

Харківський національний
економічний університет

Управління розвитком

*Всеукраїнська науково-практична конференція
"Проблеми і перспективи економічного
розвитку підприємства"*

8 – 10 грудня 2010 р.

Секція 1

"Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства"

Секція 2

*"Мотиваційна стратегія управління персоналом підприємства
як складова розвитку підприємства"*

Секція 3

*"Управління розвитком підприємства
в умовах економічних знань"*

Збірник наукових робіт

№ 20 (96) 2010

видається щомісячно

Харків · ХНЕУ · 2010

Засновник і видавець ХНЕУ.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації КВ № 16779–5351 Пр. від 21.05.2010 р.

Затверджено на засіданні
вченої ради університету,
протокол № 3 від 01.11.2010 р.

Редакційна колегія

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

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

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

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

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

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

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

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

Кизим М. О. — докт. екон. наук, проф.

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

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

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

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

Орлов П. А. — докт. екон. наук, проф.

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

Сєдова Л. М. — відповідальний секретар

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

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

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

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

Поштова адреса

засновника і видавця:

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

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

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

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

Редакція (057)758-77-04

Редактори: **Дуднік О. М., Грицай І. М.,
Замазій О. Є., Лященко О. Г.,
Лященко Т. О., Муштай Т. О.,
Носач О. С., Онопко О. М.**

Комп'ютерна верстка — **Фоміна К. С.**

E-mail: vydav@ksue.edu.ua

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

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

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

При передрукуванні матеріалів посилання на збірник обов'язкове.

Підписано до друку 02.12.2010 р.

Формат 84×108 1/16. Папір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 28,5. Обл.-вид. арк. 35,91. Тираж 500 прим. Зам. № 879.

Ціна договірна.

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

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи.

© Харківський національний економічний університет, 2010.

© Видавництво ХНЕУ,
дизайн, оформлення обкладинки, 2010.

Зміст

Секція 1 “Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства”

Богдан Ю. М. Маркетингова складова інноваційної діяльності сучасного машинобудівного підприємства України	7
Бровкова О. Г., Манакова О. І. Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємств машинобудування Одеського регіону	9
Преображенская Е. С., Денисюк О. В. Формирование интеллектуального капитала на основе знаний предприятия	11
Бровкова Е. В. Инновационное развитие туристической фирмы на основе кластерного подхода	13
Андрощук І. В. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства	14
Бачинська О. В. Особливості інвестиційної діяльності страхових підприємств	16
Вацьковски К. С., Гордиенко Л. Ю. Поддержка инвестиционно-инновационной деятельности польских малых и средних предприятий со стороны государства и Европейского Союза	18
Гриньова В. М. Оцінка якості функціонування системи управління у сфері малого підприємництва.....	20
Дронова А. Ю. Інвестиційний аспект розвитку роздрібного ринку нафтопродуктів України.....	21
Зелінський Р. Л. Проблеми залучення іноземних інвестицій в Україні.....	23
Ларіна К. В. Стан та перспективи розвитку високотехнологічних підприємств	25
Коюда П. М., Шейко І. А. Вплив факторів зовнішнього середовища на рівень інноваційної активності та обсяг інноваційних витрат в Україні	27
Плішка Т. П. Інноваційна діяльність в умовах фінансової кризи.....	30
Рижа Т. В. Засади стратегічного управління фінансово-господарською діяльністю вищих навчальних закладів.....	32
Салун М. М. Системний підхід до визначення факторів модернізації ресурсного потенціалу промислових підприємств	34
Шевченко І. В. Становлення малого інноваційного підприємництва в Україні.....	36
Серпухов М. Ю. Оцінка ефективності комерціалізації інноваційного продукту підприємства.....	39
Юрченко Л. С. Бренд підприємства як складова його інноваційного розвитку	41
Федулова І. В. Дослідження характеру інноваційних змін на підприємстві	43
Леонова Ю. А. Формирование системы оценки уровня логистического обслуживания.....	44
Ізмайлов Я. О. Облік незавершених капітальних інвестицій в нематеріальні активи за П(С)БО та МСФЗ.....	47
Шейко І. А. Оцінка ефективності інноваційної діяльності на прикладі підприємств машинобудування	49
Ізмайлова О. О. Аналітична складова управління поліпшенням основних виробничих засобів на промислових підприємствах	51



Полінкевич О. М. Методика аналізу інновацій на промислових підприємствах.....	53
Русанов О. М. Інфраструктура як фактор інноваційного розвитку житлово-комунального господарства.....	56
Сіднева Ж. К. Роль систем якості в управлінні розвитком виробництва	57
Щербань О. Д. Підхід щодо рейтингової оцінки пріоритетності інвестування автотранспортних підприємств.....	59
Мартиненко М. В. Кадровий потенціал національної інноваційної системи як основа розвитку економіки знань	61
Літинська В. А. Планування кар'єри управлінського персоналу підприємств.....	63
Ковтун К. С. Цілісна модель оцінки економічної ефективності впровадження інновацій	65
Проскура Е. Ю. Оценка финансовой устойчивости предприятия	67

Секція 2

“Мотиваційна стратегія управління персоналом підприємства як складова розвитку підприємства”

Гук Л. П. Інформаційні технології та розвиток нестандартних форм зайнятості.....	70
Біліченко С. П. Мотивація стратегії управління персоналом підприємства.....	72
Альберт К. В. Профессиональное развитие предпринимателей в условиях экономических знаний.....	74
Шарко А. І. Аналіз фонду оплати праці на підприємстві	75
Данилів В. Б. Тенденції та недоліки державного регулювання банкрутства в Україні.....	78
Калініченко А. Ю. Суть фінансових ризиків підприємства та механізми їх нейтралізації	79
Мачтакова О. Г. Визначення поняття мотивації персоналу у стратегічному управлінні підприємством.....	81
Дюба А. В. Ознаки та принципи формування організаційного механізму забезпечення продуктивної зайнятості персоналу	83
Заславська К. А. Розвиток самоорганізації підприємств в умовах економічних знань.....	85
Дериховська В. І. Стратегічне управління персоналом як передумова розвитку підприємства.....	86
Полозова Т. В., Єременко А. О. Формування мотиваційного механізму управління поведінкою персоналу.....	89
Смирнова К. В. Необхідність розробки маркетингової стратегії для забезпечення економічної сталості підприємства	91
Самойленко В. В. Прогнозирование перспективного спроса на трудовые ресурсы на региональном рынке	92
Ишешина Е. В., Буряко А. А. Демотивация персонала организации: сущность и причины.....	95
Шишмарьова Л. О. Розробка стратегії розвитку підприємства.....	96
Шульга Г. Ю. Формування мотиваційної стратегії управління персоналом на підприємстві.....	98
Птащенко О. В. Удосконалення маркетингового забезпечення товарної інноваційної політики підприємства шляхом впровадження бренд-сайта	101
Струк С. І. Фактори, що формують зміни трудового потенціалу території.....	103
Стеблинченко Г. В. Методичний підхід до визначення основних мотивуючих факторів персоналу підприємства.....	104

Селезньова Г. О. Мотивація у процесі формування ключових компетенцій підприємства	107
Грузіна І. А. Аналіз факторів зовнішнього впливу на формування персоналу промислових підприємств	109
Касьянова А. О. Енергетична безпека України та світу в контексті її економічного забезпечення	112
Небилиця О. А. Аналіз кар'єрного зростання персоналу на основі динаміки якісного та кількісного складу машинобудівних підприємств.....	116

Секція 3

“Управління розвитком підприємства в умовах економічних знань”

Жиляєва І. Ю. Узагальнення джерел пошуку персоналу підприємства	118
Король С. А. Оцінка ефективності структури капіталу	119
Швец Л. В. Властивості трудового потенціалу промислового підприємства.....	122
Литвиненко А. О. Розвиток матеріально-технічної бази підприємства: концептуальні засади та механізм управління.....	124
Полозова Т. В., Сахненко І. В. Динаміка розвитку машиностроительной отрасли Украины.....	127
Кобзев П. М. Системный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия с учетом знания его системного состояния	129
Скопенко Н. С. Теоретико-методичні засади проектування інтеграційного розвитку підприємств	131
Бусургіна М. А. Фінансова стійкість як економічна категорія	133
Ковшова С. О. Необхідність оптимізації руху грошових потоків підприємства в сучасних умовах господарювання	135
Поповиченко Г. С. Основні “засоби” чи “фонди”?	137
Мазко Т. І. Проблеми реформування інформаційного забезпечення на регіональному рівні	138
Коршунов Є. А. Ризик-підхід до планування витрат від операційної діяльності промислових підприємств.....	140
Плоха О. Б. Життєвий цикл компетентної організації	142
Пермінова А. О. Особливості реалізації функцій маркетингових комунікацій підприємствами.....	144
Юсвалієва А. В., Сахно Т. В. Фінансова безпека та фінансова стійкість підприємства: теоретико-методологічні особливості.....	147
Петренко О. О. Ситуаційний підхід до адаптації системи навчання персоналу	149
Запашук Л. В. Система показників оцінки виробничого потенціалу підприємства.....	151
Орлова А. Ю. Развитие методического обеспечения определения себестоимости продукции промышленных предприятий.....	153
Отенко В. І. Забезпечення компетентного вибору підприємства.....	155
Сірко А. В., Найдич Н. М. Управління ринковою вартістю підприємства: теорія і практика транзитивної економіки.....	157
Тімонін К. О. Оцінка ступеня емоційної задоволеності брендом машинобудівного підприємства	159
Басова О. С. Науково-технологічна діяльність Харківського регіону.....	161



Гордієнко Л. Ю. Управління організаційними трансформаціями як фактор економічного розвитку підприємства в умовах економіки знань	164
Гордиенко А. И. Некоторые проблемы развития социальной составляющей деятельности предприятия.....	166
Воліков В. В. Особливості підходів до оцінки інтелектуального потенціалу підприємства.....	168
Атаманюк Р. Ф. Інтелектуалізація персоналу як спосіб забезпечення конкурентоспроможності підприємства.....	169
Гольяева Л. А. Алгоритм управління фінансовими ризиками розвитку підприємства.....	171
Плаксюк О. О. Аналіз фінансового стану акціонерного товариства	173
Діхтяренко К. В. Система показників оцінки діяльності стратегічних центрів господарювання у процесі розвитку підприємства.....	175
Смоленюк П. С. Інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень.....	177
Лутицька Ж. С. Удосконалення стратегічного планування у стратегічному управлінні розвитком підприємства	179
Мица Н. В. Вплив стадії життєвого циклу на вибір оптимального варіанта фінансової стратегії енергопостачального підприємства.....	181
Костіна О. М. Альтернативні концепції антикризового управління промисловим підприємством.....	183
Колупаєва І. В., Тимченко І. Є. Роль соціального партнерства у створенні "співтовариств практиків" в організаціях.....	186
Бокій В. І., Беляєва С. В. Оптимізація календарного плану зберігання та продажу промислової продукції за умови цінового ризику	188
Лавриненко Л. М. Система управління знаннями на підприємстві	190
Міщенко Г. І. Вплив організаційних факторів на розвиток підприємства	191
Рожко В. І. Стимулювання діяльності підприємств за допомогою спрощеної системи оподаткування.....	193
Сасина Л. А. Теоретические основания использования рефлексивного подхода в управлении	195
Маркова Н. С. Розвиток персоналу як "точка зростання" підприємства.....	197
Мироненко І. І. Теоретичні аспекти споживчої лояльності як засобу впливу на розвиток підприємства.....	199
Лялюк А. М. Сутність понять "інтелектуальний капітал" та "інтелектуальні ресурси": їх взаємозв'язок та розбіжності	200
Ярошевська О. В. Моніторинг маркетингового середовища підприємства.....	202
Гурко О. В. Суть концепцій управління витратами підприємства в умовах економіки знань.....	204
Бабенко А. Г., Бондаревська К. В. Аналіз стану та ефективності використання персоналу в аграрному регіоні	206
Васильєва Ю. І. Управління конкурентоспроможністю хлібопекарських підприємств в умовах економіки знань.....	211
Крива І. В. Інформаційне забезпечення управління розвитком підприємства	213
Бовдун А. В. Актуальність визначення фінансового потенціалу підприємства у сучасних ринкових умовах.....	215
Гусева І. Ю. Управління ринковим капіталом як основа забезпечення конкурентних переваг підприємства	217
Костенко А. П., Городилова О. В. Маркетинговая информационная система вуза	219
Воронин А. В., Вовк Е. Я. Неокейнсианская версия модели циклов Жюгляра.....	221

Секція 1

"Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства"

УДК 339.138

Богдан Ю. М.

МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ

Анотація. На базі вивчення маркетингової системи в умовах машинобудівного підприємства КП «ІВК «Іскра» (м. Запоріжжя) надано оцінку його маркетинговій діяльності, визначено основні проблеми в цьому напрямі, запропоновано шляхи вдосконалення системи маркетингу та подальша стратегія діяльності підприємства.

Аннотация. На базе изучения маркетинговой системы в условиях машиностроительного предприятия КП «ИВК «Искра» (г. Запорожье) дана оценка его маркетинговой деятельности, определены основные проблемы в этом направлении, предложены пути совершенствования системы маркетинга и дальнейшая стратегия деятельности предприятия.

Annotation. On the basis of studying system of marketing in conditions of machine-building enterprise CP "SPC "Iskra" (Zaporozhye) assessment of its marketing activities is given, the basic problems in this direction are identified, ways of improving the system of marketing and further strategy of the enterprise are offered.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, маркетингова система.

Маркетингова експертиза дозволяє скласти конкретне уявлення про те, де і які ніші ринку зайняті, а які вільні, або визначити, чи готовий ринок до прийняття проектної продукції, в якій кількості і за якою ціною, а також виявити можливих конкурентів. Таким чином, підприємство пристосовується до ринкової кон'юнктури, що склалася, не змінюючи істотно свого виробничого потенціалу, використовуючи лише внутрішні резерви для збільшення випуску продукції залежно від попиту. При цьому необхідно постійно відстежувати реакцію конкурентів і при необхідності застосовувати економічні прийоми боротьби з ними – цінову та асортиментну політику, рекламу. Проте в реальному виробництві нерідко буває так, що маркетингом підприємство повинне займатися ще до організації НДДКР і робиться це саме для того, щоб з'ясувати, який новий вид виробів необхідно створити для того, щоб збільшити ринковий попит.

Таким чином, якісне всебічне маркетингове дослідження є однією з умов здійснення в майбутньому ефективною інноваційної діяльності, що задовольняє вимоги і потреби ринку [1].

Серед вітчизняних науковців теоретичними і практичними аспектами маркетингових досліджень інноваційної діяльності сучасних підприємств України займалися: Ілляшенко С. М. [2; 3], Прокopenко О. В., Мельник Л. Г., Мішенін Є. В., Божкова В. В. [3], Семенов А. Г., Єропутова О. О., Перекрест Т. В., Линенко А. В. [4] та ін.

Однак ця проблема потребує подальшого вивчення, особливо в умовах підприємств оборонно-промислового комплексу (ОПК) України, адже ця галузь промисловості вимагає особливої уваги та підтримки з боку держави. До того ж у переважній більшості цих підприємств відсутній доступ до отримання різного роду інформації з метою проведення наукових досліджень.

Мета статті – на базі вивчення маркетингової системи в умовах конкретного машинобудівного підприємства м. Запоріжжя надати оцінку його маркетинговій діяльності, визначити основні проблеми в цьому напрямі, запропонувати шляхи вдосконалення системи маркетингу та подальшу стратегію діяльності підприємства.

До складу підприємств ОПК України відноситься Казенне підприємство "Науково-виробничий комплекс "Іскра" (м. Запоріжжя). Дане підприємство – провідний розробник і виробник наземної техніки радіолокації оборонного комплексу України, яке відноситься до Міністерства промислової політики України, а також входить у список підприємств, які мають стратегічне значення для економіки і безпеки держави.



Маркетингові роботи по основній продукції на КП "НВК "Іскра", у тому числі і маркетингові дослідження по практиці яка склалася і функціонально виконуються відділом зовнішньоекономічних зв'язків (ЗЕЗ), науково-технічним центром (НТЦ), відділом маркетингу, відділом експлуатаційно-ремонтного обслуговування. На підприємстві НТЦ є розробником продукції радіолокації, який входить до складу підприємства.

До сфери діяльності відділу ЗЕЗ відносяться комерційні питання маркетингу основної продукції: інформування і контакт зі споживачами; підготовка рекламної продукції; організація участі у виставках; підготовка і проведення переговорів; підготовка й укладання контрактів; супровід виконання контрактів. У даний час, виходячи з цих завдань, проводиться спрощена маркетингова діагностика, яка служить переважно для вирішення оперативних і тактичних питань.

Маркетинг технічних питань, маркетингові дослідження продукції радіолокації, враховуючи значну наукоємність виробів, переважно виконуються силами НТЦ. Кожну модель продукції радіолокації (в даний час їх шість), починаючи з розробки, супроводжують штатні підрозділи НТЦ – конструкторські бюро і відділи, очолювані головними конструкторами виробів та напрямів.

Маркетингові дослідження проводяться переважно вивченням характеристик конкурентної продукції і здійснюються під керівництвом головних конструкторів виробів і силами інженерів-конструкторів. Вирішення маркетингових технічних питань, які виходять за рамки компетенції конструкторських бюро, передаються для вирішення або керівництву НТЦ і підприємства, або приймаються колегіальні рішення на загальній науково-технічній раді. При цьому якість маркетингових досліджень залежить від міри обізнаності маркетинговим технологіям фахівців, які виконують дану роботу. Але в реальності ніхто не отримував спеціальної маркетингової підготовки, окрім придбаного певного досвіду та індивідуальних якостей бачення провідних фахівців і керівників.

За багато років експорту техніки радіолокації підприємством накопичений значний досвід збору первинної технічної інформації через канали відділу експлуатаційного і ремонтного обслуговування й відпрацьована система її аналізу. За результатами перебування у замовника на гарантійному або післягарантійному обслуговуванні поставлених виробів фахівцями надаються в служби підприємства і керівництву детальні звіти. Залежно від характеру питань, визначених у ході аналізу звітів, ставляться відповідні завдання певним службам підприємства з поліпшення технічних характеристик, надійності, якості продукції, вдосконалення сервісного обслуговування. Дані звіти є одним із джерел первинної маркетингової інформації, яка використовується фахівцями НТЦ.

При першому ознайомленні з планом маркетингу спостерігається його формальний характер. Велика частина розділів плану має чисто декларативну форму, не має вимірних показників – без прив'язки до конкретних виробів, тем, напрямів, термінів. Частковий виняток становлять лише розділи, які стосуються напряму товарів народного споживання. Практично відсутні розділи за напрямом основної продукції, зовнішньоекономічної діяльності, яка приносить основний дохід підприємству. Явно простежується, що при складанні плану маркетингу керуються не цілями підприємства й місією організації, а лише необхідністю формального виконання вимог Постанови Кабінету Міністрів України.

Таким чином, можна визначити основні проблемні питання в маркетинговій системі машинобудівного підприємства КП "НВК "Іскра" (м. Запоріжжя):

відсутня повноцінна взаємодія з державними посередниками з маркетингу основної продукції на етапі просування на зовнішні ринки;

розрізнено, непогоджено виконання маркетингових функцій відносно основної продукції декількома підрозділами підприємства;

відсутній єдиний комплексний план маркетингу, формальний характер існуючого плану маркетингу;

немає певної стратегічної концепції маркетингу, заснованої на цілях і місії підприємства. Ухвалення стратегічних рішень виконується лише на основі інтуїції та досвіду керівництва підприємства і деяких провідних фахівців.

У найближчому майбутньому необхідне подальше вдосконалення системи маркетингу підприємства на основі комплексного стратегічного підходу. Підприємству доцільно дотримуватись стратегії концентрованого зростання, зокрема стратегії посилення позицій на ринку, а також додержуватись стратегії фахівця – концентрувати увагу на нішах ринку, які не цікаві для лідерів ринку – орієнтуватися на покупців Південно-Східної Азії, Близького Сходу, Африки і країн СНД, оскільки ці ринки не цікаві для лідерів ринку систем радіолокацій через їх низьку купівельну спроможність.

Література: 1. Харин А. А. Управление инновациями : учебн. пособ. для студ. вузов : в 3-х кн. / Т. 1. Основы организации инновационных процессов / А. А. Харин, И. Л. Коленский ; ред. Ю. В. Шленов. — М. : Высшая школа, 2003. — 253 с. 2. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія / за заг. ред. С. М. Ілляшенка. — Суми : Університетська книга, 2008. — 616 с. 3. Менеджмент та маркетинг інновацій / Ілляшенко С. М., Прокопенко О. В., Мельник Л. Г. та ін. ; заг. ред. С. М. Ілляшенко – Суми : Університетська книга, 2004. — 615 с. 4. Фінансова стратегія в управлінні підприємствами : монографія / А. Г. Семенов, О. О. Єропутова, Т. В. Перекрест, А. В. Линенко. — Запоріжжя : КПУ, 2008. — 188 с.

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

Анотация. Запропоновано рекомендації щодо вдосконалення організаційно-економічного механізму здійснення інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств машинобудування Одеського регіону. Виявлено основні чинники, які перешкоджають і сприяють інвестиційним та інноваційним процесам у машинобудівній галузі.

Аннотация. Предложены рекомендации усовершенствования организационно-экономического механизма осуществления инвестиционно-инновационной деятельности предприятий машиностроения Одесского региона. Выявлены основные факторы, которые препятствуют и содействуют инвестиционным и инновационным процессам в машиностроительной отрасли.

Annotation. The improvement recommendations to organizational and economic mechanism of realization investment-innovative activity of the enterprises of mechanical engineering of the Odessa region are offered. Major factors which interfere and promote investment and innovative processes in machine-building branch are revealed.

Ключові слова: інвестиційно-інноваційна діяльність, конкурентоспроможність, фінансове сприяння.

На сучасному етапі стратегія економічного зростання країни має зробити акцент на інноваційний напрямок розвитку. Але інноваційні процеси безпосередньо пов'язані з інвестиційною активністю. Масштабні інновації потребують значних інвестицій. Тому необхідно розглядати їх у комплексі.

Виходячи з того, що інноваційна діяльність промислових підприємств є вирішальним елементом розвитку сучасного виробництва, проблеми її інвестиційного забезпечення набувають особливої актуальності. Водночас вітчизняна практика свідчить про те, що інноваційною діяльністю займається незначна кількість промислових підприємств – у 2009 р. їх частка становила 10,7 % [1] (у країнах-лідерах ЄС цей показник сягає 60 – 70 %).

В усьому світі машинобудування визнане провідною галуззю виробництва. Його розвиток визначає рівень як науково-технічного потенціалу країни, так і забезпечення її безпеки.

Машинобудівна галузь України на сьогоднішній день має потребу в інвестиціях і державній підтримці. Упровадження науково-технічних інновацій – це нарощування обсягів виробництва, відновлення основних фондів, підвищення технічного рівня устаткування й конкурентоспроможності машинобудівних підприємств України.

