні зі статичними показниками динамічні процеси соціально-економічного розвитку держави мають чотири фактори, що найбільш повно обумовлюють їх розвиток та мають значення дисперсій вище за 10% від загальної мінливості. На відміну від попередніх факторів четвертий відображає якісні соціальні зміни, тому що він включає динаміку чисельності докторів і кандидатів наук Х7 (0,945) та темпи зростання доходів населення Х3 (0,424). Згідно з розрахунками (табл. 2) 94,5% від значення темпів зростання кількості докторів і кандидатів наук залежить 42,4% інтенсивності збільшення доходів населення.

Наведені чотири фактори пояснюють майже 91% загальної мінливості показників.

Перелік основних факторів, що визначають стан та розвиток соціально-економічних явищ в Україні із загальної сукупності факторів, подано у табл. 3; пріоритетність факторів відповідає розміру дисперсії.

Таблиця 3

Визначальні фактори стану та розвитку соціально-економічних явищ в Україні протягом 1995 – 2004 рр.

Назва і зміст фактора за статичним розподілом	Умовна позначка	Назва і зміст фактора за динамічним розподілом	Умовна позначка
Зміни в соціальній та податковій політиці держави	F1	Інфляційні процеси	F1
Загроза дефіциту обігових коштів за рахунок погіршення рентабельності господарської діяльності	F2	Рівень платоспроможності населення	F2
Рівень науково-технічного прогресу	F3	Інтенсивність зовнішньоекономічної діяльності	F3
		Соціально-культурні зміни	F4

Таким чином, факторний аналіз дозволив визначити ряд причин, що обумовлюють взаємопов'язану зміну ознак соціально-економічного стану та розвитку господарських суб'єктів України. Розглядаючи всю сукупність показників як цілісну систему, за допомогою факторного аналізу охарактеризовані закономірні, що найбільш часто зустрічаються, типові сполучення значень безпосередньо вимірюваних ознак. Це дозволило виявити загальні фактори, які породжують процеси, що відбуваються на всіх підприємствах України.

Своєчасна та об'єктивна оцінка факторів, що впливають на стан та розвиток фінансово-економічної діяльності дозволяють оперативно адаптуватися до змін зовнішньої та внутрішньої середовища, розробляти ефективну стратегію функціонування та розвитку в жорстких умовах сучасного ринку. Своєчасність оцінки визначає постійний процес її проведення, а об'єктивність – залежить від аналітичного інструментарію, що покладений в її основу.

Знання цих факторів, вміння виявляти їх вплив на виникнення кризової ситуації дозволяють створювати ефективний механізм управління ними та запобігати виникненню кризових явищ.

Відповідно до виділених факторів напрямком подальшого дослідження є розробка програм антикризового управління підприємством, у тому числі розробка конкретних заходів щодо попередження розвитку та вирішення існування кризових явищ.

Література: 1. Отенко И. П. Механизм управления потенциалом предприятия. Научное издание / И. П. Отенко, Л. М. Маляр-ец. — Харьков: Изд. ХГЭУ, 2003. — 220 с. 2. Иберла К. Факторный анализ. — М.: Статистика, 1980. — 124 с. 3. Егоршин А. А. Корреляционно-регрессионный анализ. Курс лекций и лабораторных работ: Пособие для вузов / А. А. Егоршин, Л. М. Маляр-ец. — Харьков: Основа, 1998. — 208 с. 4. Баканов М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 416 с. 5. Егоршин О. О. Методи багатовимірного статистичного аналізу: Навч. посібник / О. О. Егоршин, А. М. Зосімов, В. С. Пономаренко. — К.: ІЗМН, 1998. — 208 с.

Стаття надійшла до редакції
10.04.2006 р.

УДК 658.011.47

Камінська О. М.

**ІНСТРУМЕНТИ КОНТРОЛІНГУ
В УПРАВЛІННІ ОБОРОТНИМ
КАПІТАЛОМ**

In the article the most effective instruments of controlling with the aim of optimization the process of current assets management are considered, the usage of the alternative costs index is offered.

Абсолютна нестача власних обігових коштів, що має місце на українських підприємствах [1], виводить на перший план питання радикального підвищення якості управління оборотним капіталом в цілому та мінімізації вартості залучених обігових коштів зокрема.

Вирішення поставлених завдань вимагає застосування принципово нових підходів, що забезпечуватимуть надійне інформаційно-аналітичне супроводження процесу прийняття рішень стосовно управління оборотним капіталом.

Метою даної статті є визначення інструментів контролінгу, використання яких буде ефективним при вирішенні таких завдань, як оптимізація структури оборотних активів і мінімізація вартості залучених коштів.

У контролінгу використовується різноманітний інструментарій, що складається як із загальноекономічних, так і специфічних методів. До загальноекономічних належать такі: спостереження, порівняння, групування, аналіз, трендовий аналіз, синтез, систематизація, прогнозування; до основних специфічних методів — аналіз точки беззбитковості, бенчмаркінг, вартісний аналіз, SWOT-аналіз (аналіз сильних і слабких сторін), ABC-аналіз, XYZ-аналіз, методи фінансового прогнозування [2].

Слід зазначити, що "деякі інструменти контролінгу, наприклад, функціонально-вартісний аналіз і інвестиційні розрахунки, добре відомі... Інші, наприклад, ABC- і XYZ-аналіз, розрахунки сум покриття, ще не знайшли широкого застосування" [3].

Для вирішення питань оптимізації управління оборотним капіталом, на думку автора, доцільно запропонувати застосу-

вання такого інструмента контролінгу, як розрахунок альтернативних витрат.

У більшості випадків на підприємствах аналізується, в першу чергу, *явні* (зафіксовані в бухгалтерському обліку) *витрати*. Разом з тим кожне підприємство несе певні витрати, обумовлені витягненням з обороту частини капіталу, що вкладена у виробничі запаси, запаси готової продукції і дебіторську заборгованість.

Ці витрати належать до *альтернативних* [4]. Сучасний менеджмент потребує вивчення можливостей обліку альтернативних витрат і використання одержаних даних у процесі управління оборотним капіталом.

Існування альтернативних витрат є закономірним наслідком функціонування підприємств в умовах обмеженості ресурсів. Альтернативні витрати означають випущену вигоду підприємства, коли вибір одного напрямку використання ресурсів виключає можливість іншого їх використання. Ці витрати іноді називають додатковими.

Розрізняють внутрішні та зовнішні альтернативні витрати. Якщо підприємство не має у своєму розпорядженні запасів певних ресурсів і вимушено їх купувати, зазначаючи при цьому прямі грошові витрати, говорять про *зовнішні альтернативні витрати*. Якщо планується використання внутрішнього ресурсу, що вже є у розпорядженні підприємства, говорять про внутрішні альтернативні витрати. Величина внутрішніх альтернативних витрат визначається сумою доходів, які втратить підприємство у результаті відвернення ресурсів від колишніх напрямів використання.

Стосовно управління оборотним капіталом слід розрізняти альтернативні витрати в управлінні запасами, дебіторською заборгованістю, грошовими коштами.

У контролінгу грошових потоків і дебіторської заборгованості, що генеруються управлінськими рішеннями, розглядаються альтернативні витрати як розмір відтоку грошових коштів унаслідок прийняття певних рішень. Фактичні потоки грошових коштів на підприємстві є результатом раніше прийнятих управлінських рішень. Інформація про ці потоки має цінність для прийняття управлінських рішень, але наслідком наступних після аналізу рішень є зміни вже наступних грошових потоків. Для забезпечення інформаційно-аналітичної підтримки рішень, що приймаються, необхідним є розробка перспективних графіків надходження і відтоку грошових потоків.

У контролінгу управління запасами слід враховувати реальну вартість виробничих запасів, що знаходяться на складі, яка після певного періоду зростає на величину відсотків, котрі можна було б одержати при альтернативному використанні цих грошових коштів.

Величина альтернативних витрат, котрі несе підприємство при зберіганні певного найменування товарно-матеріальних цінностей, може бути розрахована за формулою:

$$V_a = \sum_{t=1}^n (V + r)^t - 1, \quad (1)$$

де V_a – величина альтернативних витрат;
 V – облікова вартість одиниці оборотних активів;
 r – ставка відсотка за один період;
 t – кількість періодів.

Найбільш складним моментом при здійсненні таких розрахунків є вибір ставки відсотка. Ставка відсотка за один період (r) повинна відображати альтернативну вартість капіталу, тому вона залежить від тих можливостей вкладення капіталу, що є у кожного конкретного підприємства.

В економічній літературі зустрічається багато різних підходів щодо визначення ставок дисконтування в контролінгу інвестиційних проектів. Стосовно розрахунку альтернативної вартості грошових коштів, вкладених у виробничі запаси, найбільш прийнятними, на погляд автора, є наступні підходи:

1) середньозважена вартість капіталу — середній відсоток, який сплачує підприємство за використання капіталу (власного і позикового);

2) ставка за безпечними вкладеннями, яку найчастіше розглядають як альтернативну вартість грошей. Це ставка відсотка

за інвестиціями, ризик неплатежу (або ненадходження грошових доходів) за якими практично нульовий. На Заході роль такої ставки, звичайно, відіграє ставка відсотка за державними цінними паперами. В умовах України можна використовувати, наприклад, облікову ставку Національного банку України. Облікова ставка НБУ – один із монетарних інструментів, за допомогою якого Нацбанк установлює для суб'єктів грошово-кредитного ринку орієнтир щодо вартості залучених і розміщених грошових коштів на певний період. Розмір облікової ставки НБУ доводить до відома користувачів відповідними листами [5];

3) відсоток за позиковим капіталом — це поточна ставка відсотка за короткостроковою заборгованістю, тобто відсоток, під який підприємство може взяти в борг у даний час. Логічно, якщо капітал можна або направити на закупівлю товарно-матеріальних цінностей, або повернути кредитній установі, то відсоток за позиковими засобами дорівнює альтернативній вартості капіталу.

Визначення сум альтернативних витрат може здійснюватися наступним чином.

Одиницю обліку товарно-матеріальних цінностей на підприємстві є їх найменування. Кожному найменуванню надається номенклатурний номер. Сучасні автоматизовані системи обліку забезпечують можливість фіксації як дати надходження кожної облікової одиниці виробничих запасів, так і дати їх відпуску зі складів. Це дозволяє визначити кількість днів, яку матеріал із заданим номенклатурним номером знаходився на складі запасів. Кількість періодів від моменту закупівлі до моменту відпуску зі складу розраховується діленням кількості днів зберігання на складі на кількість днів у календарному періоді.

Випущена вигода через заморожування грошових коштів у виробничих запасах в цілому по підприємству дорівнює сумі альтернативних витрат за кожним найменуванням.

Доцільність використання в системі економічних розрахунків показника альтернативних витрат визначається рядом чинників.

По-перше, розраховані показники в найвищому ступені наочно демонструють, що гроші, заморожені у виробничих запасах, не є безкоштовними. Показники сум альтернативних витрат можуть бути використані як дієвий засіб мотивації персоналу служб матеріально-технічного постачання, так і посадових осіб, відповідальних за правильне замовлення в розрізі асортименту.

По-друге, наявність інформації про альтернативні витрати забезпечує можливість сфокусувати увагу на позиціях товарно-матеріальних цінностей, що мають великі відносні значення витягнення і саме на ньому сконцентрувати основні зусилля з оптимізації матеріальних потоків.

По-третє, даний розрахунок забезпечує інформаційно-аналітичну підтримку процесу прийняття рішень щодо формування відпускових цін і асортиментної політики з урахуванням реальної вартості матеріалів. Аналогічно облік альтернативних витрат може бути використаний при аналізі існуючої на підприємстві дебіторської заборгованості, обсягів незавершеного виробництва, запасів готової продукції.

Одержані дані дозволять більш зважено підійти до аналізу ефективності використання кожної групи активів, що входять до складу оборотного капіталу, детально прослідкувати весь ланцюжок перетворень активів у гроші, виявити найбільш проблемні моменти і саме на них сконцентрувати основну увагу.

Література: 1. Ізмайлова К. В. Аналіз джерел формування активів // *Фінанси України*. — 2005. — №8. — С. 67–74. 2. Терещенко О. О. *Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навчальний посібник*. — К.: КНЕУ, 2003. — 288 с. 3. Фольмут Х. Й. *Інструменти контролінга от А до Я: Пер. с нем. / Под ред. и с предисл. М. Л. Лукашевича и Е. Н. Тихоненковой*. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 288 с. 4. Лытнев О. Н. *Финансово-экономическая сущность альтернативных издержек* // www.gaar.ru/biblio/corpfm/011.asp. 5. *Облікова ставка НБУ // Податки та бухгалтерський облік*. — 2005. — №50. — С. 15–17.