У сучасних умовах глобалізації та посилення міжнародної конкуренції забезпечення конкурентоспроможності економіки країни, галузей та регіонів можливе лише на основі активізації інноваційно-інвестиційної діяльності.

Отже, економічний розвиток нашої країни вимагає переходу до інноваційної моделі й інвестицій, які варто залучати й ефективно використовувати.

Актуальність теми дослідження обумовлена її спрямованістю на вирішення однієї з найважливіших економічних проблем Одеського регіону – інвестування інноваційної діяльності підприємств машинобудівної галузі.

Активізація інвестиційно-інноваційної діяльності у кожному окремому регіоні, окремій галузі вимагає врахування її специфічних особливостей.

Мета дослідження полягає в розвитку теоретичних положень і розробці методичних рекомендацій щодо вдосконалення організаційно-економічного механізму здійснення інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств машинобудування Одеського регіону.

За даними Всесвітнього економічного форуму Україна посідає 72-е місце серед 133 країн [2]. За розвиненістю фінансового ринку, на що, насамперед впливає рівень інвестування у малий бізнес, у нові технології та у виробництво нової продукції, Україні відведено 85-те місце. Ступінь технологічної підготовленості промисловості відповідає 65-му місцю, а це свідчить про застарілі технології, старі основні засоби виробництва і малі обсяги випуску наукоємної продукції. Нарешті, за технологічними інноваціями Україна на 66-му місці, що свідчить про недостатність інвестицій у



дослідження, проектування, освоєння нових видів продукції, а головне про те, що не створено сприятливого середовища інноваційної діяльності.

Для зміни ситуації, що склалася, і залучення грошових коштів в інноваційний процес розвитку промислових підприємств виникає потреба в удосконаленні регулювання інвестиційної діяльності і в забезпеченні активізації інвестиційних процесів.

У багатьох регіонах України, зокрема в Одеському, були запропоновані механізми підвищення інвестиційної привабливості регіонів з метою максимального залучення інвестицій у їх економіку, які включають такі заходи:

- проведення інвестиційних конкурсів;
- постійне вдосконалювання умов надання державної підтримки, спрямованих на збільшення бюджетної ефективності інвестиційно-інноваційних проектів підприємств;
- створення облаштованих територій для заохочення інвесторів і подальшого розміщення нових виробництв спільно з органами місцевого самоврядування;
- створення умов для залучення інвестиційних ресурсів через емісію цінних паперів на фондовому ринку;
- підтримка лізингових схем;
- запровадження системи інвестиційних рейтингів кредитоспроможності;
- підтримка з боку спеціалізованих агентств інвестиційно-інноваційного розвитку, що займаються інвестиційними проектами регіонального значення;
- надання державних гарантій інвесторам за рахунок бюджетних коштів для страхування високоефективних інвестиційно-інноваційних проектів;
- надання пільгових кредитів і податкових пільг;
- активний пошук облдержадміністраціями посередників серед найбільших закордонних компаній для залучення іноземних інвесторів.

Фінансове сприяння інвесторам з боку регіональних адміністрацій через інвестиційні конкурси передбачає використання механізму пільгового кредитування інвестицій, страхування інвестиційно-інноваційних проектів й інвестиційних кредитів, часткове або повне фінансування інвестиційно-інноваційних програм соціального значення.

Фінансова підтримка інноваторів на регіональному рівні передбачає: обов'язкове виділення в регіональних бюджетах коштів на інноваційну діяльність, створення позабюджетних фондів фінансування й кредитування, систему пільг і кредитних гарантій на обласному рівні, підтримку конкретних форм інвестиційного співробітництва й реалізації регіональних й міжрегіональних інноваційних проектів, заохочення закордонних інтересів.

Проте головними перешкодами на шляху розгортання інноваційних процесів у регіонах є: обмеженість централізованого фінансування, нестача власних коштів підприємств, відсутність розгорнутої інфраструктури інноваційного ринку, кризовий стан у країні, відсутність чітко визначених і законодавчо закріплених державних пріоритетів в інноваційній політиці, несприятливий інвестиційний клімат для залучення іноземних коштів.

Таким чином, результати проведеного аналізу дозволяють дійти висновку, що загальний стан машинобудівної галузі Одеського регіону досить скрутний. Виявлено основні негативні чинники, що перешкоджають інвестиційним та інноваційним процесам у машинобудівній галузі. Запропоновано напрями реформування регіональної політики щодо вдосконалення організаційно-економічного механізму здійснення інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств машинобудування Одеського регіону.

Необхідно збільшити частку вкладень в інновації в інвестиційних програмах не тільки державних, але й приватних підприємств, щоб створити принципово нові технологічні розробки. І приватний сектор повинен взяти в цьому процесі найактивнішу участь.

Важливо оптимізувати систему державної підтримки інноваційних проектів. Такі проекти повинні піддаватися ретельній експертизі і тільки найбільш перспективні повинні одержати необхідну державну допомогу.

Необхідно залучати до інвестиційно-інноваційних процесів західних партнерів, адже за багатьма напрямами машинобудування технологічне відставання досягло таких масштабів, що без допомоги іноземних інвесторів не впоратися. У цьому зв'язку дослідження й розробки повинні проводитися українськими науковими організаціями у співробітництві із закордонними дослідницькими центрами й лабораторіями.

Література: 1. Статистичний збірник України за 2009 р. [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. The Global Competitiveness Report 2008 – 2009. – World Economic Forum (Доповідь про глобальну конкурентоспроможність у 2008 – 2009 роках. – Всесвітній економічний форум) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.weforum.org.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА НА ОСНОВЕ ЗНАНИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Представлен анализ опыта зарубежных центров стандартизации по разработке инструментария оценивания интеллектуального капитала на основе знаний. Обозначены перспективы украинских промышленных предприятий в этой области.

Анотація. Наведено аналіз досвіду зарубіжних центрів стандартизації з розробки інструментарію оцінювання інтелектуального капіталу на основі знань. Визначено перспективи українських промислових підприємств у цій галузі.

Annotation. The experience of foreign centers of standartization on development of tool of evaluation of intellectual capital on the basis of knowledge is analized, the prospects of the Ukrainian industrial enterprises in this area are marked.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, предприятие, знания, инструментарий оценивания.

Со сменой приоритетов в жизни общества, продолжающейся научно-технической революцией, в основе которой лежит использование новых технологий, а также с учетом неопределённости внешней среды, предприятия сталкиваются с необходимостью повышения эффективности использования интеллектуального капитала.

В процессе исследования Б. Леонтьев обозначил составляющие интеллектуального капитала: совокупность прав предприятия на результаты творческой деятельности, естественные и приобретённые интеллектуальные способности персонала, а также накопленные базы знаний и полезные отношения с другими субъектами [1].

Значительное внимание изучению структуры интеллектуального капитала уделял М. Армстронг, который выделял в ней нематериальные активы (лояльность потребителей, бренды), организацию (корпоративная экспертиза, накопление знаний, коммерческие секреты, системы и методики), индивидуальных работников (ноу-хау, способности, умения и навыки) [2].

Т. Стюарт [3] конкретизировал структуру интеллектуального капитала путём обозначения следующих элементов: человеческий капитал как знания и умения работников; социальный капитал как запасы и перемещение знаний, который возникает благодаря взаимоотношениям в самой организации и за её пределами; организационный (структурный) капитал как институционализированные знания предприятия, которые хранятся в базах данных, инструкциях и т. д. Тузовский А. Ф. подчеркивает, что любая компания зарождается на знаниях своих сотрудников, функционирует, используя корпоративные знания, и является одновременно и получателем, и источником этих знаний [4]. Управление знаниями входит в практику деятельности предприятий как принципиально новый вид управленческой деятельности и новая функция управления, что обуславливает необходимость исследования процессов управления знаниями как основного нематериального ресурса предприятия. Поэтому предприятию важно научиться эффективному управлению знаниями.

Изучая структуру интеллектуального капитала, западные исследователи всё больше сходятся во мнении, что формирование интеллектуального капитала основывается на компетентностном подходе. Содержанием компетентностного подхода является накопление и развитие интеллектуальных ресурсов предприятия, связанное с совершенствованием знаний, умений, навыков персонала, формированием системы мотиваций и переходом к новым категориям, таким, как "компетенция", "компетентность".

Для формирования интеллектуального капитала на основе компетентностного подхода необходимо освоение новых процедур и критериев оценивания, поскольку существующие механизмы не позволяют проводить эффективное измерение уровней компетенций и знаний предприятия. Анализ международного опыта показал возрастающую необходимость утверждения общепринятых критериев оценивания.

В Великобритании массовая дискуссия по вопросам оценивания знаний приобрела особое значение после публикации в июне 2001 г. организацией British Standards Institute первого такого рода документа "Knowledge Management PAS 2001: A Guide to Good Practice" [5]. Разработчики стандарта полагают, что область менеджмента знаний в полной мере готова к стандар-



тизации, и чтобы обеспечить понимание различных противоречивых аспектов, развивают активное сотрудничество с правительством, экспертами, стандартами качества ISO и Европейским комитетом по стандартизации. С точки зрения British Standards Institute национальный стандарт управления знаниями должен включать в себя публично доступные документы и спецификации, эквивалентные ISO, предназначенные для обеспечения и управления качеством в организации. Целью предварительного стандарта Guide to Good Practice является отклик на практические нужды различных отраслей, дальнейший анализ и разработка адекватных стандартов.

Разработка стандартов для оценивания знаний имеет определённые перспективы в Украине. В значительной мере это связано с высокой активностью промышленных предприятий в сфере сертификации согласно стандартам ISO, принятыми в Украине как государственные в 1995 году. Так по словам директора департамента техрегулирования, стандартизации и метрологии Госпотребстандарта Украины Андрея Нелепова, Украина лидирует по темпам внедрения международных стандартов ISO среди стран СНГ. Более того, около 70 % от всех принятых в Украине стандартов – это международные нормы. Главный технолог ОАО "АЗМОЛ" Олег Македонский считает в скором будущем неизбежным переход подавляющего большинства украинских товаропроизводителей на мировые стандарты ISO. Для этого с его точки зрения предприятия должны пересмотреть свое отношение к производству, изменить его культуру. Например на ОАО "АЗМОЛ" за последние несколько лет производство было приведено в соответствие с требованиями экологического стандарта ISO 14001. В результате чего предприятие заметно уменьшило техногенное влияние на окружающую среду. Значительно повысив качество производства в процессе его сертификации, предприятие также смогло предоставить новые виды более качественной продукции.

Основой для разработки стандартов, регламентирующих сферу знаний предприятия, могут служить отчеты, которые публично публикуются отечественными предприятиями. Форма отчета разработана государственной организацией – Агентством по развитию инфраструктуры фондового рынка Украины. В разделах отчетов, раскрывающих информацию о состоянии корпоративного управления, приводится перечень требований к знаниям и компетенциям руководителей. Для сравнения – в европейском стандарте по управлению знаниями описаны качества, присущие персоналу организации, ориентированной на развитие интеллектуальных ресурсов. Однако в украинской практике респонденты – предприятия промышленной сферы, не отмечают важность данных критериев для осуществления эффективной и результативной работы, в т. ч. не используют широко применяемый в управленческой сфере зарубежными и отечественными учеными термин "личностная компетенция".