Стаття надійшла до редакції
04.04.2006 р.

УДК 658.5/.7.012.12

Ипполитова И. Я.

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТОИМОСТНОЙ АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ОБЛАСТИ РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

In the article the methodological approach to the decision-making as for the enterprise resource savings is offered.

Одним из инструментов объективной оценки результатов хозяйствования является функционально-стоимостной анализ (ФСА), который позволяет управлять эффективностью и планировать обеспечение высоких конечных результатов деятельности предприятия, а также выявлять зависимость экономических показателей производственного процесса от его технологических параметров.

Применение ФСА рассматривается в работах многих авторов, таких, как В. Н. Гринева, Н. В. Афанасьев, А. П. Ковалев, Н. К. Моисеев, В. В. Сысун, М. Г. Карапутин, Б. И. Майданчик и др. Вместе с тем, несмотря на существующие исследования как в теоретическом, так и практическом аспектах, вопросы, касающиеся принятия управленческих решений по ресурсосбережению для повышения эффективности функционирования предприятий нефтегазового комплекса (НГК), остаются недостаточно разработанными [1 – 3].

Целью данной статьи является разработка методического обеспечения принятия решений для управления ресурсосбережением на предприятиях НГК, которое базируется на применении функционально-стоимостного анализа.

Конечная цель ФСА – поиск наиболее экономичных с точки зрения потребителя и производителя вариантов того или иного практического решения. Для достижения этой цели с помощью анализа должны решаться следующие задачи:

- общая характеристика объекта исследования;
- детализация объекта на функции;
- группировка выделенных функций на главные, основные, вспомогательные и ненужные;
- определение и группировка затрат соответственно выделенным функциям;

исчисление суммы затрат на производство продукции при исключении лишних функций и использовании предложений по технологическому и организационному совершенствованию производства.

Проведение ФСА связано с соблюдением ряда принципов:

- принцип ранней диагностики;
- принцип приоритета;
- принцип оптимальной детализации;
- принцип последовательности;
- принцип выделения ведущего звена.

Использование этих принципов применительно к предприятиям НГК существенно повышает эффективность работ по ФСА.

ФСА текущих затрат на буровые работы, учитывая перечисленные принципы, необходимо проводить в семь этапов.

На *подготовительном этапе* выбирается скважина, которая подлежит исследованию; создается временная исследовательская группа из специалистов разного направления и осуществляется их подготовка по методике ФСА; разрабаты-

вается подробный календарный план выполнения исследования; оформляются все нормативные документы, связанные с проведением ФСА.

Информационный этап предусматривает осуществление сбора и обобщение разнообразных данных об исследуемой скважине, которые должны отражать геологические условия, вид, способ и метод бурения, вид бурового оборудования, новейшие достижения в отрасли науки и техники, так или иначе связанных с бурением скважины, экономическую информацию, имеющую отношение к анализируемому объекту.

На *аналитическом этапе* происходит детализация изучаемой скважины по функциям, их классификация, определение стоимости каждой из них, то есть создание функционально-стоимостной модели скважины; выявление зоны наибольшей концентрации затрат; формулируются задачи по усовершенствованию затрат скважины с целью их сокращения на ее бурение.

На *творческом этапе* осуществляется разработка вариантов упрощения и удешевления технологии бурения; решаются задачи по совмещению функций, устанавливаются разные варианты их выполнения; отбираются наиболее реальные варианты с точки зрения их реализации с помощью методов "мозговой атаки", "Дельфи", "Паттерн", синектического, морфологического.

На *исследовательском этапе* осуществляется экспериментальная проверка выдвинутых предложений по сокращению затрат на бурение скважины; проводятся все необходимые технические, технологические и экономические расчеты; на одной из скважин реализуется новая технология и проводится ее испытание с точки зрения приспособленности к новому буровому оборудованию.

Рекомендательный этап заключается в том, что производится окончательный выбор вариантов изменений для исследуемой скважины, который бы не снижал ее производительных качеств; оформляется вся необходимая документация по выбранному варианту усовершенствованного процесса бурения скважины; согласуются все вносимые в объект изменения с поставщиками и заказчиком; разрабатываются планы-графики внедрения результатов анализа в процесс бурения скважин:

На этапе внедрения организовывается новый вариант анализируемого технологического процесса бурения скважины; проводятся консультации для специалистов, занятых в процессе бурения; подводятся итоги проведенной работы, определяется ее экономический эффект; оформляется отчет о результатах анализа.

Объектом исследования является скважина №121 на Куличихинском месторождении. Цель бурения – эксплуатация.

Временная исследовательская группа создается из специалистов производственно-технического, технологического и планово-экономического отделов, бухгалтерии и вышкомонтажного цеха, проводится их подготовка по методике ФСА.

После разработки подробного календарного плана выполнения исследования осуществляется сбор, изучение и обобщение разнообразных данных об исследуемом объекте и создается функционально-стоимостная модель объекта.

Главной функцией бурения скважины является добыча топливно-энергетических ресурсов. Для достижения главной цели бурения скважин необходима реализация основных и вспомогательных функций.

Основными функциями есть функции, для осуществления которых были построены скважины, обеспечивающие ее работоспособность и создающие необходимые условия для осуществления внешних функций. Вспомогательные функции — это такая разновидность внутренних функций, без выполнения которых объект анализа или его элементы не изменяют свою работоспособность.

Матрица функций скважины №121 Куличихинского месторождения представлена в табл. 1.

Таблица 1

Матрица функций скважины №121 Куличихинского месторождения

Составные элементы цикла строительства скважины	Функция		Вид функции	Условное обозначение
	глагол	существительное		
Подготовительные работы	подготовить	площадку	вспом.	А
Строительные работы	строить	вышку	вспом.	Б
Демонтажные работы	демонтировать	оборудование вспомогательное	вспом.	В
Бурение и крепление	бурить и крепить	скважину	основ.	Г
Испытательные работы	испытать	скважину	основ.	Д
Промышленно-геофизические работы	выбрать	вид оборудования	вспом.	Е
Дополнительные работы при строительстве в зимнее время	облегчить	процесс бурения	вспом.	Ж

Совокупность всех перечисленных функций характеризует функциональную структуру бурения скважин, в данном случае состоящую из 2 основных и 5 вспомогательных функций. Ненужных функций цикл строительства скважины не имеет.

Используя данные табл. 1, можно графически представить функциональную структуру скважины (рисунок) следующим образом.

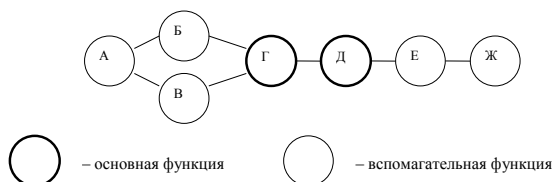


Рис. Граф функциональной структуры скважины

Согласно рисунку эксплуатация скважины предполагает выполнение двух основных функций: бурение с целью эксплуатации, крепление скважины и ее испытание. Выполнение данных функций возможно при условии осуществления четырех вспомогательных функций: подготовка площадки, строительство вышки, выбор нужного оборудования для эксплуатации скважины с последующим его демонтажем. Но для выполнения всех вышеперечисленных функций зимой необходимы дополнительные работы, то есть появляется пятая вспомогательная функция.

Другой чрезвычайно важной процедурой, предусмотренной ФСА, является денежная стоимостная оценка выполнения функций. Чтобы можно было правильно оценить фактические затраты по той или иной функции, необходимо знать минимальный уровень затрат на ее выполнение. Основное средство оценки функций — метод сравнения. Исходными данными для общей стоимостной оценки выполняемых функций является смета затрат на эксплуатацию скважины №121, приведенная в табл. 2.

Таблица 2

Смета затрат на строительство (бурение) скважины №121 Куличихинского месторождения

Раздел	Состав цикла строительства скважины	Стоимость, тыс. грн.
1	2	3
1	Подготовительные работы:	222,78
	подготовка площадки, строительство подъемного пути, трубопроводов, линии передач	169,69
	демонтаж трубопроводов, линий передач	53,09
2	Строительство и демонтаж вышки, привышковых сооружений, монтаж и демонтаж бурового оборудования:	384,52
	строительство и монтаж	316,77
	демонтаж	67,75
3	Бурение и крепление скважины	2 509,49
4	Испытание буровой скважины на продуктивность в эксплуатационной колонне	126,85
5	Промышленно-геофизические работы	274,20
6	Дополнительные работы при строительстве скважины в зимнее время	122,89
	Сметная стоимость строительства скважины (Ссм)	3 608,78
7	Накладные расходы (10% от Ссм)	360,88
8	Плановые накопления, % (40% от разд. 1 – 7)	1 587,86
	Другие работы и затраты:	394,19
	возмещение убытков, принесенных временным пользованием земельным участком	111,15
	выплата премий (1,88% от разд. 1 – 8)	72,25
	вахтовые надбавки, 0,7%	38,86
	лабораторные работы (0,15% от разд. 1 – 8)	3,99
	биологическая рекультивация земель	9,4
	услуги сторонней организации по наладке электрооборудования (0,2% от разд. 1 – 8)	6
	аренда каналов связи	9,2
10	Авторское наблюдение (0,2% от разд. 1 – 9)	11,75
	Резерв средств на непредусмотренные расходы (5% от разд. 1 – 9)	275
	Всего по сводному сметному расчету	6 257,74
11	Стоимость услуг и отчислений	932,63
	Резерв средств на непредвиденные расходы, 5%	298,78
	отчисления на содержание военизированного подразделения (0,12% от разд. 1 – 8)	6,66
	отчисления на экологию (0,1% от разд. 1 – 8)	5,56
	аренда канала связи	96,87
	компенсация стоимости обсадных труб, 8%	444,60
	налог на землю и транспорт (0,5% от разд. 1 – 8)	2,78

1	2	3
	коммунальный налог (0,1% от разд. 1 – 8)	5,56
	содержание высоковольтной линии	71,82
	Итого по сводному сметному расчету с учетом услуг и отчислений	6 891,58
	Отчисления в фонд развития науки, 1%	68,92
	ВСЕГО по сводному сметному расчету	6 960,50
	НДС 20%	1392,1
	Всего с учетом НДС	8 352,60

Из табл. 2 видно, что смета затрат на строительство скважины, кроме стоимости производственных работ, включает накладные расходы, другие затраты, различные отчисления и т. д. Однако проводить ФСА этих расходов не имеет смысла,

так как их уровень считается по нормативам, которые сложились на практике деятельности предприятий НГК.

Стоимостная оценка выполняемых функций при строительстве скважин представлена в табл. 3.

Таблица 3

Стоимостная оценка выполняемых функций

Условные обозначения	Вид функции	Стоимость функции, тыс. грн.	Удельный вес функции в себестоимости буровых работ, %		Отклонение, %
			общей	"полезной"	
А	Основная	2 509,49	70,0	55,4	+14,6
Б	Основная	126,85	3,2	2,8	+0,4
В	Вспомогательная	222,78	7,8	7,0	+0,8
Г	Вспомогательная	316,77	8,3	6,9	+1,4
Д	Вспомогательная	67,75	1,3	1,2	+0,1
Е	Вспомогательная	274,20	5,3	5,4	+0,9
Ж	Вспомогательная	122,89	3,2	3,1	+0,1
	ИТОГО	3 640,73	100	81,8	+18,2

Минимальные издержки производства, необходимые для того, чтобы объект выполнял основные функции, то есть бурение скважины, называются "полезной" себестоимостью. Выделение "полезной" себестоимости надо для предварительного определения величины резервов. Предпочтение в проведении ФСА следует отдать функциям А (резерв + 14,6%), Г (резерв + 1,4%), Е (резерв + 0,9%), В (резерв + 0,8%). Учитывая, что "полезная" себестоимость составляет 81,8%, то средства, которые могут быть сэкономлены в процессе бурения, составят 662,61 тыс. грн. Кроме того, предприятие строит в среднем 6 – 8 скважин в год, следовательно, сумма, которая может быть сэкономлена, достаточно значительная.

В определении резервов снижения затрат наиболее важное значение имеет творческий этап ФСА, в процессе которого разрабатываются мероприятия, позволяющие сократить разрыв между фактической стоимостью функций и минимально возможной.

Анализ сложившейся ситуации свидетельствует о том, что наличие резервов связано со многими причинами, в частности с наличием аварий или простоев, устранить которые, а значит уменьшить стоимость функций, можно благодаря повышению контроля за технологией бурения и организацией труда, улучшению эксплуатации бурового инструмента, усовершенствованию системы очистки бурового раствора и рецептур, дополнению парка бурильных труб высокостойкими трубами, обеспечив производства высокоэффективными долотами импортного производства разных размеров. Кроме того, совершенствования требует сама методика определения затрат с уточнением нормативов на "другие работы и затраты" на базе специальных исследований.

Результаты ФСА можно использовать как для текущего (оперативного) управления, так и для принятия стратегических решений относительно ресурсосбережения на предприятии. На тактическом уровне управления на основании этой информации разрабатываются рекомендации по снижению затрат на бурение скважин и по повышению эффективности деятельности предприятия в целом. На стратегическом — для выбора стратегии ресурсосбережения.

Таким образом, новым научным результатом является разработка методического обеспечения принятия решений для управления ресурсосбережением на предприятиях НГК, который базируется на применении ФСА. Практическое значение полученных результатов состоит в том, что использование предложенных в статье методических разработок позволит выявить резервы снижения себестоимости буровых работ и разрабатывать на основании этой информации ресурсосберегающую стратегию функционирования предприятия. В последующих

исследованиях в рамках данного направления будут разработаны рекомендации по управлению ресурсосбережением на исследуемых предприятиях.

Литература: 1. Ковалев А. П. Функционально-стоимостной анализ и управление затратами. — М.: МГТУ "Станкин", 1995. — 256 с. 2. Основы функционально-стоимостного анализа / Под ред. М. Г. Карпунина, Б. И. Майданчика. — М.: Энергия, 1980. — 148 с. 3. Ковалев А. П. Справочник по функционально-стоимостному анализу / А. П. Ковалев, Н. К. Моисеева, В. В. Сысун и др.; [Под ред. М. Г. Карпунина, Б. И. Майданчика. — М.: Финансы и статистика, 1988. — 436 с.

Стаття надійшла до редакції 04.04.2006 р.

УДК 65.011.1

Строкович А. В.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

In the article the different conceptions of the enterprise development strategic management are considered. The conceptual bases of the enterprise development strategic management, which are based on the new institutional theory, decision-making methodology, strategic management, system analysis, dynamic approach, self-organizational theory, taking into account the tendencies of changing the socioeconomic conditions of transactor unit operation in Ukraine are offered.

У процесі стратегічного управління розвитком підприємства значну увагу варто приділяти аналізу його місії та цілей функціонування, оцінці конкурентного статусу й існуючого стратегічного потенціалу, можливості використання невідчутних активів тощо.

Метою даного дослідження є формування концепції стратегічного управління підприємствами. Перш ніж розглядати цю проблему, слід визначити поняття "стратегічний розвиток" та "стратегічне управління розвитком". Але спочатку доцільно уточнити сутність поняття "стратегічне управління підприємством".

Сьогодні існує безліч визначень стратегічного управління підприємством. Так, О. Газарян трактує його як "управління фактичною траєкторією змін ситуації за рахунок цілеспрямованого впливу на сам організм чи його середовище" [1, с. 16]. На думку О. Л. Гапоненко й О. П. Панкрухіна, під стратегічним управлінням слід розуміти "процес формування стратегії, її реалізації і контролю відповідності досягнутих результатів запланованим цілям" [2, с. 29].

З. Є. Шершньова та С. В. Оборська визначають стратегічне управління як реалізацію концепції, в якій поєднуються цільові та інтегральні підходи до діяльності підприємства, що дає можливість встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх і приводити у відповідність з існуючим потенціалом підприємства за рахунок розробки та реалізації стратегії.

На думку О. Н. Тищенко та О. С. Головки, стратегічне управління — це "концепція розробки підсистеми управління підприємством у реальному часі й у перспективі, що забезпечує ефективний розвиток і раціональне використання потенціалу підприємства за умови своєчасного та адекватного реагування на впливи зовнішнього середовища" [3, с. 17].

Отже, стратегічне управління найчастіше уявляється як "циклічний процес, що складається з окремих, але послідовних фаз — формулювання, впровадження і контролю" [4, с. 23].

Проведені дослідження наукової літератури показують, що для опису еволюційних процесів стратегічного розвитку підприємства перевага надається синергетичній теорії.

В. С. Пономаренко під стратегічним розвитком розуміє "обрану модель довгострокових дій підприємства, яку необхідно реалізувати для досягнення поставлених перед ним цілей" [5, с. 62]. Він пропонує принципову схему синергетичного підходу до процесу стратегічного розвитку підприємства як відкритої та нерівноважної системи. При цьому самому процесу стратегічного розвитку підприємства притаманні такі принципи, як незворотність, випадковість, невизначеність та нелінійність. Процес стратегічного розвитку підприємства здійснюється тільки через нестійкість його станів.

Ю. О. Пуятін, О. І. Пушкар, О. М. Тридід розглядають зміст та взаємозв'язок головних етапів стратегічного управління розвитком, що пов'язані з фінансовими стратегіями та механізмами. Даний підхід включає аналіз можливостей, оцінку життєвих циклів підприємства та конкурентних переваг; аналіз інтересів та стратегій розвитку, вибір напрямку розвитку; аналіз фінансових стратегій, визначення цілей і формування стратегій; створення механізмів фінансової стратегії зі збалансованим ризиком; формування бізнес-планів, розподіл зусиль серед відокремлених проектів та всередині життєвих циклів; погодження та затвердження фінансових планів [6, с. 52, 53].

Поряд з тим слід зазначити, що в сучасних умовах головним джерелом позитивного розвитку підприємств є більш ефективне використання його інформаційного та інтелектуального активу як явного, так і неявного, тобто трансформування схованих інтелектуальних активів в явні та поширення мереж їх використання.

Виходячи з проведених досліджень проблем стратегічного управління розвитком підприємства і практики роботи провідних вітчизняних та закордонних господарських суб'єктів, слід зазначити, що сама концепція стратегічного управління розвитком має формулюватися трохи ширше. Так, жоден із видів стратегічного управління неможливо реалізувати без аналізу конкурентного статусу підприємства, його потенціалу та оцінки впливу як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Крім того, необхідно враховувати особливості сучасної економіки, що характеризується високим рівнем ризику, багатьма змінами у сфері державного регулювання, значним впливом соціальних чинників. У зв'язку з цим виникає об'єктивна необхідність надалі вдосконалювати теоретичні і методичні засади стратегічного управління розвитком підприємства, що від-

повідали б сучасним вимогам, а саме збільшенню ролі інтелектуального капіталу.

Таким чином, науковою новизною одержаних результатів є вдосконалення концептуального підходу щодо процесу стратегічного управління розвитком підприємства як динамічної системи, що відтворюється через циклічні економічні й соціальні процеси за рахунок більш ефективного використання інформаційних та інтелектуальних активів.

Основними положеннями концептуального підходу з реалізації процесу стратегічного управління розвитком підприємства, що ґрунтується на неінституціональній теорії, методології прийняття рішень, стратегічному управлінні, системному аналізі, динамічному підході, теорії самоорганізації систем, синергетичному підході, а також враховуючого тенденції зміни соціально-економічних умов функціонування господарських суб'єктів в Україні, є:

1. Підприємство, що становить складну відкриту соціально-економічну систему, основою розвитку якої є оптимізація всіх аспектів її діяльності з метою максимального використання існуючих можливостей як у поточному, так і в стратегічному періоді.

2. Основними аспектами діяльності підприємства є такі: фінансово-економічний, комерційний, юридичний, соціальний, виробничий, інноваційний, організаційний, екологічний.

3. Кожен аспект діяльності підприємства характеризується відповідною системою показників.

4. Основними активами діяльності підприємства є матеріальні, фінансові, інформаційні та інтелектуальні.

5. Процес оцінки існуючого стратегічного стану підприємства та його можливостей включає аудит конкурентоспроможності господарського суб'єкта, а також аналіз як зовнішнього, так і внутрішнього стратегічного потенціалу підприємства.

6. Аудит конкурентоспроможності господарського суб'єкта, тобто аналіз його основних характеристик у порівнянні з підприємствами-конкурентами, здійснюється виходячи із сумірності характеристик випускаючої продукції, сегментів ринку і споживачів, фаз життєвого циклу.

7. Стратегічний потенціал підприємства — можливості підприємства за кожним з аспектів його діяльності, що можуть бути мобілізовані для досягнення визначеної стратегічної мети, здійснення стратегічного плану.

8. Для кожного підприємства може бути сформований набір альтернативних стратегій його розвитку. Вибір визначеної стратегії здійснюється керівництвом господарського суб'єкта і означає, що з усіх можливих стратегічних альтернатив, які існують у досліджуваного підприємства, буде обрана тільки одна, що й буде реалізовуватися. Одним із методів розробки різних варіантів стратегії розвитку підприємства є портфельний аналіз, що ґрунтується на формуванні портфельних стратегій — безлічі альтернативних варіантів розвитку підприємства. Безліч варіантів використовується в разі, якщо реалізація обраної стратегії виявиться нерациональною. Якщо зміняться умови розвитку, то необхідно вибрати іншу стратегію, адекватну сформованій ситуації.

9. Виходячи з обраної стратегії розвитку підприємства, здійснюється розробка стратегічних планів, проектів і програм його розвитку. Внаслідок того, що підприємство є відкритою системою, стратегічний план має складну внутрішню структуру, яка відображає поліаспектний характер діяльності підприємства, необхідність урахування впливу як зовнішніх, так і внутрішніх чинників, а також визначає необхідність формування системи планів, проектів і програм, спрямованих на прогресивний його розвиток. Для невеликих та середніх підприємств може розроблятися єдиний план з відповідними розділами, а для великих підприємств і складних організаційних структур — об'єднань кількох підприємств типу асоціацій, холдингів, консорціумів і консорціумів — кожен розділ може мати вигляд розгорнутого плану чи програми.

Стратегічні плани, проекти і програми орієнтовані, насамперед, на прогресивний розвиток підприємства, а в цих умовах — на продовження його "життєвого циклу".

Стратегічні плани можуть бути різними за структурою і змістом залежно від їх призначення: прогресивний розвиток

чи ліквідація господарського суб'єкта (регресивний розвиток). Метою формування стратегічних планів, проектів і програм є максимізація ефективності роботи підприємства в довгостроковому періоді чи мінімізація витрат у разі ліквідації.

10. Ризик невиконання стратегічних планів, проектів і програм розвитку підприємства. Процес реалізації будь-якого стратегічного плану, проекту та програми нерозривно пов'язаний з поняттям ризику. Це відбувається внаслідок того, що перспективні плани розвитку підприємства, результатом реалізації яких є значне зростання його рентабельності, характеризуються високим рівнем ризику. Категорію ризику доцільно розглядати з позиції максимізації позитивних і мінімізації негативних наслідків настання ризикових подій.

11. Ефективність стратегічного управління розвитком підприємства містить соціальні (суспільні) та економічні компоненти. Кожний з них у свою чергу може бути поділений на зовнішню і внутрішню складові. Соціальний компонент включає ефективність функціонування соціальної інфраструктури на підприємстві (внутрішня) й ефективність взаємодії з зовнішнім середовищем (зовнішня), до якого входять обсяги податкових платежів, участь у соціальних програмах тощо. Економічний компонент можна поділити на ефективність функціонування підприємства як господарського суб'єкта (внутрішня) та ефективність вкладень власників підприємства (зовнішня).

На рисунку зображено структурно-логічну схему взаємозв'язку основних етапів стратегічного управління розвитком підприємства.