Существенным моментом, ограничивающим анализ отчётов, является то, что в разделе, выдвигающем перечень к знаниям и компетенциям управленческого персонала, отсутствуют какие-либо требования. Исследования, проведенные авторами на 30 крупных и средних украинских промышленных предприятий, представленных отраслями машиностроения, металлургии и химической промышленности, показали, что 20 % предприятий отметили в качестве необходимых управленцам качеств – честность и ответственность, 10 % – знания в сфере финансов и менеджмента, 3 % – отраслевые знания и опыт работы в отрасли. Также 20 % анализируемых предприятий выделили другие требования, связанные в основном со спецификой деятельности АО. Остальные предприятия во внутренних документах вообще не указывают определённых личностных компетенций, уровня знаний и опыта, которыми должен обладать руководитель. Это свидетельствует о том, что управление знаниями развито недостаточно, отсутствует оформленная система управления знаниями.

Таким образом развитие интеллектуального капитала промышленных предприятий предполагает использование компетентностного подхода как базиса для формирования и оценки знаний. Систематизация и анализ зарубежного опыта разработок стандартов в сфере управления знаниями может положительно повлиять на ускорение внедрения процессов развития знаний предприятий на Украине, обеспечить синтез полезных идей, публикаций и точек зрения, повысить эффективность управления интеллектуальным капиталом.

Литература: 1. Леонтьев Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б. Б. Леонтьев. – М. : Издательский центр "Акционер", 2002. – 200 с. 2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг. ; пер. с англ. под ред. С. К. Мордовина – 8-е изд. – СПб. : Питер, 2005. – 832 с. 3. Stewart T. A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations / Т. А. Stewart. – N.Y.-L. : Doubleday ; Currency, 1997. 4. Тузовский А. Ф. Программная реализация основных компонент информационно-программного обеспечения системы управления знаниями / А. Ф. Тузовский, И. А. Васильев, М. В. Усов // Известия Томского политехнического университета. – 2004. – Т. 307. – № 7. – С. 116–122. 5. European Guide to Good Practice in Knowledge Management / European Committee for Standardization, Management. Centre: rue de Stassart, 36 B-1050. – Brussels, 2004.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА

Аннотация. На основе анализа кластерной политики Украины, мирового опыта создания кластеров обоснована инновационная модель развития туристических фирм Одесского региона.

Анотація. На основі аналізу кластерної політики України, світового досвіду створення кластерів обґрунтовано інноваційну модель розвитку туристичних фірм Одеського регіону.

Annotation. On the basis of the analysis of a cluster policy of Ukraine, world experience of creation clusters, the innovative model of development of travel companies of the Odessa region is proved.

Ключевые слова: туристические фирмы, кластерный подход, инновационное развитие, Одесский регион

Кластерная политика является новым инструментом развития для Украины и ее регионов. Важно адаптировать понятие кластерной политики к украинским условиям хозяйствования, бизнеса и общества.

В Стратегии национальной модернизации (Украина – 2020) отмечается необходимость создания сети инновационных кластеров в Украине в период 2009 – 2013 гг. Но в проекте Стратегического инновационного развития Украины на 2010 – 2020 годы [1] практически нет никаких предложений по созданию инновационных структур на основе кластерного подхода.

В практике западных стран кластерная политика появилась в 90-е годы прошлого века. В это время в эволюции мирового хозяйства стали возникать уникальные явления, к которым применялся термин "глобализация". Начали распространяться гибкие формы взаимодействия фирм, связанных цепочкой формирования добавленной стоимости. На это обратил внимание американский экономист М. Портер и ввел в экономическую науку и политику понятие "кластер" [2].

Кластеризация в современной мировой экономике является общепризнанным явлением. Опыт социально-экономических трансформаций в Центральной и Восточной Европе и практика реализации в этой части континента кластерных моделей вызвали соответствующий интерес в Украине.

В настоящее время интерес к кластерам постоянно возрастает.

В числе направлений государственной региональной кластерной политики туризма следует назвать задачи:

выявление структуры кластера, территориальной локализации его отдельных звеньев, оценка влияния кластера на территорию и социальную сферу;

формирование коммуникационных площадок для потенциальных участников территориальных туристических кластеров;

консолидировать участников кластера, реализация программ содействия туристическим кластерам, проведение совместных маркетинговых исследований и рекламных мероприятий, реализация образовательной политики, согласованной с основными представителями кластера;

развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры в регионах;

формирование институциональной среды для развития территориальных туристических кластеров.

При формировании соответствующих программных документов как на центральном, так и на региональном уровне, необходима конкретизация использования разных понятий: "кластер", "экономический кластер", "территориальный кластер".

К числу необходимых элементов формирования кластера отнесем необходимость развития кластерного анализа, к числу основных направлений которого предложим:

- доленое финансирование аналитических исследований структуры кластера, определение целей и направлений развития туристического кластера;

- создание кластерных центров по обмену знаниями, привлечение заинтересованных организаций к совместным действиям в рамках кластера;

- проведение совместных маркетинговых исследований;

- повышение эффективности программ профессиональной подготовки кадров, в том числе совместной организации программ переподготовки и повышения квалификации.

Кластерная модель туристической деятельности направлена на обеспечение:

инновационности, адаптации к условиям внешних рынков туристических услуг;

максимального использования достижений информационных и коммуникационных технологий (реклама в сети Интернет, электронная торговля туристическими услугами);

повышение уровня квалификации и интеллектуального потенциала работников.



Таким образом, основными преимуществами кластерного подхода организации туристического бизнеса являются:

использование эффекта масштаба, когда экономическая эффективность совместной деятельности объединенных в туристический кластер предприятий выше, чем от самостоятельной деятельности;

расширение доступа к инновациям, которое достигается за счет встречных межфирменных потоков идей и информации;

формирование локального отраслевого рынка труда, что позволяет осуществлять обмен сотрудниками, их стажировку, повышение квалификации;

уменьшение себестоимости услуг за счет совместного использования туристических ресурсов и туристической инфраструктуры, расширение круга конкурирующих между собой поставщиков и потребителей туристических услуг, развитие кооперирования, договорной специализации.

Кроме того предприятия туристического бизнеса, объединившись в туристический кластер региона, получают возможность эффективнее отстаивать свои интересы на уровне местных органов власти, а также принимать участие в больших инвестиционных программах.

Литература: 1. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010 – 2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [проект]. 2. Портер М. Экономическое развитие регионов / М. Портер // Пространственная экономика. – 2006. – № 4. 3. Захарченко В. И. Кластерная форма территориально-производственной организации. / В. И. Захарченко, В. Н. Осипов. – Одесса : Печатный дом, 2010. – 234 с. 4. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги- XX1, 2008. – 109 с.

Андрущук І. В.

УДК 658.152:330.322

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено інвестиційні аспекти інноваційного розвитку підприємства та запропоновано систему заходів різнобічної підтримки, яка відроджуватиме інноваційну діяльність, що сприятиме більш ефективному впровадженню інновацій на підприємстві.

Анотация. Исследованы инвестиционные аспекты инновационного развития предприятия и предложена система мер разносторонней поддержки, которые будут возродят инновационную деятельность, что будет способствовать более эффективному внедрению инноваций на предприятии.

Annotation. The investment aspects of the innovation of enterprise development are investigated and the system range of support measures that would revive innovation is proposed. This would contribute to more effective innovation in the enterprise.

Ключові слова: процес інвестування, інноваційний розвиток, інвестиційно-інноваційна діяльність.

Ефективний розвиток національної економіки вирішальним чином залежить від масштабів упровадження новітньої техніки та технологій. Підвищення активності інноваційної діяльності вітчизняних підприємств є однією з головних передумов стабільності та сталого розвитку економіки. Серйозною перешкодою розвитку суб'єктів господарювання в умовах невизначеності є хронічний дефіцит інвестиційних ресурсів. Вивчення світового та вітчизняного досвіду переконало свідчить, що вирішення проблем інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств полягає, у першу чергу, в обґрунтуванні теоретико-методичних підходів для збільшення обсягів притоку інвестицій. У ринковому середовищі, яке постійно змінюється, інноваційна діяльність підприємства буде здійснюватися успішно лише за умови збільшення обсягів ресурсів і їхнього ефективного використання.

Дослідження інноваційного розвитку підприємств проводилися такими вченими, як І. Семенов, Ю. Бажал, М. Давідов, В. Марцин та ін. Однак значенню інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку підприємств приділяється недостатня увага.

Метою статті є аналіз інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку підприємства, а також обґрунтування шляхів активізації інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства.

На сьогодні інноваційний шлях розвитку є невід'ємною або навіть визначальною складовою економічного зростання будь-якої країни світу. Вкрай необхідним і доцільним є процес інноваційно-

© Андрущук І. В., 2010

го заміщення на багатьох промислових підприємствах України та навіть у цілих секторах економіки, оскільки майбутній образ національної інноваційної системи багато в чому буде залежати від можливостей держави вчасно мобілізувати свій внутрішній інноваційний потенціал [1, с. 107].

Сьогодні головним чинником економічного зростання є ефективні інвестиції в інноваційний процес, які забезпечують перманентну структурну перебудову економіки на новій технологічній основі. Високий рівень продуктивності обумовлюється не просто інвестиціями в основний капітал, а інвестиціями, які дають змогу формувати новий тип економіки – економіки, яка ґрунтується на знаннях [2, с. 75]. Технологічні зміни, особливо при впровадженні базових та інфраструктурних науково-технічних інновацій, є безпосередньо пов'язаними з виробництвом нових інноваційних наукомістких товарів, які потребують значних цілеспрямованих інвестиційних капітальних витрат. Залучення внутрішніх та іноземних інвестицій, передусім у науково-виробничу сферу, забезпечить підприємства ефективними інструментами прискорення розвитку пріоритетних сфер виробничої діяльності.

Найефективнішими є інвестиції в інновації, де учасники інвестиційного ринку мають можливість одержати досить високий прибуток. Високий потенціал ефективності інновацій забезпечує попит на нововведення з боку суб'єктів господарської діяльності, формуючи ринок науково-технічних, організаційних, економічних і соціальних нововведень. Однак можливості підприємств щодо залучення інновацій різні. Це зумовлено, передусім, існуючими ресурсними обмеженнями, особливо фінансовими.

В Україні спостерігається дефіцит фінансових ресурсів для забезпечення наукових досліджень і впровадження інноваційних розробок. Суттєвим недоліком системи національного регулювання розвитку інноваційної сфери є те, що вона, на відміну від законодавства більшості країн світу, не сприяє розширенню джерел фінансування інноваційного розвитку та протидіє залученню приватних коштів, виключає можливість формування спеціальних, у тому числі відомчих, фондів фінансування інноваційних проектів і програм [3, с. 132–134].

Серед основних проблем фінансування інноваційної діяльності підприємств в Україні можна виділити:

- недостатню державну фінансову підтримку інноваційних проектів різного масштабу, які реалізуються у промисловості;
- недостатні обсяги фінансування з боку приватного сектору;
- незначна активність створених інноваційних і венчурних фондів, а також їх незначні фінансово-інвестиційні можливості;
- відсутність механізмів перерозподілу інвестиційних ресурсів населення на користь інноваційного сектору;
- недостатня зацікавленість іноземних інвесторів у фінансуванні вітчизняного інноваційного сектору;
- надвисокі ризики інноваційної діяльності;
- нецільове та неефективне використання фінансових ресурсів, спрямованих на підтримку інноваційної діяльності [1, с. 103–105].

Проблема фінансового забезпечення інвестицій як основна складова, що забезпечує розвиток інноваційного процесу на підприємствах, залишається однією з найбільш гострих для вітчизняної промисловості.

Поряд із низькими обсягами фінансування науки й інноваційної діяльності важливою проблемою є деформоване співвідношення витрат на науку та інновації. Загалом варто зазначити досить низьку активність як держави, так і приватного сектору у здійсненні інноваційних інвестицій, відставання України за більшістю показників від розвинених країн, невідповідність основних пропорцій фінансування світовим нормам.

Водночас є чинники, які стримують вкладення капіталу іноземними інвесторами в українську економіку. До них відносять:

- високий рівень корумпованості вітчизняної економіки і високий рівень ризиковості підприємницької діяльності;
- невідпрацьованість юридичної бази, яка має захищати інтереси та власність як зарубіжних, так і вітчизняних інвесторів;
- нестабільність економічної та політичної ситуації в країні;
- відсутність довгострокової виваженої політики держави щодо залучення іноземних інвестицій і створення сприятливих умов для їхнього ефективного використання.

Згідно з оцінкою спеціалістів Європейського центру досліджень, підприємницький ризик інвестицій в Україні становить 80 %. У рейтингу інвестиційної привабливості країн наша держава посідає 106 місце серед 145 країн [4, с. 85].

Необхідним є запровадження відповідних адекватних державних програм, спрямованих на поліпшення інвестиційно-інноваційного клімату й підвищення ефективності інноваційної діяльності. Зазначені програми мають бути націленими не на розподіл бюджетних коштів, формування комісій і установ, звіти посадових осіб, а на створення інноваційного продукту, оновлення технологій, закупівлю нового устаткування, тобто не на "процес", а на "результат".

Для створення ефективного механізму фінансування інноваційного розвитку підприємств необхідно використовувати диверсифікований інструментарій державної підтримки, який повинен ураховувати досвід як вітчизняних, так і зарубіжних підприємств.

Отже, для підприємств, які тільки розпочинають або відроджують інноваційну діяльність, повинна бути впроваджена система заходів різнобічної підтримки, а саме:

- встановлення податкових знижок;
- надання пільгових кредитів;
- використання прискорених методів амортизації обладнання;
- упровадження системи державних гарантій та страхування інноваційної діяльності.



Державна політика забезпечення інноваційного процесу має бути спрямованою на формування необхідного обсягу інвестиційних ресурсів, їх цільове використання, створення умов для порівняно невисокої капіталомісткості інноваційного прориву.

Наук. керівн. Полінкевич О. М.

Література: 1. Семенов І. П. Розвиток інноваційної діяльності на підприємствах України / І. П. Семенов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 3 (81). – С. 102–108. 2. Бажал Ю. М. Знаннєва економіка: теорія і державна підтримка / Ю. М. Бажал // Економіка і прогнозування. – 2003. – № 3. – С. 71–86. 3. Давідов М. В. Шляхи організаційно-фінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України / М. В. Давідов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4 (82). – С. 130–134. 4. Марцин В. С. Іноземне інвестування в Економіку України та його регіональна характеристика (на прикладі Львівської області) / В. С. Марцин // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 9. – С. 84–93.

Бачинська О. В.

УДК 368:330.32

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Проаналізовано сучасний стан інвестиційної діяльності страхових підприємств, виявлено причини, що заважають використанню потенційних інвестиційних можливостей. Запропоновано шляхи вирішення проблем та формування передумов активізації інвестиційної діяльності страхових підприємств України.

Анотация. Проанализировано современное состояние инвестиционной деятельности страховых предприятий, выявлены причины, мешающие использованию потенциальных инвестиционных возможностей. Предложены пути решения проблем и формирования предпосылок активизации инвестиционной деятельности страховых предприятий Украины.

Annotation. The current condition of investment of insurance companies, the reasons that prevent to use potential investment opportunities are analyzed. The ways of solving problems and the forming conditions to stimulate investment of insurance enterprises in Ukraine are offered.

Ключові слова: інвестиційна діяльність, страховий ринок, стратегія інвестування.

В умовах ринкової економіки страхування є важливим чинником розгортання інвестиційної діяльності. З одного боку, страхові підприємства здійснюють захист економічних інтересів інвесторів від імовірних інвестиційних ризиків і тим самим стимулюють інвестиційну діяльність. З іншого – об'єктивною основою перетворення страхового підприємства в потужного інвестора є інверсія страхового циклу, у зв'язку з чим від моменту надходження платежів страхувальників на рахунки страховика до їх виплати у формі страхового відшкодування проходить визначений час.

Зростання інвестиційних ринків України значною мірою може бути забезпечено за рахунок ефективного використання страхових ресурсів вітчизняних страхових підприємств. На сьогодні цей напрям діяльності страхових підприємств в Україні залишається недостатньою мірою розвинутим і використаним. Однак у перспективі його реалізація здатна забезпечити піднесення національної економіки.

Дослідження страхового ринку проводяться такими вченими, як О. Слюсаренко, С. Осадець, О. Залетов та ін. Однак значенню інвестиційної діяльності страхових підприємств приділяється недостатня увага.

Метою статті є дослідження особливостей здійснення інвестиційної діяльності вітчизняних страхових компаній на сучасному етапі їх розвитку.

Як відомо, на українському ринку рентабельність страхової діяльності значно вища, а рівень виплат страховиків значно нижчий, ніж на заході. Тоді як європейські та американські страховики основний прибуток отримують у сфері управління активами. Для більшості вітчизняних підприємств інвестиційна діяльність носить допоміжний характер, а основні доходи страховики отримують безпосередньо від діяльності зі страхування. Страхові підприємства України мало займаються діяльністю з інвестування засобів страхових резервів. Сьогодні українські страховики або розміщують засоби на рахунках банків, або вкладають їх у боргові інструменти своїх клієнтів в обмін на можливість отримання страхових внесків. Тоді як інвестиційні доходи іноземних страховиків складають більше 70 % усіх доходів, що дозволяє забезпечити фінансову стійкість страхового підприємства навіть в умовах високих страхових ризиків [1].

© Бачинська О. В., 2010



Фінансові ресурси, які акумулюються у вигляді страхових резервів, слугують істотним джерелом інвестицій в економіку. У розвинутих країнах світу страхові компанії перевищують за обсягами інвестиційних вкладень загальноновизначених інституціональних інвесторів – банки та інвестиційні фонди [2].

Не менш важливе значення має інвестиційна діяльність страхових підприємств і на макрорівні, виступаючи одним з головних факторів забезпечення ефективного функціонування страхових підприємств. По-перше, інвестиційна діяльність визначає можливість надання страхових послуг за рахунок формування достатніх обсягів страхових резервів. По-друге, добре організована інвестиційна діяльність забезпечує певною мірою якість страхових послуг і визначає ринкову позицію страховика. По-третє, інвестиційна діяльність впливає на основні характеристики страхового продукту, насамперед його вартість, і на фактичне виконання зобов'язань страховим підприємством, обумовлене строками страхових виплат. По-четверте, інвестування дає можливість власникам страхового підприємства розвивати свій бізнес і самостійно управляти ним [3].

Використанню потенційних інвестиційних можливостей українських страхових підприємств заважають об'єктивні та суб'єктивні причини. До об'єктивних належать низький рівень страхової культури населення та юридичних осіб, нерозвиненість вітчизняного фінансового ринку, недосконале законодавство щодо державного регулювання інвестиційної діяльності в частині розміщення страхових резервів, оподаткування, відсутність надійних інвестиційних інструментів і державних гарантій під інвестиції тощо. До суб'єктивних причин слід віднести невиважену політику управління активами з боку страхових підприємств, а також відсутність страхових продуктів з інвестиційними характеристиками [4].

Державне регулювання інвестиційної діяльності страхових підприємств як економічна категорія є стратегією і тактикою держави з урахуванням особливостей розвитку страхового ринку, що спрямовані на забезпечення необхідних умов для розміщення тимчасово вільних коштів страховиків з метою узгодження інтересів суб'єктів суспільних відносин і мінімізації ризиків [5].

Особливістю державного регулювання інвестиційної діяльності страхових підприємств є те, що засоби регулювання належать до фінансових методів. До них відносяться: політика формування технічних і математичних резервів страхових підприємств; розміщення страхових резервів; фінансовий контроль за інвестиційною діяльністю; система оподаткування доходів від інвестиційних операцій; фінансова підтримка інвестиційної діяльності.

Як інструменти фінансових методів державного регулювання інвестиційної діяльності страхових підприємств виступають: порядок формування страхових резервів; нормативи і напрями їхнього розміщення; ставки податку на прибуток від інвестиційної діяльності, пільги в оподаткуванні, податкові канікули, списання заборгованості за податками; надання фінансової підтримки, санкції за порушення податкового законодавства і нецільове використання коштів [5].

У міру зростання страхового ринку його учасники стають інституційними інвесторами для економіки й ринку цінних паперів, наслідуючи досвід пенсійних фондів. Страховим підприємствам, для яких регулятор ринку також визначає вкрай жорсткі пруденційні інвестиційні нормативи, загрожує успадкування проблем пенсійних фондів з дефіцитом інструментів для інвестування та низькою прибутковістю. Одним зі шляхів вирішення проблеми під час вибору окремих типів інвестиційних стратегій кваліфікованого управління портфелями вкладень страховиків є довірче управління. При цьому для інвестування страхових активів в іноземні цінні папери існують навіть більш жорсткі вимоги, ніж для інших професійних учасників фінансового ринку. Однак майбутнє, безумовно, пов'язане з освоєнням зовнішніх ринків [6].

На рівні менеджменту страхового підприємства необхідно вже зараз при виробленні інвестиційної стратегії оцінювати її щодо ступеня реалізованості з урахуванням джерел фінансування, наявності кадрового потенціалу, співпраці з іншими фінансовими структурами через створення фінансово-страхових альянсів. Також страховому підприємству потрібно навчитись оцінювати ступінь ризиковості інвестиційної стратегії, особливо ретельно зважувати рівні інвестиційних ризиків та шляхи їх відшкодування, а також розраховувати її ефективність через кількісні та якісні параметри.

Таким чином, необхідно підкреслити, що інвестиційна діяльність страхових підприємств визначається специфікою сфери діяльності. Вона тісно пов'язана зі страховими операціями і її роль необхідно розглядати в трьох аспектах. По-перше, ефективна інвестиційна діяльність забезпечує стійкі маркетингові позиції. По-друге, за рахунок інвестиційної діяльності поповнюються власні ресурси страхових підприємств, які спрямовуються на їхній розвиток. По-третє, інвестиційна діяльність визначає саму можливість надання страхових послуг за рахунок формування достатнього страхового фонду стосовно таких видів страхування, за якими запланована дохідність від інвестицій втрачується при розрахунку страхових тарифів.

Наук. керівн. Полінкевич О. М.

Література: 1. Як правильно оптимізувати портфель страхової компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://faxnews.donetsk.ua>. 2. Фурман В. М. Ризики в інвестиційній та фінансовій діяльності страховика / В. М. Фурман // Фінанси України. – 2008. – № 2. – С. 107–114. 3. Василенко А. Інвестиційна діяльність страхових компаній України: стратегія та пріоритети [Електронний ресурс] / А. Василенко, В. Тринчук. – Режим доступу : <http://forinsurer.com/public>. 4. Василенко А. Інвестиційна діяльність страхових компаній / А. Василенко // Держава та економіка. – 2004. – № 4. – С. 11–17. 5. Василенко А. Теоретичні основи державного регулювання інвестиційної діяльності страхових компаній / А. Василенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – № 8. – С. 44–51. 6. Сташкевич Ю. А. Типи інвестиційних стратегій страховиків / Ю. А. Сташкевич // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 3. – С. 83–86.

ПОДДЕРЖКА ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛЬСКИХ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ СО СТОРОНЫ ГОСУДАРСТВА И ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Аннотация. Рассмотрены состояние инновационно-инвестиционной деятельности польских предприятий и ее поддержка со стороны государства и Европейского Союза.