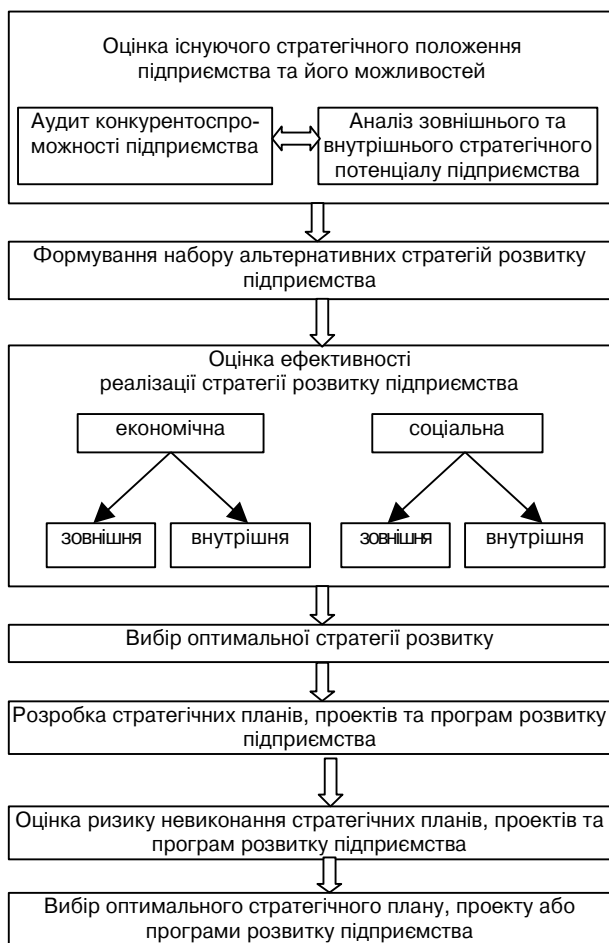


Рис. Структурно-логічна схема взаємозв'язку основних етапів стратегічного управління розвитком підприємства

Отже, методологічною основою стратегічного управління розвитком підприємства є запропонований та обґрунтований

концептуальний підхід, основа якого — єдність взаємодії низки інститутів ринкової економіки. Їх взаємодія призводить до появи синергетичного ефекту. Структурними елементами підходу є низка подій, що здійснюються в процесі розвитку господарського суб'єкта і становлять дії фінансово-економічного, комерційного, юридичного, соціального, виробничого, інноваційного, організаційного, екологічного характеру, результатом котрих є зростання соціальної та економічної ефективності підприємства.

Подальшими напрямками дослідження є розробка методологічних підходів та практичних рекомендацій до оцінки використання основних активів діяльності підприємства (матеріальних, фінансових, інформаційних та інтелектуальних).

Література: 1. Газарян А. Методологические основы стратегического планирования. – Бишкек: ОФЦИР, 2003. – 72 с. 2. Гапоненко А. Л. Стратегическое управление: Учебник / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М.: Омега-л, 2004. – 472 с. 3. Тищенко А. Н. Стратегия управления развитием предприятия / А. Н. Тищенко, О. О. Головки. – Харьков: ЭДЭНА, 2003. – 200 с. 4. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэм-пелл.; [Пер. англ., под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с. 5. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. – Харків: Вид. дім "ІНЖЕК", 2003. – 328 с. 6. Пуятин Ю. С. Фінансові механізми стратегічного управління розвитком підприємства: Монографія / Ю. С. Пуятин, О. І. Пушкар, О. М. Тридід. – Харків: Основа, 1999. – 488 с. 7. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: Навч. посібник / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.

Стаття надійшла до редакції 04.04.2006 р.

УДК 657.471.76

Лабунська С. В.
Басова І. О.

ПРОБЛЕМИ КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

In the article the problems of calculating the cost of finished products in the financial and administrative accounting, the problems of considering the enterprise's valid and probable expenses and its reflection in the bookkeeping are examined.

Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р. №996-XI констатував розподіл у рамках загальної системи бухгалтерського обліку підсистем фінансового та внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, визначивши при цьому внутрішньогосподарський облік як "систему обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішнього користування в процесі управління підприємством" [1]. В даній статті розглядаються проблеми та вимоги щодо ефективного функціонування саме системи управлінського обліку.

Подальший розвиток ринкових відносин в економіці України обумовлює та викликає потребу у формуванні якісно нової інформаційної системи, що забезпечує потреби сучасного менеджменту підприємства.

Саме розвиток системи менеджменту, з одного боку, підвищує вимоги до оперативності, достовірності та об'єктивності інформації, що формується за даними бухгалтерського обліку, а з другого – потребує вже такої інформації, яка проаналізована та згрупована за потребами управління і яка містить відомості щодо декількох варіантів розвитку подій. Тобто бухгалтерський облік у його управлінській підсистемі набуває окрім контрольної та облікової функцій ще й аналітичної та, подекуди, прогнозної.

На сучасному етапі серед теоретиків та практиків бухгалтерського обліку розгорнута широка дискусія щодо функцій та якісної характеристики бухгалтерського обліку як інформаційної системи [2; 3]. Тобто ведеться полеміка про раціональність перебирання на себе та подальший розвиток в управлінському обліку аналітичної та прогнозовної функції: чи це є функціями суто менеджменту, чи вони притаманні вже управлінському обліку та виступають підґрунтям формування, на відміну від бухгалтерського обліку, якісно нової інформаційної системи стратегічного обліку.

Слід зазначити, що на думку авторів, основою при формуванні інформаційної системи управлінського обліку є потреби саме користувачів, а це перш за все команда управлінців та власників підприємства. Саме такі інформаційні запити формують систему як таку, а значить визначають функції та вимоги щодо управлінського обліку. Тобто на підприємствах з низьким рівнем розвитку менеджменту управлінському обліку буде притаманна саме облікова та подекуди аналітична та контрольна функції за відсутністю функцій планування та прогнозування. При цьому останні можуть не дуже цікавити менеджерів та власників цих підприємств, але вимагатися з боку потреб фінансового обліку, який має загальні вимоги та стандарти щодо складання фінансової звітності. Це стосується групування інформації про витрати за центрами відповідальності, за економічними елементами, розподілу витрат на продукцію та витрат періоду. І тому формувати на таких підприємствах системи стратегічного обліку – недоречно [4; 5].

На підприємствах, де рівень менеджменту високий – високі й вимоги до первісної обробки інформації, її надійності та обсягу. При цьому ставляться питання саме оптимізації, тобто зіставлення витрат на отримання з результатами діяльності підприємства за умов використання інформації.

З приводу цього зростають і вимоги щодо організації загальної облікової політики, яка б враховувала та пов'язувала потреби управлінського обліку для обґрунтованого прийняття рішень та вимоги до періодичності, зіставності та об'єктивності інформації, що надається у фінансовому обліку та звітності. Тобто, з одного боку, управлінський облік, на думку авторів, перетворюється в стратегічну інформаційну систему, а з другого – більш тісно сплітається з фінансово-обліковою підсистемою, як частиною розглянутої інформаційної системи стратегічного обліку, одночасно висуваючи до неї якісно нові вимоги.

Отже, для забезпечення якісної організації управління витратами підприємства головною метою систем калькулювання собівартості продукції є об'єктивне обчислення витрат на виробництво кожного виду продукції підприємства, тобто формування виробничої собівартості.

Слід зазначити, що показник повної собівартості відсутній у сучасному фінансовому обліку країни, бо його неможливо там сформувати за умов дохідної оптики, яку покладено в основу вітчизняної облікової системи. Такий підхід, з одного боку, підвищує якість надання інформації у фінансових звітах, бо висвітлює реальний рух грошових коштів шляхом співвіднесення доходів та витрат періоду. З іншого боку, списання витрат у періоді виникнення не дає можливості їх накопичити для формування та оцінки показника повної собівартості на синтетичних рахунках обліку; а саме цей показник є базовим на більшості промислових підприємствах у системі менеджменту. Таким чином, у фінансовому обліку формується виробнича собівартість, що не завжди враховує реальні витрати і потреби підприємства. Але лише маючи реальну собівартість можна розрахувати реальний прибуток з метою ефективного управління виробництвом.

Формувати реальну собівартість за запитом управлінців – трудомістка праця, що заважає оперативному прийняттю рішень, бо потребує розробки системи особливого накопичення та обробки первинної інформації системи управлінського обліку. Тож, для українських підприємств на сучасному етапі розвитку економіки доцільним, на погляд автора, буде окреслення деяких шляхів вирішення цієї проблеми. Одним із них є встановлення певного періоду для формування реальної собівартості та надання такої інформації користувачам для прийняття оперативних рішень. Тривалість релевантного періоду визначається самим підприємством залежно від технологічного циклу, необхідності інформації для прийняття рішень та інших зовнішніх і внутрішніх факторів.

Але саме для планування розвитку підприємства в короткостроковому та довгостроковому періоді необхідно враховувати витрати, що не входять до виробничої собівартості. В практиці короткострокового управління використовуються принципи поділу витрат на прямі та накладні, постійні та змінні. Ці принципи з метою довгострокового аналізу застосовувати неможливо, оскільки в тривалій перспективі витрати підприємства змінюють свою ознаку і можуть бути розглянуті як умовно-змінні або умовно-постійні лише в релевантному діапазоні часу [2]. Те ж саме стосується і розподілу витрат на прямі або накладні. Тоді основою проблемою стає визначення такого діапазону для кожного окремого підприємства чи для кожного з декількох видів продукції, що виробляє одне підприємство, в якому можна досить якісно розробити методики і первісні документи, в яких класифікувати витрати під час їх виникнення.

Слід зазначити, що прямі витрати займають дедалі меншу питому вагу в собівартості продукції промислових підприємств, у той час як накладні витрати збільшуються. Тому саме зараз посилюється увага науковців до вивчення поведінки непрямих (накладних) витрат, особливо в їх змінній частині [4 – 6].

В табл. 1 наведені дані про структуру операційних витрат на виробництво за останні роки, що наводяться у фінансовій звітності (Форма №2 "Звіт про фінансові результати" Розділ 2 "Витрати по елементам").

Таблиця 1

Структура операційних витрат на виробництво продукції промисловості

Показники витрат	Роки				
	2001	2002	2003	2004	2005
Матеріальні витрати, %	68,5	67,2	65,3	67,7	67,3
Витрати на оплату праці, %	7,6	5,8	4,2	3,9	3,8
Відрахування на соціальні заходи, %	9,6	9,2	9,1	8,4	8,6
Амортизація, %	3,5	3,2	5,4	3,3	3,4
Інші витрати, %	10,8	14,6	19,0	7,5	7,4

В табл. 2 наведені витрати одного з підприємств Харківського регіону за місяць, які розділено на постійні та змінні за даними аналітичного обліку. Це пов'язано з тим, що жодна з форм фінансової та статистичної звітності не дає інформації про постійні та змінні витрати.

За дослідженнями авторів, на підприємствах Харківської області питома вага змінних витрат коливається в межах від 60% до 80%, а умовно-постійних — від 40% до 20% відповідно. З табл.2 видно, що змінні витрати займають близько 70% в загальному обсязі витрат за місяць. Таким чином, першочерговим завданням стає планування змінних витрат.

Таблиця 2

Витрати підприємства за місяць 2005 року за елементами, грн.

№ з/п	Витрати	Загальні витрати	Умовно-постійні витрати	Змінні витрати
1	Матеріальні витрати	39950,00	3100,00	36850,00
2	Витрати на оплату праці	24650,00	4250,00	20400,00
3	Відрахування на соціальні заходи	9699,78	1672,38	8027,40
4	Амортизація	5312,00	5312,00	-
5	Інші витрати	12719,00	12037,00	682,00
	Разом	92330,78	26371,38	65959,40

Тому саме зараз посилюється увага науковців до вивчення поведінки непрямих (накладних) витрат, особливо в їх

змінній частині [4 – 6]. Значно ускладнює аналіз поведінки витрат відсутність звітних форм та розділів у звітних формах щодо обліку постійних та змінних витрат. Дані щодо обсягів постійних та змінних витрат можна взяти лише з аналітичних субрахунків до рахунків 8 та 9 класів, що можливо тільки за умови, якщо ведення таких субрахунків передбачено обліковою політикою підприємства.

Однією з головних проблем, що існують в обліку змінних витрат є те, що фінансовий облік має змогу фіксувати лише ті факти господарської діяльності, які вже відбулися, тобто дійсні витрати – витрати, що потребують сплати грошових коштів або витрачання будь-яких інших активів. Лише ці витрати підприємство має право фіксувати у фінансовому обліку, та, враховуючи їх, визначати фінансовий результат діяльності [7]. При цьому законодавство не регламентує облік альтернативних витрат, тобто витрат, що могли б стати дійсними за умови прийняття альтернативного управлінського рішення. Отже, в системі фінансового обліку унеможливується подальший розвиток аналітичної функції і на її підґрунті – прогнозової. Ці функції, бо інформаційні запити щодо їх реалізації виникають, й перебирає саме система управлінського обліку.

Отже, метою даної статті є визначення ролі управлінського обліку для оцінки дійсних витрат підприємства з метою обґрунтування ринкової стратегії підприємства та розробки таких підходів до формування облікової політики, які максимально забезпечували б інформацією менеджера для прийняття рішень в контексті загальної стратегії підприємства.