Анотація. Розглянуто стан інноваційно-інвестиційної діяльності польських підприємств та її підтримка з боку держави та Європейського Союзу.

Annotation. The condition of innovation and investment activities of Polish companies and its support from the state and the European Union are considered.

Ключевые слова: инвестиционно-инновационная деятельность, Польша, малые и средние предприятия, государство, Европейский союз.

В последние годы наступило ослабление динамики национального экономического роста, что было вызвано ухудшением экономической конъюнктуры как в США, так и еврозоне, а также глобальным финансовым кризисом (продолжающимся со второй половины 2007 г.). Несмотря на это, в Польше – единственной стране Европейского Союза (ЕС) – наблюдается в течение нескольких лет позитивный прирост валового внутреннего продукта (ВВП) (таблица).

Таблица

Динамика прироста валового внутреннего продукта в Польше в период 2004 – 2012 гг.*

Год	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Показатель темпа прироста ВВП, %	5,3	3,6	6,2	6,7	4,9	1,7	3,0	4,5	4,2

*Составлено на основе [1 – 4]

Несмотря на то, что в 2008 г. национальный продукт брутто (ВВП) вырос на 4,9 %, что ниже по сравнению с 2007 г., когда он составил 6,7 %, необходимо признать наличие положительного результата даже в том случае, что в последующие годы темпы его прироста были ниже: 1,7 % – в 2009 г. [1], и 3 % – в первом квартале 2010 г. [2].

Сектор малых и средних предприятий (МСП) в Польше с учетом его вклада в создание ВВП и генерирование рабочих мест является движущей силой национальной экономики. И хотя каждое МСП имеет обычно небольшой объем деятельности и малое влияние на окружение, в совокупности они играют существенную роль в формировании национальной экономики.

Благодаря большей гибкости МСП являются более открытыми на создание и использование инновационных технологических решений, поэтому их участие в создании национальной экономики постоянно растет. На дальнейшее их развитие должны повлиять факторы, катализирующие возникновение и функционирование новых инновационных предприятий, характеризующихся большим финансовым, кадровым потенциалом и ноу-хау. Таким катализатором их развития должны быть фонды ЕС. Благодаря рациональному использованию союзных средств национальный сектор МСП должен не только увеличиться количественно, но и значительно повысить свою конкурентоспособность на общем рынке ЕС. Ключом к этому успеху является повышение производительности МСП, а также систематическое преодоление их технологической отсталости. К сожалению, в Польше процент инновационных объектов в три раза ниже, нежели в ведущих странах ЕС. Технологический прогресс польских предприятий перед вхождением в ЕС в большинстве случаев касался обновления машинного парка, что значительно отличается от среднесоюзного. В то же время удельный вес средств, предназначенных на исследовательские работы (B+R), составляет около 10 %, хотя именно этот компонент является наиболее важным, но до сих пор недооцененным источником инновации [5]. К барьерам, тормозящим развитием МСП, как отмечается в работе [6], ча-

ще всего относятся слишком высокие налоги и иные сборы, предусмотренные законом, и конкуренция других малых предприятий (в группе средних предприятий данный фактор был отнесен на первое место среди всех барьеров, а в группе малых предприятий – занял второе место).

О роли и месте МСП в экономике Польши свидетельствуют следующие данные. В Польше, по данным, приведенным в [6, с. 27], в настоящее время проживает около 38 млн человек, из них количество работающих:

на предприятиях составляет 8,9 млн чел. (100 %),
из них на предприятиях сектора МСП – 6,2 млн. чел. (около 70 %).

Стоимость валового внутреннего продукта (ВВП) Польши в 2008 г. составила 1,271,7 млрд злотых, а вклад отдельных групп предприятий в структуре ВВП Польши в 2007 г. согласно данным, приведенным в [6, с. 26], составил:

43 % – микропредприятия;
10 % – малые предприятия (без микро);
14 % – средние предприятия;
33 % – крупные предприятия.

Количество активных МСП в Польше в 2007 г. составляло 1,8 млн фирм, в том числе:
микропредприятий – свыше 1,7 млн;
малых (без микро) – свыше 45 тыс.;
средних – около 15,5 тыс.

Как видим из приведенных выше данных, в 2007 г. в Польше фирмы сектора МСП решительно количественно доминировали, а именно:

малые предприятия (в том числе микропредприятия) составляли около 99 % предприятий, зарегистрированных в REGON¹,
средние – около 1 %;
крупные – менее чем 1 %.

Анализ финансовых результатов МСП, результаты которого приведены в [6], показал, что: количество анкетированных фирм, которые показали прибыль, ниже, чем в предыдущие годы; большое количество средних фирм показали убытки; лучше всего обстоят дела у микро- и малых фирм.

Такие успехи можно пояснить той помощью, которую оказывает государство и Европейский Союз для развития предпринимательства и инновационности польских предприятий.

2 октября 2007 г. Польша подписала решение Европейской Комиссии по реализации Программы инновационной экономики, а 30 октября 2007 г. Совет Министров Польши принял Постановление по принятию Операционной программы инновационной экономики (PO IG), которая направлена прежде всего на предприятия, стремящиеся реализовывать инновационные проекты, связанные с исследованием и развитием, современными технологиями, инвестициями, имеющими большое значение для экономики, или же внедрением и применением информационных и коммуникационных технологий.

В заключение следует отметить, что вхождение Польши в ЕС, а также ее государственная политика, направленная на поддержку инвестиционно-инновационной деятельности малых и средних предприятий, позволили не только выдержать негативное воздействие мирового финансово-экономического кризиса, но и показать значительные успехи в экономическом развитии страны.

Литература: 1. Wysoki wzrost PKB w 2009 to efekt eksportu netto, konsumpcji i małego spadku inwestycji [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.wirtualnemedi.pl/artykul/wysoki-wzrost-pkb-w-2009-to-efekt-eksportu-netto-konsumpcji-i-male-go-spadku-inwestycji> [28.01.2010]. 2. GUS: Polski PKB wzrósł w I kwartale 2010 roku o 3 proc. w ujęciu rocznym [Electronic resource]. – Access mode : http://forsal.pl/artykuly/425179.gus_polski_pkb_wzros_l_w_i_kwartale_2010_roku_o_3_proc_w_ujeciu_rocznym.html [05.08.2010]/ 3. Borowski J. Jak kryzys finansowy i fiskalny wpłynął na perspektywę polskiego członkostwa w strefie euro? Borowski J. // Wiosenna Szkoła Leszka Balcerowicza. – Forum Obywatelskiego Rozwoju, Warszawa, 23 maja 2009 r. [Electronic resource]. – Access mode : http://www.for.org.pl/upload/File/WSLB_2010/J.-Borowski_Kryzys%20finansowy%20i%20fiskalny%20a%20polskie%20czlonkostwo%20w%20strefie%20euro_-WSLB_2010.pdf/ 4. Fundusze unijne znacznie poprawiają PKB Polski [Electronic resource]. – Access mode : http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/27028.fundusze_unijne_znacznie_poprawiaja_pkb_polski.html [12.10.2010]. 5. Jędrzejewski D. Kluczowe dotacje inwestycyjne dla przedsiębiorstw w 2010 roku. MCG SA [Electronic resource] / D. Jędrzejewski. – Access mode : <http://mojafirma.infor.pl/firma-w-unii/119165.Kluczowe-dotacje-inwestycyjne-dla-przedsiębiorstw-w-2010-roku.html> [28.05.2010]. 6. Sytuacja MSP w drugiej połowie 2009 roku. Oczekiwania dotyczące bieżącego półrocza (wstępne wyniki badania ankietowego), Warszawa, luty 2010 [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.mg.gov.pl/files/upload/9730/ankiety.pdf>.

¹ REGON (аббревиатура от Регистр Национальной Экономики) – это Национальный Государственный Реестр Субъектов Национальной Экономики, статистический реестр, который ведется Председателем Главного Статистического Управления. Под понятием REGON-а понимается также девятицифровой статистический номер субъекта хозяйствования в данном реестре



ОЦІНКА ЯКОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація. Запропоновано методику оцінювання якості функціонування системи управління в сфері малого підприємництва, яка спрямована на дослідження системи управління персоналом на основі використання ієрархічної адитивної моделі детермінованого типу.

Анотация. Предложена методика оценки качества функционирования системы управления в сфере малого предпринимательства, направленная на исследование системы управления персоналом на основе использования иерархической аддитивной модели детерминированного типа.

Annotation. The methods of evaluation quality of management in small business, that is aimed at research staff of management systems through the use of additive hierarchical model of deterministic type are offered in the article.

Ключові слова: система управління, оцінка якості, персонал, мале підприємство.

Підприємство, в тому числі й мале, завжди супроводжується науково-технічною, організаційною та комерційно-економічною творчістю. Тому воно відіграє особливу роль у національному господарстві країни [1; 2], є силою, яка прискорює рух економіки шляхом ефективності та постійного оновлення. Тому управління у сфері малого підприємництва має велике значення й потребує оцінювання якості його функціонування.

Мета дослідження полягає у розробці методики оцінювання якості систем управління малими підприємствами в умовах ринкової економіки. Вирішенню цього завдання присвячено роботи вчених [3 – 5].

Під якість функціонування системи управління персоналом малих підприємств (МП) розуміється відповідність сукупності властивостей елементів системи управління персоналом вимогам, що обумовлюють їхню придатність для досягнення цілей системи управління персоналом. Відсутність сучасної нормативної бази для оцінки якості функціонування системи управління персоналом за показниками припускає використання експертних оцінок. У методиці оцінка якості здійснюється експертом, що є особливістю експертної кваліметрії.

Пропонована методика оцінки якості функціонування системи управління персоналом дозволяє досліджувати ефективність системи управління персоналом у двох аспектах.

Перший базується на тому, що система управління персоналом має ієрархічну модель функціонування; аналізуючи рівні моделі, оцінюється стан функціональних підсистем, розраховуються абсолютні значення показників ефективності системи управління персоналом МП.

Другий аспект спирається на те, що ефективність системи управління персоналом виражається в тому, наскільки весь персонал МП близький до реалізації поставлених перед ним підприємцем цілей.

При оцінці якості функціонування системи управління персоналом на основі ієрархічної моделі на першому етапі розробляється структура ієрархічної моделі функціонування системи управління персоналом, що ґрунтується на таких принципах:

- 1) обумовленість ознаки, закладеної в основу класифікації, метою, з якою розробляється оцінка;
- 2) задоволення вимог необхідності і достатності кількості показників, що характеризують якість функціонування системи управління персоналом;
- 3) повнота і комплексність відображення всіх підсистем, що складають систему управління персоналом;
- 4) динамічність, що передбачає вдосконалення ієрархічної моделі при зміні умов у процесі роботи підприємств;
- 5) системність, що проявляється в досягненні цілей (ієрархічна система цілей) з урахуванням взаємозв'язків між показниками моделі, її рівнями, що передбачає забезпечення необхідного рівня якості роботи служби персоналу на різних стадіях життєвого циклу підприємства;
- 6) оптимальність, що полягає в тому, що ієрархічна модель функціонування системи управління персоналом у цілому повинна забезпечуватися заданою кількістю показників;
- 7) спадкоємність, що передбачає подальше використання досвіду створення й удосконалення сформованої системи управління персоналом.

Пропонована модель функціонування системи управління є адитивною моделлю детермінованого типу, до якої фактори входять у вигляді алгебраїчної суми.

Модель має чотири ієрархічних рівні: нульовий, перший, другий і третій. На нульовому рівні виділений комплексний показник, потім показники за об'єктом оцінки (перший рівень), що поділяються на показники за групою (другий рівень), і, далі, на часткові показники (третій рівень), з визначення яких починається оцінка якості функціонування системи управління персоналом на підприємстві.

Нульовий рівень моделі становить комплексний кваліметричний показник, що визначає якість функціонування системи управління персоналом. Для визначення якості функціонування сис-

теми управління персоналом перед керівництвом МП постають три важливих питання, пов'язані з: функціями, що виконує система управління персоналом щодо діяльності підприємства в цілому; організацією забезпечення системи управління персоналом; зв'язком функцій системи управління персоналом з управлінням підприємством.

Ці три питання визначають три галузі щодо першого рівня моделі. Таким чином, перший рівень ієрархічної моделі характеризується показниками залежно від рівня оцінки: підприємства в цілому, організації забезпечення системи управління персоналом, персоналу підприємства.

Галузь підприємства в цілому й персоналу підприємства на другому рівні підрозділяються на основні функціональні показники за групами: залучення персоналу, його закріплення, використання та розвиток. У свою чергу, третій рівень ієрархічної моделі становить часткові показники за конкретними підсистемами системи управління персоналом, які є об'єктами оцінки.

На другому етапі проводиться підбір експертів для оцінки якості функціонування системи управління персоналом. До складу експертної групи на МП повинні входити експерти, які ясно розуміють цілі і завдання проведення експертизи й відповідають таким вимогам: зацікавленість, компетентність, об'єктивність.

На п'ятому етапі оцінки функціонування системи управління персоналом експертами визначаються абсолютні значення показників ієрархічної моделі. Групові абсолютні експертні показники експерти оцінюють стан функціональних підсистем системи управління персоналом з різних точок зору за рівнями: підприємства, співробітника, сполучної галузі. Оцінка проводиться кожним експертом за десятибальною системою, потім розраховується аналогічно одержанню оцінок значущості з урахуванням коефіцієнтів компетенції кожного експерта. На шостому етапі оцінки функціонування системи управління персоналом експертами робляться висновки про результати оцінки найбільш значущих показників за рівнями моделі, якість функціонування системи управління персоналом у цілому. Відхилення експертних абсолютних значень показників вимагають оцінки на ступінь відповідності.

Шкала розроблена в результаті апробації методики на МП України. Системи управління персоналом, за якими групові абсолютні експертні значення показників оцінки за рівнями моделі знаходяться в проміжку від 0 до 5, практично відсутні на розглянутих підприємствах. Підсистеми, значення показників оцінки за якими були оцінені від 6 до 10, представлені на підприємствах на досить високому рівні.

Загальна схема оцінки якості функціонування системи управління персоналом має вигляд: побудова ієрархічної моделі показників; підбір експертів для оцінки якості функціонування системи управління персоналом; ознайомлення експертів з цілями і завданнями проведення оцінки, з ієрархічною моделлю показників; визначення значущості показників ієрархічної моделі для конкретного підприємства на стадії життєвого циклу, на якій знаходиться мале підприємство; визначення абсолютних значень показників ієрархічної моделі; визначення відхилення експертних абсолютних значень показників ієрархічної моделі за шкалою групових абсолютних експертних значень оцінки показників; аналіз результатів оцінки якості функціонування системи управління персоналом.

Література: 1. Hickman, Craig R. Mind of a manager soul of a leader / Hickman, Craig R. – New York etc : Wiley, cop. 1990. – 245 p. 2. Шулуc А. Мелкие и средние предприятия в народном хозяйстве ФРГ / А. Шулуc // Российский экономический журнал. – 1996. – № 3. – С. 18–23. 3. Управление персоналом в условиях социальной рыночной экономики / под ред. Р. Марра, Г. Шмидта. – М. : Изд. МГУ, 1997. – 468 с. 4. Биллсбери Дж. Как подобрать и сохранить нужный персонал / Дж Биллсбери ; пер. с англ. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2002. – 256 с. 5. Малий бізнес України. Підприємці здатні відродити Україну / Н. Д. Кожевіна, З. С. Варналій та ін. – К. : Асоціація сприяння розвитку приватного підприємництва в Україні «Сднання», 1996. – 144 с.

УДК 330.322.2:[338.45:665.7](477)

Дронова А. Ю.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО РИНКУ НАФТОПРОДУКТІВ УКРАЇНИ

Анотація. Розглянуто сучасний стан ринку нафтопродуктів України. Окреслено основні напрямки інвестування в розвиток ринку нафтопродуктів України, одним з яких є розширення сфер впливу операторів ринку, з метою збільшення обсягів реалізації продукції нафтопереробки.

Аннотация. Рассмотрено современное состояние рынка нефтепродуктов Украины. Очерчены основные направления инвестирования в развитие рынка нефтепродуктов Украины, одним

© Дронова А. Ю., 2010



из которых является расширение сфер влияния операторов рынка, с целью увеличения объемов реализации продукции нефтепереработки.

Annotation. The current status of the oil market of Ukraine is considered. The basic directions of investment for development of the oil market of Ukraine, one of which is expansion of the influence of market operators, in order to increase sales of oil are defined.

Ключові слова: інвестиції, ринок нафтопродуктів, модернізація, розвиток.

У сучасних умовах ефективний розвиток ринку нафтопродуктів обумовлений не тільки структурними змінами, рівнем науково-технічного прогресу, технологією виробництва на підприємствах нафтогазового комплексу, але й рівнем відповідності торговельної структури до попиту, який склався на продукцію нафтопереробки. У зв'язку з цим виникає необхідність у розширенні існуючих торговельних потужностей операторів ринку нафтопродуктів України за допомогою придбання АЗС, злиття, поглинання, кооперації. Це вимагає від підприємств великих інвестицій.

Мета даної статті – проаналізувати сучасний стан ринку нафтопродуктів України; розкрити основні напрями інвестування в розвиток підприємств на ринку нафтопродуктів України.

Потреба в інвестиціях у нафтогазовому комплексі України зумовлена тим, що галузь, більшість основних засобів якої вимагають докорінної модернізації, на даному етапі продовжує залишатися однією з основних бюджетоутворюючих країни. Залучення інвестицій необхідне для здійснення таких основних завдань:

- пошук, розвідка й подальша промислова розробка родовищ вуглеводневої сировини;
- розширення існуючих газо- і нафтотранспортних систем;
- модернізація потужностей і розширення комплексів для зберігання й транспортування газу, нафти і нафтопродуктів;
- модернізація і будівництво нових потужностей з переробки нафти, газу та газового конденсату;
- розширення мереж з продажу продукції нафтогазового комплексу;
- участь у міжнародних проектах з розвідки й видобутку нафти і природного газу [1, с. 51].

Інвестиційні потоки в розвиток ринку нафтопродуктів України необхідно розподілити на 3 основні блоки залежно від об'єкта інвестування:

1. Інвестиції в нафтовидобувну промисловість.
2. Інвестиції в нафтопереробну промисловість
3. Інвестиції в нафтотранспорт.
4. Інвестиції в підприємства оптової та роздрібною реалізації нафти і нафтопродуктів.

Роздрібний ринок нафтопродуктів є висококонкурентним, який складається з українських та закордонних компаній. Крупних українських гравців на роздрібному ринку нафтопродуктів представляють ВАТ «Укрнафта», ВАТ «Концерн Галнафтогаз», ТОВ «Континіум-Укрресурс», «Нафтогаз-Екойл». Закордонних гравців представляють переважно російські компанії: ТНК-ВР, Лукойл, Альянс. Роздрібний ринок нафтопродуктів України характеризується діяльністю обмеженого кола підприємств – власників АЗС.

Одним із пріоритетних напрямів інвестування на роздрібному ринку нафтопродуктів України є розширення мереж АЗС.

На відміну від нелегких і дорогих заходів щодо модернізації нафтопереробних виробництв, розвиток роздрібних мереж продажу нафтопродуктів в Україні став центральним місцем докладання зусиль і нових, і вже традиційних учасників цього ринку. Збільшення тут відбулося не менш значне, аніж зростання поставок нафти. Швидше за все, основним результатом цієї боротьби стало фактичне закінчення формування вітчизняного роздрібною ринку [2].

Швидкому формуванню основних мереж АЗС сприяло, насамперед, припинення власниками заводів практики оптових продажів нафтопродуктів із НПЗ і перехід до виборчої моделі, що передбачає особливу цінову політику стосовно дружніх та інших компаній на ринку і можливість відв'язання як таку.

Основним результатом розвитку українського ринку нафтопродуктів стало посилення власників НПЗ, головним чином, на роздрібному ринку. Цей сегмент поглинув ті обсяги, які раніше переважно доходили до нього з допомогою трейдерських структур, що досягли дуже сильного впливу на НПЗ [2].

Кожного року відбувається перерозподіл сфер впливу над АЗС, це, як правило, відбувається шляхом їх купівлі. Нафтові гіганти поглинають більш менші мережі й таким чином відбувається монополізація ринку. Основні операції з купівлі АЗС подані в таблиці [3].

Таблиця

Найбільші за обсягом угоди з купівлі АЗС в Україні у 2007 – 2010 рр.

Рік	Покупець	Продавець	Кількість АЗС	Сума угоди, дол. США
2007	Shell	«Альянс»	150	не розголошується
2007	WOG	«Екойл»	15	не розголошується
2008	«Приват»	АНР	498	450 – 690 млн дол. США
2008	ТНК-ВР	«Золотий Гепард»	36	150 млн дол США
2009	ТНК-ВР	«Вік Ойл»	118	313 млн дол США
2010	WOG	«Калина»	65	100 млн

Найважливішою ланкою процесу інвестування на ринку нафтопродуктів України з метою розвитку торговельних потужностей (АЗС) є визначення ефективності інвестиційних проектів.

Розрахунок ефективності інвестицій у розвиток мереж АЗС розраховується за формулою, яка ілюструє ефективність інвестицій, у першу чергу, як в основний капітал [4, с. 6–7]:

$$Eф = \frac{\sum_{t=1}^T P_t (1 + E_n)^t}{\sum_{t=1}^T K_t (1 + E_n)^t},$$

де E_n – коефіцієнт ефективності інвестицій у розвиток мереж АЗС;
 P_t – прибуток від введення нових АЗС у t році;
 E_n – нормативний коефіцієнт для дисконтування;
 K_t – обсяг капітальних вкладень у будівництво або купівлю АЗС у t році;
 T – період розрахунку ефективності капітальних вкладень.

Таким чином, можна зробити такі висновки:

1. Жодна галузь економіки України і світу в цілому не можуть здійснювати свою діяльність без використання нафти та продуктів її переробки. У зв'язку з цим інвестування в розвиток ринку нафтопродуктів є стратегічним завданням будь-якої держави для забезпечення сталого економічного розвитку та захисту національної безпеки.

2. Хоча розвиток ринку нафтопродуктів України й вимагає великих обсягів інвестицій, як українських, так і закордонних, але в найближчі роки активного їх притоку не передбачається. Проблеми з інвестиційною привабливістю українського ринку для закордонних інвесторів, у першу чергу, пов'язані з ризиками входження в країну, загальним кліматом у галузі та економіки України в цілому.

3. Загальною тенденцією розвитку українського ринку нафтопродуктів є посилення присутності безпосередньо власників НПЗ на роздрібному ринку пального України. Усе більше підприємств розширюють власну мережу АЗС на роздрібному ринку нафтопродуктів в Україні, поглинаючи більш слабких конкурентів.