Перелік витрат що відображаються у фінансовому обліку чітко регламентовано нормативними актами, зокрема П(с)БО 16 "Витрати". Управлінський облік за сучасних умов розвитку його методології дає можливість обліковувати альтернативні витрати – витрати, що характеризують вигоду, яка втрачається внаслідок прийняття альтернативного рішення. Зрозуміло, що будь-яке управлінське рішення пов'язано з проблемою вибору [8; 9].

Для більш повного розуміння сутності витрат необхідно розглянути структуру витрат як поняття, бо досі нема його однозначного стандартизованого тлумачення.

Визначення активів підприємства обумовлено П(с)БО 2 "Баланс". Тлумачення витрат наведено у П(с)БО 16 "Витрати". Перш за все слід визначити, що у цьому стандарті йдеться про вже спожиті витрати. Це тлумачення виходить з потреб фінансового обліку, бо, як вже підкреслювалося, в його основу в Україні покладено дохідну оптику, яка передбачає визнання витрат, спожитих у звітному періоді задля зіставлення з доходом цього періоду [10]. На погляд автора цієї вимозі відповідає термін "видатків" [11] (на відміну від доходів) або "видатків" (як вже спожитої частини витрат). Хоча в сучасних наукових дослідженнях [2; 5] зустрічаються обидва терміни, автори схиляються до останнього визначення, як більш притаманного українській мові та такого, що відповідає суті тлумачення. Взаємозв'язок наведених визначень зображений на рис. 1.

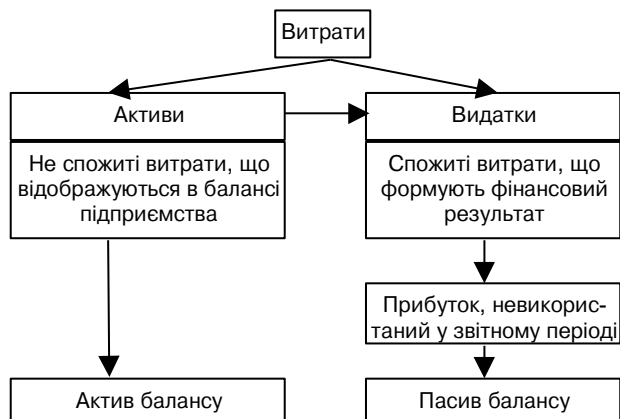


Рис. 1. Структура витрат підприємства

Розглянемо кожну із складових витрат окремо. Щодо активів, то при їх споживанні у процесі господарської діяльності підприємства вони поступово переходять до складу видатків та впливають на фінансовий результат. Щодо витрат, то в цьому випадку ситуація дещо складніша. Видатки підприємства за звітний період накопичуються у фінансовому обліку на рахунках дев'ятого класу. При цьому в кінці звітного періоду дебетове сальдо рахунків 90, 91 (в частині нерозподілених витрат), 92, 93 та 94 відноситься до дебету рахунку 79 "Фінансові результати", що в свою чергу закривається на рахунок 44 "Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)". Отже, в результаті отримуємо цілком логічну схему: витрати, що спожиті у звітному періоді привели до формування прибутку (чи збитку) цього ж періоду. Але при детальному розгляді формування 91 рахунку логічна схема порушується. Вище було зазначено, що на рахунок 79 не відноситься сальдо 91 рахунку в частині розподілених витрат [7]. Розглянемо закриття рахунку 91 "Загальновиробничі витрати" за допомогою наступної схеми (рис. 2):

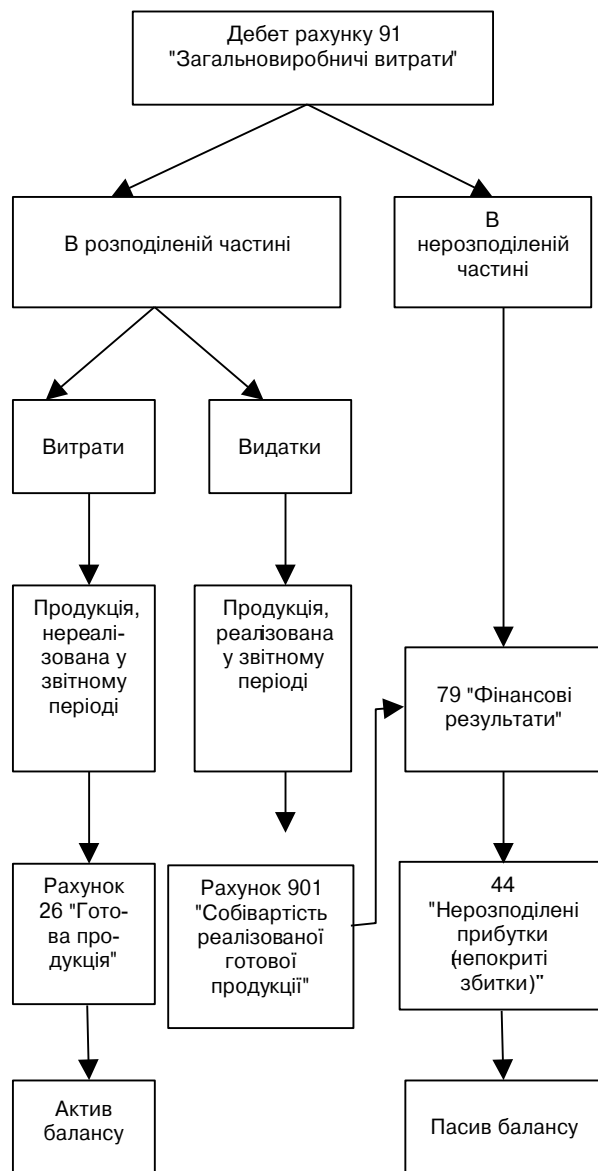


Рис. 2. Розподіл загальновиробничих витрат

Як бачимо, виникає одразу два запитання: по-перше, на рахунку 91 обліковуються витрати чи видатки; по-друге, яким

чином спожиті витрати (тобто видатки) знову стають активами, тобто не спожитими витратами?

Щодо першого запитання, то його законодавче врегулювання відсутнє. За назвою на рахунку 91 повинні обліковуватися витрати, а за сутністю – видатки. Як уже було розглянуто, стандарт бухгалтерського обліку 16 має назву "Витрати", а регулює облік видатків.

Щодо другого запитання, то на думку авторів облік готової продукції на рахунку 26 необхідно розділити за субрахунками за критерієм звітного періоду, в якому вона була виготовлена. Таким чином буде вирішено питання щодо дійсної вартості продукції, що виготовлена в різних звітних періодах, хоча б до оцінки виробничої собівартості. Це дасть змогу менеджерам приймати оперативні рішення про обсяги реалізації продукції, продаж в кредит та ін. Розділивши таким чином облік готової продукції, бухгалтер в будь-який час за допомогою дисконтного множника [8] зможе надати інформацію про майбутню вартість продукції, що виготовлена в теперішньому звітному періоді, та про минулу вартість продукції, що знаходиться на складі декількох звітних періодів за допомогою уточнення дійсної вартості витрат. Також можливий варіант введення до рахунку 26 субрахунків, на яких би обліковували витрати за критеріями зміни витрат на продукцію у часі. Приклад розробки таких субрахунків наведено в табл. 3. Витрати, що обліковуються за дебетом рахунку 91 "Загальновиробничі витрати" за логікою побудови бухгалтерського обліку необхідно відносити в дебет рахунку 901 "Собівартість реалізованої готової продукції", але це можливо лише за умови, що вся продукція, вироблена в поточному звітному періоді буде реалізована протягом того ж звітного періоду.

У такому разі сальдо та обороти за синтетичним рахунком 26 "Готова продукція" показуватимуть повні витрати підприємства, що відносяться до виготовленої продукції, не порушуючи принципи побудови фінансового обліку і водночас задовольняючи потреби управлінського.

Для розрахунку реального фінансового результату необхідно враховувати і можливі витрати. Цей розрахунок необхідно проводити для всіх видів ресурсів, якими володіє підприємство. Для цілей управлінського обліку доцільне використання оцінки ресурсів на основі показників, відповідних до кожного виду ресурсів, що наведені на рис. 3.

Таблиця 3

Можливі субрахунки до рахунку 26 "Готова продукція"

Номер субрахунку	26.1	26.2	26.3
1	2	3	4
Назва субрахунку	Виробнича собівартість	Дійсна виробнича собівартість	Дисконтована виробнича собівартість
Характеристика	Активний	Активний	Активний (контрактивний)
Сальдо початкове	Показує виробничу собівартість продукції, що на дату звітності існує на балансі підприємства	Розгорнуте: показує витрати, які не було включено до виробничої собівартості, але які належать до виробленої продукції в періоді	Дебетове: показує суму дооцінки повної собівартості за звітний період Кредитове: показує суму уцінки повної собівартості за звітний період

Закінчення табл. 3

1	2	3	4
Обороти за дебетом	Збільшення кількості готової продукції за звітний період	Нарахування витрат, що не входять до виробничої собівартості за звітний період	Дооцінка повної собівартості за звітний період за допомогою коефіцієнтів дисконтування, загального чи диференційованого за елементами чи статтями залежно від вимог до побудови облікової політики
Обороти за кредитом	Реалізація готової продукції за звітний період	Списання витрат, що не входять до реальної собівартості за центрами виникнення	Уцінка повної собівартості за звітний період за допомогою коефіцієнтів дисконтування
Сальдо кінцеве	Показує виробничу собівартість продукції, що на дату звітності існує на балансі підприємства	Розгорнуте: показує витрати, які не було включено до виробничої собівартості, але які відносяться до виробленої продукції, за період, що є нульовим	Дебетове: показує суму дооцінки повної собівартості за звітний період Кредитове: показує суму уцінки повної собівартості за звітний період
Відображення в синтетичному обліку	За методичними рекомендаціями про застосування регістрів бухгалтерського обліку №356	Регістри, що розробляються підприємством самостійно відповідно до цілей управлінського обліку, які знайшли відображення в обліковій політиці підприємства	
Відображення у звітності	Баланс, примітки до фінансової звітності	Рекомендовано відображення сальдо та оборотів в окремому розділі приміток до фінансової звітності (приклад наведено в табл. 2 та табл. 3)	

Вид ресурсів

Показники оцінювання



Рис. 3. Підходи до оцінки ресурсів відповідно до їх виду

При оцінці можливих витрат необхідно також звернути увагу на рентабельність підприємства або конкретного управлінського рішення. Так, якщо коефіцієнт рентабельності від вво-

ду в експлуатацію придбаного устаткування більший за депозитну ставку, то можливі витрати для альтернативного рішення визнаються на основі показників рентабельності.

Законодавство, що існує сьогодні в Україні [1], не дає змоги відображати у звітності можливі витрати, тому авторами було запропоновано додаткові розділи до "Приміток до фінансової звітності", що наведені в табл. 4 та 5.

Ці розділи дозволять отримувати інформацію зовнішнім і внутрішнім користувачам про виробничу та повну собівартість продукції, а також про обсяг і номенклатуру витрат, що не входять до виробничої собівартості. Використання такої форми звітності дозволяє отримати зведену інформацію щодо формування собівартості за звітний період в такій формі, що легко читається та аналізується. Також можливе використання документу такої ж форми лише для цілей управлінського обліку, період складання якого визначається інформаційними потребами та стратегічною метою підприємства.

Заповнення розділу в річному звіті рекомендується накопичувальним підсумком або виділенням звітних періодів (місяць, квартал). Цей розділ надає переважно аналітичну інформацію, що розрахована за різноманітними методиками та яка необхідна для прийняття управлінських рішень щодо збутової діяльності в релевантному діапазоні.

Таблиця 4

Примітки до фінансової звітності (Форма 5)
Розділ ___ "Повна собівартість виготовленої продукції"

№ з/п	Показник	Виробнича собівартість	Витрати, що не враховані у виробничій собівартості			Усього витрат	Усього повна виробнича собівартість
			А	...	Я		
1	Залишок на початок періоду						
2	Нараховано за період						
3	Списано за період						
4	Залишок на кінець звітного періоду						

Таблиця 5

Примітки до фінансової звітності (Форма 5)
Розділ ___ "Дисконтування витрат"

№ з/п	Показник	Дооцінка, вт.ч за коеф.		Усього	Уцінка, в т.ч. за коеф.		Усього	Усього (згорнуте сальдо)
		А	Б		В	Г		
1	Залишок на початок періоду							
2	Оборот за дебетом рахунку							
3	Оборот за кредитом рахунку							
4	Залишок на кінець періоду							

Розглянутий вище матеріал дає змогу зробити наступні висновки:

облік витрат у фінансовому обліку є не завжди об'єктивним;

управлінський облік дає можливість враховувати дійсні та альтернативні витрати;

для цілей управлінського обліку можна виділити критерії оцінки можливих витрат для різних видів ресурсів;

поняття собівартості у фінансовому та управлінському обліку різняться за переліком витрат, що входять до їх складу;

лише управлінський облік дає змогу вирахувати найважливіший показник діяльності будь-якого підприємства – реальний прибуток.

Література: 1. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" №996-ХІV від 16.07.1999р // zakon.rada.gov.ua. 2. Голов С. Ф. Управлінський облік — К.: Лібра, 2003. — 704 с. 3. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства. — К.: ЦУЛ, 2002. — 220 с. 4. Гуцайлюк З. Прогнозний (стратегический) учёт и современные проблемы развития теории бухгалтерского учёта // Бухгалтерский учет и аудит. — 2006. — №2. — С. 14 — 19. 5. Николаева О. Э. Стратегический управленческий учет: Науч. практ. изд. / О. Э. Николаева, О. В. Алексеева. — М.: ЮНИТИ, 2003. — 304 с. 6. Чебан Т. Организационные аспекты построения бухгалтерии стратегического типа / Т. Чебан, В. Яценко // Бухгалтерский учет и аудит. — 2004. — №12. — С. 31 — 36. 7. Маляревский Ю. Д. Финансовый учёт. Учебно-методическое пособие для самостоятельного изучения дисциплины / Ю. Д. Маляревский, П. С. Тюпонник. — Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2003. — 288 с. 8. Лабунська С. В. Проблеми оцінки ефективності прийняття економічних рішень з урахуванням інноваційних аспектів діяльності підприємства / С. В. Лабунська, Г. О. Дмитрівська // Економіка розвитку. — 2005. — №1. — С. 60 — 63. 9. Лабунська С. В. Проблеми узгодження оцінки дійсних витрат в управлінському та фінансовому обліку підприємства / С. В. Лабунська, І. О. Басова // Міжнародні тенденції розвитку бухгалтерського обліку і аудиту та перспективи для України: Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції. — К.: КНЕУ, 2006. — С. 96 — 97. 10. Лабунская С. В. Конспект лекцій по курсу "Управленческий учёт" для студентов специальности 8.050106 всех форм обучения. Часть 1. — Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2005. — 60 с. 11. Белявцева В. В. Организация управленческого обліку в торгово-виробничих підприємствах. Автореферат на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.04 "Бухгалтерський облік, аналіз та аудит". — Харків: ХДУХТ, 2006. — 17 с. 12. www.ukrstat.gov.ua.

Стаття надійшла до редакції
07.06.2006 р.

УДК 65.01

Воронкова А. Е.
Вечерковски Р.

ЗНАННЯ ЯК НЕМАТЕРІАЛЬНІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА

In the article the fact that the knowledge of the enterprise is the nonmaterial resource which form the competitive advantages of the enterprise is grounded. The conceptual apparatus as for the knowledge of the enterprise is examined. The factors that influence upon the state of knowledge are found out. The results of diagnostics of the state of knowledge at the enterprises of Ukraine and Poland are given. The model of knowledge management is offered.

Нова управлінська парадигма характеризується тим, що визначає джерелом тривалої переваги перед конкурентами нематеріальні ресурси. До початку ХХІ сторіччя пріоритетність головного нематеріального ресурсу підприємства – людини та знання, що вона несе – була одноставно визнана як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Рациональне використання знань підприємства можливо за наявності нового підходу до управ-

ління. За цих умов об'єктивної необхідності набуває розробка моделі управління знаннями підприємства, яка передбачає вирішення широкого спектра питань – визначення структури знань, встановлення груп чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на формування знань промислових підприємств, проведення діагностики використання знань у різних сферах їх діяльності. Всі ці питання поки що не отримали свого вирішення і потребують подальшого дослідження.

Сучасною тенденцією формування конкурентних переваг підприємства є участь матеріальних ресурсів у цьому процесі тільки в поєднанні з нематеріальними ресурсами, причому при зростаючій ролі останніх. Нематеріальні ресурси виділені як самостійна категорія порівняно недавно. Однак дослідники погоджуються з тим, що використання нематеріальних ресурсів надає підприємству можливість формувати й утримувати конкурентні переваги, що відповідають потребам ринку, за допомогою наявної інтелектуальної власності, знань, які мають цінність на ринку.

Класична економічна теорія трактує знання як відображення реальності, що може бути передане "незалежно від контексту і людини" [1]. Прогрес гуманітарних наук у 50-70-ті роки ХХ століття визначив перегляд поняття "знання" як загальнонаукової категорії. Знання розглядають як конструкцію світу, створювану людиною, в основі якої знаходиться "збагнення дійсності свідомістю" [2]. Такий підхід одержав назву соціально-конструктивістського. У його рамках термін "знання" зазвичай використовується як здібності, уміння, навички, засновані на поінформованості людини про те, що і як необхідно зробити і які операції при цьому провести; як синонім значимої (релевантної) інформації. Знання – це інформація, що одержала в процесі обробки зміст і значення. У цьому випадку знання буде відповідати критерієві істинності, тобто відповідати своєму предмету; як особливий рід діяльності, результатом якого виступає накопичення знань. Розрізняють: практичну діяльність, що веде до збагачення ситуаційного досвіду, і теоретичну, спрямовану на продукування нових знань.

Зростаючий інтерес до прогресу і визнання людського розвитку, як ключового інгредієнта конкурентоспроможності, робить інвестиції в розвиток, виховання, підтримання й обробку знань домінуючими при формуванні конкурентних переваг.

Метою даної статті є дослідження понятійного й термінологічного апарату, що стосується проблем знання підприємства, виявлення чинників, які впливають на стан знань та розробку моделі управління ними.

Конкурентні переваги підприємства формуються і розвиваються завдяки постійним нововведенням, змінам, поліпшенням, що впроваджуються в будь-яку сферу діяльності підприємства і стосуються системи створення його цінностей. У розвинутих країнах, у яких дійсно сформувалася постматеріальна економіка, найважливішим активом виявляються не матеріально відчутні ресурси – товари, сировина, робоча сила, устаткування, а нематеріальні ресурси. Нематеріальні ресурси можна розглядати як сукупність знань підприємства, що дають йому організаційні та правові можливості подальшого стабільного розвитку, формування й підтримки конкурентних переваг.

Відповідно до підрахунків експертів, у 90-ті роки більше ніж 70% зростання валового національного продукту постіндустріальних держав обумовлювалося підвищенням освітнього рівня працівників, поширенням нових інформаційних технологій і інших чинників, що відносяться до нематеріальних. У постіндустріальному світі "люди працюють мізками замість рук, комунікаційні технології створюють глобальну конкуренцію, нововведення важливіші, ніж масове виробництво" [3].

Встановлено, що складовою ефективності функціонування організації є люди, технології, культура. У табл. 1 подані можливі провали в діяльності організації, що можуть виникнути за відсутності одного з її визначальних (відсутній компонент виділений кольором) компонентів. Як видно з таблиці, люди і знання, що вони несуть, є головним ресурсом організації.

Базу знань підприємства складають бази знань співробітників, груп і підрозділів, стратегічних партнерів. У базі знань можуть бути: теоретичні знання; результати творчої діяльності;

уміння; навички. Знання підприємства становлять практично застосоване відбиття інформаційного простору. Інформація є єдиним джерелом знань. Перетворення інформації з метою подальшого використання в раціональній діяльності відповідно до певних правил і з урахуванням відношення людей до неї приводить до виникнення знань.

Таблиця 1

Можливі провали в діяльності організації

Організація	Складові			Можливий провал
організація	люди	технології	культура	відсутність розуміння
організація	люди	технології	культура	відсутність структури
організація	люди	технології	культура	відсутність змісту
організація	люди	технології	культура	відсутність орієнтирів

Таким чином, інформація і знання – поняття нетотожні. Інформація – це необмежений значеннєвий потік. Знання – результат цілеспрямованої фільтрації цього потоку, який стосовно знань виступає ресурсом, своєрідним предметом праці. Адекватний змістові цього ресурсу вплив на нього з боку людського або організаційного інтелекту (засобу праці) є процесом одержання знань. У свою чергу практичне втілення знань виявляється в створенні матеріальних і нематеріальних носіїв цінності. Остання категорія може містити в собі інтелектуальну власність і/або нематеріальні активи, і/або інтелектуальний капітал.

Категорія "знання підприємства" є багатогранною і поєднує: знання співробітників підприємства, що включають професійні й персональні звички, вміння, думки, здібності, відчуття, досвід, способи комунікації, ділові й особисті контакти і знання членів інших організацій, що взаємодіють із підприємством, які передаються йому при загальному вирішенні завдань, пов'язаних з відповідними сферами діяльності.

Закріплення за знаннями підприємства статусу необхідного в повсякденній діяльності ресурсу пов'язано з визнанням їхньої цінності для підприємства. На сьогоднішній день ресурсний підхід є науково обґрунтованою теорією, що базується на традиціях класичної школи в управлінні й активно еволюціонує під впливом сучасних соціально-економічних концепцій.

Стосовно знань організації "у ресурсній теорії затвердився конструктивістський погляд. Р. Санчес визначає знання як "сукупність уявлень індивіда про причинні зв'язки між явищами". Деякі вчені, приймаючи цю дефініцію, істотно її доповнюють. На їх думку знання є передумовою для того, щоб індивід міг погоджувати свої очікування з якимись діями. Визначення знання в такому плані позначило важливу його ознаку – орієнтацію на дію [4].

Ресурсний підхід до знань, відповідно до якого знання самі по собі не мають цінності ілюструє рис. 1. Знання отримують цінності тільки якщо вони будуть впроваджені в дію. Економічна концепція ресурсів, виявляючи їх релевантність для досягнення цілей організації, виходить з визначення якісних і кількісних характеристик ресурсів і відповідного їм найбільш ефективного напрямку організаційного розвитку. Вона дозволяє представити складні багатоланкові процеси у вигляді множини взаємозалежних простих логічних ланцюгів типу "ресурс – процес – результат", у яких у міру зростання складності конструкції статус елементів варіюється. Результат, досягнутий на попередньому рівні, може розглядатися як ресурс для наступного етапу дослідження проблеми і т. д.



Рис. 1. Ресурсний підхід до знань

Представлення “знань” у формі ресурсу припускає, що “...знання для підприємства економічно релевантне лише тоді, якщо воно може здійснити свій внесок у досягнення мети. Цей внесок можливий лише при орієнтації знань на дію в прямій або непрямій формі. Орієнтація на дію в прямій формі означає, що носій знання в змозі перетворити його в конкретні дії, що ведуть до досягнення власних цілей або цілей третьої сторони. Про непрямую орієнтацію говорять тоді, коли носій знань має уявлення про те, що інші індивіди за допомогою його знання можуть почати цілеспрямовані дії. Пов’язані зі знанням дії контексті, що нас цікавлять, стосуються комбінації факторів виробництва та їхніх використань для цілей підприємства” [5].

Визнання значимості знань для організаційного розвитку поєднано з трансформацією уявлень про такі сфери науки управління, як система управління підприємством та властивості підприємства. Як домінуючу властивість підприємства розглядають її здібності — можливості до інтеграції, створення і реконфігурації внутрішніх і зовнішніх компетенцій у відповідь на швидкі зміни навколишнього середовища.

Грунтуючись на сучасних підходах у менеджменті, виділено групи чинників (рис.2), що впливають на виникнення знань підприємства: чинники використання внутрішнього потенціалу підприємства і чинники його ефективною взаємодією із зовнішнім середовищем. Вплив груп чинників на виникнення знань підприємства характеризується системою показників.

Чинники використання внутрішнього потенціалу	Чинники ефективною взаємодією із зовнішнім середовищем
1. Персонал 2. Технології і процеси 3. Фінанси	1. Клієнти 2. Конкуренти 3. Бізнес-партнери 4. Органи, що регламентують
Чинники відновлення та розвитку	
1. Інноваційна активність	2. Досягнення науково-технічного прогресу

Рис. 2. Чинники, що впливають на виникнення знань підприємства

Глумачення сутності знань як нематеріального ресурсу підприємства зумовлює неможливість застосування механізмів бухгалтерської та фінансової звітності для аналізу використання знань. Авторами було розроблено принципову схему проведення діагностики використання знань у різних сферах діяльності підприємства [6]. Особливістю цієї діагностики є проведення оцінки на основі систематизації знань; уніфікація показників оцінки чинників практично для всіх галузей промисловості; експертне опитування менеджерів підприємств як метод одержання первинної інформації; проведення дослідження на підприємствах різних галузей.

Розроблена процедура діагностики дозволила провести підсумкову оцінку дії чинників, визначити ранг їхнього впливу та провести порівняльний аналіз стану використання знань на підприємствах України та Польщі. На рис. 3 показано графічну інтерпретацію підсумкової оцінки дії чинників, що впливають на використання знань.

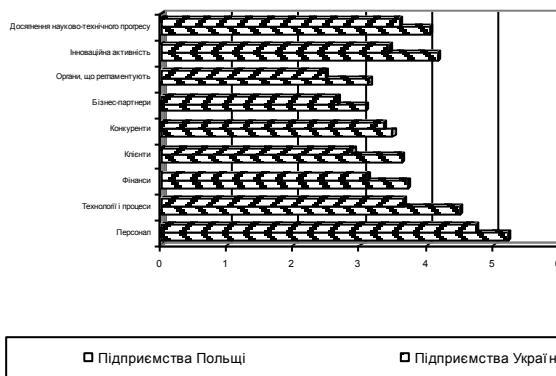


Рис. 3. Підсумкова оцінка дії чинників, що впливають на використання знань на підприємствах машинобудування України та Польщі

Постійні зміни, які відбуваються у зовнішньому середовищі підприємства, обумовлені процесами глобалізації, міжнародної конкуренції та потребують від менеджерів особливої уваги до проблеми управління знаннями підприємства. Knowledge Management або управління знаннями підприємства як сфера завдань менеджменту одержало поширення наприкінці XX сторіччя в зарубіжних дослідженнях і сьогодні посідає важливе місце в наукових працях вітчизняних вчених. Управління знаннями — це стратегія, що трансформує усі види інтелектуальних активів у більш високу продуктивність і ефективність, у нову вартість і підвищену конкурентоспроможність. Сфера завдань, що стосується управління знаннями, дуже широка, тому що вони обіймають всі напрямки діяльності сучасного підприємства. Для здійснення управління знаннями розроблено спеціальну модель, структура якої зображена на рис. 4.



Рис. 4. Структура моделі управління знаннями

Модель управління знаннями підприємства поєднує стратегічні й оперативні процеси формування та використання знань підприємства і спрямована на формування та перетворення знань у конкурентні переваги. Стратегічні процеси в моделі управління знаннями підприємства представлені блоками – цілі знань, відбір знань про зовнішнє середовище й акумулювання їх, планування формування та перетворення знань, оцінка знань. Оперативні процеси управління знаннями спрямовані на формування та перетворення знань у конкурентні переваги підприємства. Вони представлені блоками – ідентифікація знань, одержання, розвиток, розподіл, використання та збереження знань. Всі ці процеси пропонують супроводжувати постійним стимулюванням і моніторингом розвитку знань, перевіркою можливих перешкод на шляху формування знань. Дієздатність моделі управління знаннями забезпечується взаємодією її блоків.

Одним із джерел конкурентних переваг підприємства є матеріальні та нематеріальні ресурси. Нематеріальні ресурси підприємства розглянуто як сукупність його знань, що дають йому організаційні та правові можливості подальшого стабільного розвитку, формування й підтримки конкурентних переваг. Категорія "знання підприємства" трактується авторами як знання співробітників підприємства, що включають професійні й персональні навички, вміння, думки, здібності, відчуття, досвід, способи комунікації, ділові й особові контакти та знання членів інших організацій, що взаємодіють з підприємством, які передаються йому при спільному вирішенні завдань, пов'язаних з відповідними сферами діяльності.

Діагностика використання знань у різних сферах діяльності, за розробленою методикою, апробована на підприємствах України й Польщі.

Для управління знаннями підприємства запропоновано модель, що поєднує стратегічні й оперативні процеси і спрямована на формування та перетворення знань у конкурентні переваги.

Література: 1. Кнорринг В. Теория, практика и искусство управления. – М.: Инфра-М, 1999. – 528 с. 2. Мильнер Б. З. Теория организации. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 336 с. 3. Економіка знань: виклики глобалізації та Україна / Нац. ін-т стратег. дослідж.; / Під заг. ред. А. П. Гальчинського та ін. – К.: НІСД, 2004. – 264 с. 4. Valuation of Intangible Assets in Global Operations / Edited by Farok J. Contractor. — L.: GUORUM BOOKS, 2001. — 370 с. 5. Герасимчук В. Г. Развитие предприятия: диагностика, стратегия, эффективность: Монография. – К.: Вища школа, 1995. – 268 с. 6. Woronkova A., Wiczorkowski R., Wodzinska U. Konceptcja zarzadzania wiedza w przedsiebiorstwie //Materialy VII miedzynarodowa konferencja naukowa: SUCESS-2004 "Uwarunkowania sukcesu przedsiebiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy" Tom 1. — Lublin, 2004. — 608 p.

Стаття надійшла до редакції
26.05.2006 р.

УДК 007:698 8.012.32

Матвіїв М. Я.

КІБЕРНЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО УТОЧНЕННЯ ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

In the article the peculiarities of developing the marketing management in condition of the transitional economy of Ukraine are considered. The theoretical bases are analyzed and the cybernetic approach to revision of national device of studying the marketing management of educational services is outlined.

Довготермінова стратегія радикального та масштабного реформування економіки України зумовлює необхідність використання адекватних ринковим умовам механізмів залучення людей до освіти, інформації та знань і реалізації їх освітнього

потенціалу в економічній діяльності. Дуже важлива роль у вирішенні цих проблем належить формуванню і розвитку маркетингового менеджменту освітніх послуг як чинника розвитку людського капіталу. Так, Д. Белл назвав освіту віссю, навколо якої суспільство структурується [1, с. 77].

Як показує досвід розвинених країн світу, витрати на розвиток освіти та підвищення кваліфікації робочої сили постійно зростають. Так, у 1990-х рр. вони в структурі валового внутрішнього продукту (ВВП) в Австрії та Австралії становили 5,6%, Канаді — 7%, Норвегії — 7,5%, Данії — 8,2% [2, с. 224 – 225], у США — 7 — 8% [3, с. 75]. За часткою на освіту у ВВП Україна поступається найрозвинутішим європейським країнам, що входять до Європейського Союзу (ЄС). У нашій державі цей показник становив у 2004 р. 3,2% у ВВП.

За даними ЮНЕСКО зниження витрат держави на освіту до 3,5% ВВП неодмінно зумовлює деградацію національної освіти, руйнування її інфраструктури, а для нормального розвитку цієї системи витрати мають становити не менш ніж 5% ВВП [4, с. 236]. І хоча частка загальних витрат на освіту у відсотках від ВВП в Україні нижча від критичної межі на 0,3%, абсолютні витрати на освіту в розрахунку на душу населення у 20 разів менші порівняно з високорозвинутими країнами. Так, якщо у розвинених країнах на підготовку одного студента витрачають 6 тис. дол. США на рік, то у нашій державі — близько 300 дол. [3, с. 75].

Тому стали дуже відчутними тенденції, що обмежують якісне поліпшення людського капіталу. Збільшується фактично його використання та кількісно зростає підготовка фахівців за надлишковими спеціальностями, потреба в яких на ринку праці є значно меншою від чисельності випускників (при тому, що на ринку праці вийшла значна кількість спеціалістів і працівників із практичним досвідом роботи, а отже, з вищою конкурентоспроможністю). Внаслідок цього простежуються як невисока ефективність використання освітнього потенціалу, так і посилення невідповідності між пропозицією та попитом на нього, що стимулює працеєміграційні процеси і "відтік мізків".

Таке становище змушує науковців знову звертатися до аналізу проблем реформування всієї системи освіти і створення нового економічного механізму управління ринком освітніх послуг. Основною метою цього дослідження є формування понятійного апарату для розроблення нових методологічних та методичних засад маркетингового менеджменту освітніх послуг в сучасних умовах на основі кібернетичного підходу.

Маркетинг в освіті сьогодні розуміється як твердження орієнтованого на ринок управлінського стилю мислення. У широкому змісті під управлінням розуміється конкретна організація тих чи інших процесів для досягнення намічених цілей. Будь-яке управління припускає наявність об'єкта та суб'єкта управління, зовнішнього навколишнього середовища, інформаційних потоків, переробки інформації. Основне призначення системи управління — забезпечити досягнення заданої мети в умовах впливу зовнішнього навколишнього середовища. Управління, в найбільш загальному вигляді, здійснюється за кібернетичним принципом керування зі зворотним зв'язком, коли суб'єкт управління зіставляє досягнуті результати із заданими. За допомогою зворотного зв'язку суб'єкт управління одержує інформацію про досягнуті результати свого керування.

Маркетинг в освіті становить кібернетичну систему управління зі зворотним зв'язком, коли споживач освітніх послуг отримує інформацію зобов'язаний підтвердити у вигляді іспиту чи заліку. Вказівка на те, що маркетинг становить управління, при уважному розгляді можна знайти в різних публікаціях з маркетингового менеджменту. Так, наприклад, у французьких дослідників А. Дайана, Ф. Букереля, Р. Ланкара [5, с. 205] та інших, зокрема П. Р. Діксона [6, с. 315], П. Дойля [7, с. 199] відзначено, що система маркетингу контролюється через систему зворотних зв'язків, коли передбачаються послідовні повернення на початкові стадії для виправлення помилок доти, доки відхилення будуть знаходитися у припустимих межах.

Ідея управління не нова для вітчизняної економіки чи економіки освіти. Усім добре відома увага до управління освітою в плановій економіці, що, однак, на відміну від маркетингу, здійснювалося на більш високому, стосовно навчального закладу, рівні галузі. Можна припустити, що курс економічної кібернетики заклад основи для глибокого розуміння маркетингу на ринку освітніх послуг.

Поняття "ринку освітніх послуг" виникло в умовах ринкової трансформації соціально-економічних процесів, і воно відображає не лише новий підхід до аналізу ролі освітніх послуг у процесі формування і розвитку людського капіталу, а й зростання значення інтелектуальної діяльності для всього відтворення суспільного життя.

Що це за відносини, як вони формуються, які блага надають нам навчальні заклади і в якій формі, чим кардинально відрізняються освітні послуги від інших товарів, які особливості ринку освітніх послуг – ось ті важливі запитання, від відповіді на які залежить перетворення національної освіти у справді пріоритетну сферу державної політики і життєдіяльності суспільства.

Перш ніж відповісти на ці запитання, необхідно чітко окреслити теоретико-методологічний інструментарій дослідження маркетингового менеджменту освітніх послуг. Тому, розглядаючи вихідне в нашому дослідженні теоретичне поняття "освітня послуга", необхідно виходити з того, що воно має в собі сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених категорій. Тобто освітня послуга як економічна товарна категорія є системним поняттям, котре можна розкрити тільки комплексно.

Основа ринкових відносин — це купівля-продаж товарів і послуг, котрим історично і логічно передують категорія "освітня послуга". Освітня послуга – це все те, що втілює в собі певну корисність (явище, предмет, продукт праці) та задовольняє певну людську потребу і відповідає інтересам, цілям і прагненням людей.

Товар, за визначенням Ф. Котлера, – це все, що може задовольняти потребу та пропонується на ринку з метою привернути увагу, придбання, використання чи споживання [8, с. 54]. Товаром можуть бути як матеріальні, так і нематеріальні блага, послуга. Послуга – це вид доцільної діяльності, за якої створення корисного ефекту збігається за часом із його споживанням.

Які ж блага створюють навчальні заклади? Нові знання і вміння? Кваліфікованих спеціалістів? Робочу силу? На думку автора, це ні те, ні друге, ні третє. Визнати, що товарною продукцією навчальних закладів є знання і вміння, спеціалісти, робоча сила — це значить визнати, що можна продати – купити знання, і вміння, спеціалістів, робочу силу. Але ж відомо, що і знання і вміння не продаються і не купуються, вони є надбанням власної праці індивіда як споживача освітніх послуг. Спеціалісти не продаються і не купуються з часів кріпацтва. Щодо робочої сили, то вона теж не продається, продається тільки її послуга – праця, але не навчальним закладом, а безпосереднім носієм робочої сили – людиною, яка пройшла курс навчання. У зв'язку з цим робочу силу не можна вважати товарною продукцією навчальних закладів, хоча їх роль у формуванні робочої сили велика.

Основною продукцією навчальних закладів є нематеріальна послуга особливого роду як сфера управлінської діяльності, що створює корисний результативний ефект, невітлений у матеріально-речову форму.

Проте, варто звернути увагу на одну досить дивну ситуацію, коли на практиці менеджмент в освіті беззастережно пов'язується з управлінням освітою, а розуміння маркетингу як системи управління відстає від ситуації з менеджментом. Ймовірна причина полягає у складності визнати зовсім природним, що в маркетингу, на відміну від менеджменту, об'єкт управління знаходиться поза навчальним закладом. Об'єкти управління в менеджменті – персонал (зокрема професорсько-викладацький), ресурси, фінанси і т. д., а в маркетингу – споживач освітніх послуг. Для підтвердження цього варто звернути увагу на цитування Ф. Котлером суті маркетингового менеджменту [8, с. 104] і дуже змістовного зауваження відомого вченого в галузі менеджменту Пітера Друкера, який стверджує, що найважливіше завдання будь-якої

компанії або фірми — створення своїх споживачів. У нашому випадку це формування вищим навчальним закладом свого абітурієнта – створення власного споживача освітніх послуг.

Споживач освітніх послуг є об'єктом управління на найвищому рівні. Успіх навчального закладу залежать від того, як поведеться споживач. Саме він, роблячи покупку, визначає становище освітньої установи на ринку, є для нього джерелом прибутку. Управління здійснюється не споживачем освітньої послуги взагалі, а його відношенням до освітнього продукту, наміром придбати цей продукт і реалізацією цього наміру — актом покупки. В результаті узгодження можливостей і потреб сукупності потенційних споживачів освітніх послуг формується попит. Саме на цьому засноване таке застосовуване в маркетингу поняття, як управління попитом. Точка зору, що викладається, має підтвердження в літературі. У Ф. Котлера [8, с. 867] сказано, що "власне кажучи маркетинговий менеджмент є управління попитом". Маркетингова діяльність спрямована на споживача опосередковано — через параметри комплексу маркетингу. Відоме визначення комплексу маркетингу як "сукупність засобів впливу на споживачів цільового ринку з метою викликати в них бажану відповідну реакцію" [9, с. 192]. Іншими словами, споживач становить об'єкт управління.

Як "системне", кібернетичне визначення маркетингового менеджменту освітніх послуг можна запропонувати наступне. Маркетинг освітніх послуг – діяльність навчального закладу з управління пред'явленим до нього попитом, спрямована на досягнення ринкових цілей освітньої установи на основі концепції маркетингу і полягає у формуванні і корегуванні параметрів комплексу маркетингу за результатами моніторингу середовища маркетингу і оцінки ступеня досягнення цілей і завдань.

Виходячи з викладеного вище виникає протиріччя понять "маркетинговий менеджмент" і "маркетингове управління". У зв'язку з поширенням ідей управління в маркетингу одержують поширення відповідні терміни. Звернемо увагу дослідників на те, що, на жаль, перекладні видання не завжди дають можливість конкретизувати понятійний апарат щодо спільного застосування категорій маркетингу і менеджменту. Так, у відомій книзі Ф. Котлера, що вийшла під назвою "Маркетинг менеджмент" [8], зустрічаються три терміни: маркетинг менеджмент, маркетингове управління і управління маркетингом. Перший термін у тексті не обговорюється, другий і третій містяться навіть у глосарії, де не можливо побачити відмінності між ними.

Походження терміну "маркетинговий менеджмент" очевидне. Це два іноземних слова, кожен з яких "прописалося" в українській мові, що, проте, не виключає необхідність осмислення даного словосполучення. Як правило, такі приклади численні, як переклад "marketing management" дається "управління маркетингом", що не зовсім коректно і найчастіше вводить дослідників в оману. Більш точним перекладом, на погляд автора, є "маркетингове управління". У цьому дослідженні звернемо увагу на назву книги "Маркетингове управління" П. Дойля [7]. Управління маркетингом є більш частковим і акцентує увагу на деяких специфічних аспектах управлінської діяльності в маркетингу. Даний термін більш розповсюджений, наприклад, у П. Р. Діксона [6].

Відоме формулювання Американської асоціації маркетингу, відповідно до якої маркетингове управління – процес планування і реалізації політики ціноутворення, просування і розподілу ідей, продуктів і послуг, спрямований на здійснення обмінів, що задовольняють як індивідів, так і організації. Воно спрямовано на вирішення завдань впливу на відповідний рівень, тимчасові рамки і структуру попиту таким чином, щоб організація досягла поставленої мети [8, с. 867]. В нашому випадку це формування кожним навчальним закладом відповідного попиту на освітні послуги відповідно до своєї місії. Розглянемо, наприклад, попит і місію трьох вищих навчальних закладів, а саме: Національного університету "Києво-Могилянська академія"; Тернопільського державного економічного університету; Міжнародного інституту менеджменту (MIM – Київ).

Головною метою першого вузу є задоволення попиту у підготовці висококваліфікованих фахівців для органів центральної та виконавчої влади країни. Щодо другого вузу (у зв'язку з його місцерозташуванням) – це є задоволення попиту у підготовці висококваліфікованих фахівців для регіональних органів управління та суб'єктів підприємницького бізнесу. Для МІМ – Київ головною метою є задоволення попиту професійних менеджерів, які мають стати лідерами процесу економічних перетворень в Україні.

Маркетингове управління іноді позначається як система управління підприємницькою діяльністю, як управління ринком чи керування попитом в управлінні споживачем, що у всіх випадках відбиває суть справи. Відповідно до концепції маркетингу в освіті маркетингове управління засноване на інформації і потребах споживачів та ступені їхньої задоволеності освітніми послугами навчального закладу.

Узагальнюючи викладене вище, вважаємо, що маркетингове управління в освіті – функціонування системи маркетингу щодо досягнення ринкових цілей навчального закладу в результаті непрямого впливу на споживачів освітніх послуг і далі на попит, за допомогою розробки, планування і формування рівнів параметрів комплексу маркетингу. Це в однаковій мірі стосується як і профілів тих чи інших спеціальностей вузів, так і фахових рівнів підготовки фахівців (бакалавр, спеціаліст, магістр). Зазначимо, що можна виділити два рівні маркетингового управління. На першому рівні – це управління попитом, споживачем, взаємовідносинами і навіть потребами. На другому рівні – це управління параметрами комплексу маркетингу – власне параметрами освітнього продукту, товарорухом, ціною, просуванням.

Таким чином, проведене дослідження дозволило уточнити поняття маркетингового менеджменту освітніх послуг та сформувати ієрархічну структуру об'єкта управління. Отриманий результат може служити теоретичною основою для розробки методів та моделей управління ринком освітніх послуг.

17. Матвіїв М. Я. Стратегічні пріоритети розвитку освіти в Україні // Вісник ТАНГ. — №5 – 1. — 2003. — С. 196 – 200. 18. Трубич С. Формування та розвиток ринку освітніх послуг як передумова входження України в ЄС / С. Трубич, Т. Майкович // Вісник ТАНГ. — №5 – 1. — 2003. — С. 145 – 150. 19. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионального успеха: Учебник для вузов. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 516 с.

Стаття надійшла до редакції
15.06.2006 р.

Література: 1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. — М.: Academia, 1999. — 345 с. 2. На пороге 21 века. Доклад о мировом развитии 1999/2000 годов. — М.: Весь мир, 2000. — С. 224 – 225. 3. Новиков В. Кредитування вищої освіти (іноземний досвід) // Економіка України. — 2000. — №4. — С. 75. 4. Адамовський М. Моніторинг підготовки фахівців як засіб підвищення продуктивності витрат на освіту та соціального захисту випускників навчального закладу / М. Адамовський, І. Магазинщиков // 36. праць. Науковий вісник "Сучасна економічна теорія та проблеми її застосування". Вип. 12.6. — Львів УКРДЛТУ, 2002. — С. 230 – 240. 5. Академия рынка: Маркетинг: Пер. с фр. / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар. — М.: Экономика, 1993. — 572 с. 6. Диксон П. Р. Управление маркетингом: Пер. с англ. — М.: БИНОМ, 1998. — 495 с. 7. Дойль П. Маркетинговое управление. — СПб.: Питер Ком, 1998. — 420 с. 8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль. — СПб.: Питер, 1999. — 888 с. 9. Дурович А. П. Маркетинг предпринимательской деятельности. — Мн: НІЖ "Финансы, учет, аудит", 1997. — 536 с. 10. Багиев Г. Л. Маркетинг: Учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн; [Под ред. Г. Л. Багиева. — М.: Экономика, 1999. — 512 с. 11. Каленюк І. До питання про освітній потенціал країни // Економіка України. — 2001. — №11. — С. 75. 12. Калькова В. Смещение власти: знание, богатство и принуждение на пороге XXI века / В. Калькова, О. Тоффер. — М.: ИНИОН АН, 1997. — 96 с. 13. Коротков А. В. Маркетинговые исследования. — М.: ЮНИТИ, 2005. — 418 с. 14. Коротков А. В. Категории управления в маркетинге // Маркетинг — 2005. — №1. — С. 23 – 29. 15. Кунявский М. Е. Управление маркетингом промышленного предприятия / М. Е. Кунявский, И. М. Кублин, К. О. Распоров. — М.: Международные отношения, 2004. — С. 35 – 42. 16. Мак Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. — СПб.: Питер, 2000. — 616 с.

Довідка про авторів

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

Ковальова В. І. — викладач ХНЕУ

Горбатов В. М. — докторант ХНЕУ

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

Мотуз Н. О. — студент ХНЕУ

Лугова В. М. — викладач ХНЕУ

Сазонець О. М. — докторант Дніпропетровського національного університету

Кармінська-Бєлоброва М. В. — аспірант Харківської державної академії культури

Шведун В. О. — аспірант Харківського державного технічного університету будівництва та архітектури

Уманець Т. В. — канд. екон. наук, доцент Одеського державного економічного університету

Сігаєва Т. Є. — аспірант Харківського регіонального інституту Національної академії державного управління при Президентові України

Борисовська Н. Ю. — аспірант Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського "ХАІ"

Толста О. О. — аспірант Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського "ХАІ"

Ніколаєва А. Ю. — викладач Харківського

гуманітарного університету "Народна українська академія"

Ушкальов В. В. — викладач ХНЕУ

Мерхо Олександр — аспірант ХНЕУ

Шелегеда Б. Г. — докт. екон. наук, професор Донецького університету економіки та права

Турбіна О. І. — аспірант Донецького університету економіки та права

Мельник Л. Г. — докт. екон. наук, професор Сумського державного університету

Сотник О. Н. — аспірант Сумського державного університету

Юрченко В. В. — аспірант ХНЕУ

Акулова І. О. — здобувач ХНЕУ

Коюда В. О. — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ

Колодізева Т. О. — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ

Руденко Г. Р. — аспірант ХНЕУ

Тижненко Л. О. — аспірант ХНЕУ

Горовий Д. А. — канд. екон. наук, викладач ХНЕУ

Ковальов Д. М. — магістрант ХНЕУ

Осадчук С. В. — аспірант Одеського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України

Тишенко Д. О. — аспірант ХНЕУ

Бондаренко А. В. — викладач ХНЕУ

Ярошенко І. В. — заступник начальника Управління економічного аналізу і прогнозування Державної податкової інспекції в Харківській обл.

Толстікова О. В. — викладач ХНЕУ

Горайнова Ю. С. — канд. екон. наук, ст. викладач ХНЕУ

Топорова Г. М. — ст. викладач ХНЕУ

Майборода О. Є. — аспірант ХНЕУ

Камінська О. М. — аспірант Луцького державного
технічного університету

Іпполітова І. Я. — викладач ХНЕУ

Строкович А. В. — канд. екон. наук, доцент Харківського
гуманітарного університету "Народна українська академія"

Лабунська С. В. — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ

Басова І. О. — викладач-стажист ХНЕУ

Воронкова А. Е. — докт. екон. наук, професор Східноукраїнського
національного університету ім. В. Даля

Вечерковски Р. — канд. екон. наук, директор

Науково-дослідного інституту організації і управління
в промисловості "ОРГМАШ"

Матвіїв М. Я. — канд. екон. наук, доцент Тернопільського
державного економічного університету