4. Основною проблемою при розширенні мереж АЗС, шляхом купівлі або будівництва нової, є великі обсяги інвестицій. У зв'язку з цим, при здійсненні таких капіталовкладень необхідно оцінити ефективність даного проекту за допомогою коефіцієнта ефективності інвестицій у розвиток мереж АЗС.

Література: 1. Украина. Повторный доклад по инвестиционному климату и структуре рынка в энергетическом секторе // Секретариат Энергетической Хартии. – 2006. – 60 с. 2. Куюн С. Нафторинок -2002: Усе лише розпочинається [Електронний ресурс] / Куюн С. // Дзеркало тижня. – 2003. – № 134 (438). – Режим доступу : <http://www.dt.ua/2000/2229/38171/>. 3. «Калина» позеленевшая // Нефтерынок. – 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.nefterynok.info/. 4. Бурлака В. Г. Инвестиційні проблеми нафтопереробної промисловості України : автореф. дис. канд. екон. наук: 08.07.10 / В. Г. Бурлака ; Інститут економіки НАН України. — К., 2000. — 19 с.

УДК 339.727.22

Зелінський Р. Л.

ПРОБЛЕМИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ

Анотація. Проаналізовано основні проблеми, що пов'язані із залученням прямих іноземних інвестицій на вітчизняні підприємства. Запропоновано основні шляхи їх вирішення, наведено перелік ефективних інструментів економічної політики держави щодо залучення прямих іноземних інвестицій.

Аннотация. Проанализированы основные проблемы, связанные с привлечением прямых иностранных инвестиций на отечественные предприятия. Предложены основные пути их решения, приведен список эффективных инструментов экономической политики государства относительно привлечения прямых иностранных инвестиций.

© Зелінський Р. Л., 2010



Annotation. Basic problems related to involvement of direct foreign investments to domestic enterprises are analyzed. Basic ways of their decision are offered, and list of effective instruments of economic policy of the state concerning involvement of direct foreign investments is given.

Ключові слова: іноземні інвестиції, вітчизняні підприємства, інструменти економічної політики.

Україна є потенційно сприятливою державою для залучення іноземних інвестицій. Цьому сприяє, насамперед, величезний внутрішній ринок, велика кількість робочої сили, вигідне географічне розташування, наявність значних запасів природних ресурсів. Проте зараз в Україні спостерігається тенденція щодо зменшення кількості прямих іноземних інвестицій, що гальмує розвиток економіки України.

У даній статті визначено та проаналізовано основні проблеми, що пов'язані із залученням іноземних інвестицій та надано основні шляхи їх подолання.

Проблемою залучення прямих іноземних інвестицій на вітчизняні підприємства в даний час займається величезна кількість провідних економістів, серед яких Іваноньків О. О., Марцин В. С., Карпенко Г. В., Бутняров А. І., Гладка У. Б. [1 – 5] та ін. Своїми працями вони зробили значний внесок у вирішенні цієї проблеми.

В Україні існують проблеми, пов'язані із залученням прямих іноземних інвестицій. Найголовнішою з них є інвестиційний клімат, який продовжує залишатися несприятливим через політичну та економічну нестабільність, недостатній рівень відповідальності органів влади, обмежений захист підприємницької діяльності, що змушує іноземних інвесторів здійснювати обережну політику у сфері інвестиційного співробітництва з Україною [1, с. 17].

В Україні діє велика кількість нормативно-правових актів, що регулюють процес залучення іноземних інвестицій на вітчизняні підприємства. До них відносяться закони України "Про інвестиційну діяльність" [6], "Про режим іноземного інвестування" [7], деякі укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України. Зокрема у Законі України "Про інвестиційну діяльність" визначаються загальні правові, економічні та соціальні умови інвестиційної діяльності на території України [6, ст. 1 – 3]. Спрямованість даного Закону полягає у забезпеченні рівного захисту прав, інтересів і майна суб'єктів інвестиційної діяльності незалежно від форм власності, а також в ефективному інвестуванні народного господарства України, розвитку міжнародного економічного співробітництва та інтеграції. У вищеперелічених нормативно-правових актах визначено об'єкти, суб'єкти інвестиційної діяльності, а також надано перелік основних прав й обов'язків даних суб'єктів, передбачено рівні права і гарантії захисту інвестицій [4, с. 29]. Проте, незважаючи на те, що в Україні діє велика кількість нормативно-правових актів, які спрямовані на регулювання відносин у сфері інвестиційної діяльності (в тому числі залучення іноземних інвестицій), чинне законодавство нашої держави загалом залишається ще недосконалим із цього питання.

Потрібно відмітити, що гальмуванню розвитку процесів залучення іноземних інвестицій сприяє нерозвиненість виробничої та соціальної інфраструктури, недостатнє інформаційне забезпечення, низький рівень відповідальності органів державної влади, яким, у свою чергу, необхідно приділяти велику увагу розвитку не лише господарського комплексу, але й розвитку соціального сектору.

Слід відзначити, що підприємства державної власності не можуть так швидко залучати іноземні інвестиції, як приватні. Проте повинні існувати певні державні гарантії щодо залучення іноземних інвестицій як на приватні, так і на державні підприємства. Інвестування повинно здійснюватися не тільки на міждержавному рівні, а й всередині країни. Державні органи влади і приватні підприємці зі свого боку також мають значну увагу приділяти інвестуванню вітчизняних підприємств.

На стримування процесу залучення іноземних інвестицій впливає також складність податкової системи та суттєве податкове навантаження. Вирішення цієї проблеми вимагає проведення податкової реформи, завдяки якій, разом із прийняттям Податкового кодексу України, можна вивільнити значні резерви підприємств для інвестування.

Для того щоб створити сприятливі умови для іноземних інвесторів, необхідно проводити виважену державну політику, яка, насамперед, проявляється у бездоганному виконанні державою своїх функцій, що пов'язані з інвестиціями, а саме:

формування та запровадження інвестиційної політики, яка є частиною економічної політики держави;

визначення обсягів, структури та напрямку вкладення інвестицій;

вплив на зростання основного капіталу та його відновлення на основі досягнень науки і техніки;

регулювання кількості вільних грошей, що можуть бути використані для кредитування інвестицій через банківську систему.

До важливої функції держави також потрібно віднести систему соціальних бюджетних програм, оскільки вони мають вплив на структуру попиту. Ураховуючи те, що соціальні виплати з бюджету отримують люди, які витрачають їх на ринку споживчих товарів і послуг, це стимулює як саме виробництво, так і процес залучення інвестицій [2, с. 77].

Держава повинна розробити стратегію розвитку всієї української економіки з визначенням першочергових пріоритетів (АПК, ПЕК, машинобудування, економічна та оборонна безпека) із відповідним поєднанням державного і ринкового регулювання з метою збільшення кількості робочих місць [5, с. 52].

У зв'язку з цим, в Україні необхідно провести ряд ринкових реформ, що забезпечать покращення інвестиційного клімату й приплив інвестицій у реальну економіку. До цих реформ слід віднести [4, с. 31]:

- створення ефективної системи захисту прав споживачів;
- зміцнення корпоративного управління;
- посилення дисципліни виконання договорів (контрактів);
- розвиток банківської системи й інститутів фінансового ринку;
- реорганізація природних монополій;
- проведення земельної реформи.

Необхідно також зазначити, що в Україні здійснюються порівняно нові способи залучення іноземних інвестицій. Серед них на особливу увагу заслуговує IPO (Initial Public Offering), що становить собою первинне розміщення акцій. По суті, це вихід в обіг на ринок нових цінних паперів, які не були доступними інвесторам раніше, наприклад, поява на біржі акцій корпорації, що до цього існувала у формі ЗАТ [3, с. 89]. Саме розвитку і вдосконаленню даного способу залучення іноземних інвестицій потрібно відвести головну роль.

Потрібно відмітити, що для того, щоб зацікавити іноземних інвесторів і тим самим притягнути іноземні інвестиції в Україну, потрібно створювати законодавчі гарантії для інвесторів, страхувати інвестиції від некомерційних ризиків, забезпечувати надійне, доступне й оперативне організаційно й інформаційно-методичне забезпечення. Також необхідно створити більш досконалу систему фінансової звітності, вивести капітали з тіньового сектора, оскільки державному регулюванню піддаються лише легальні інвестиційні потоки.

Також велика кількість видатних вітчизняних економістів [1 – 5] стверджує, що для того, щоб більшою мірою залучати іноземні інвестиції в Україну, потрібно створити Агентство із залучення прямих іноземних інвестицій, яке буде займатися виключно регулюванням іноземних інвестицій, визначенням пріоритетних напрямків інвестування. Проте для створення даного Агентства необхідна велика кількість коштів, якою Україна, на жаль, не володіє.

У даному дослідженні розглянуто та проаналізовано проблеми, що пов'язані із залученням іноземних інвестицій на вітчизняні підприємства, та надано основні шляхи їх вирішення, наведено перелік ефективних інструментів економічної політики держави щодо залучення прямих іноземних інвестицій. Подолання вищезазначених проблем, пов'язаних із інвестиційною діяльністю, значно підвищить швидкість залучення інвестицій в національну економіку.

Наук. керівн. Добринь С. В.

Література: 1. Іваноньків О. О. Політика держави щодо інвестиційної діяльності в Україні та перспективи прямого іноземного інвестування / О. О. Іваноньків // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 11. 2. Марцин В. С. Значення іноземного інвестування для інтегрування України в світовий економічний простір в умовах глобалізації / В. С. Марцин // Регіональна економіка. – 2009. – № 1. 3. Карпенко Г. В. Проблеми та перспективи залучення інвестиційного капіталу українськими підприємствами на світових фондових ринках шляхом IPO / Г. В. Карпенко // Фінанси України. – 2008. – № 10. 4. Бутняров А. І. Сприятливий інвестиційний клімат країни – запорука залучення іноземних інвестицій / А. І. Бутняров // Ринок цінних паперів в Україні. – 2008. – № 3–4. 5. Гладка У. Б. Інвестиційна діяльність та її державне регулювання / У. Б. Гладка // Регіональна економіка. – 2009. – № 2. 6. Закон України "Про інвестиційну діяльність" № 1560-XII від 18.09.91 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 7. Закон України "Про режим іноземного інвестування" № 93/96-ВР від 19.03.96 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

УДК 658.58

Ларіна К. В.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Висвітлено сучасний стан промислових підприємств щодо потенціалу виробництва високотехнологічної продукції та визначено подальші перспективи розвитку підприємств шляхом технічного переозброєння виробництва та техніко-технологічних інновацій.

Аннотация. Освещается современное состояние промышленных предприятий относительно потенциала производства высокотехнологической продукции и определяются будущие перспективы развития предприятий путём технического перевооружения производства и технико-технологических инноваций.

© Ларіна К. В., 2010



Annotation. The article deals with the current situation of industrial capacity to produce relatively high-tech products is highlighted and future prospects for the development of enterprises based on technical reequipment of production and technical and technological innovations.

Ключові слова: розвиток підприємств, високі технології, переозброєння, інновації, перспективи.

Науково-технологічний розвиток України залишається вкрай нерівномірним. З високим рівнем досягнень в одних сферах співіснують проблемні зони технологічного відставання, розміри якого набувають деструктивних масштабів. Ці диспропорції розвитку регулярно фіксуються вітчизняними і світовими рейтингами конкурентоспроможності та інноваційної готовності. Перспективи розвитку науково-технологічного потенціалу України пов'язані, з одного боку, з усуненням існуючих диспропорцій, а з іншого – із системним характером дій щодо всього спектру суспільно-економічних відносин, авангардом яких є наукова діяльність і технологічний розвиток [1].

Питанням науково-технологічного та інноваційного розвитку України присвячено багато наукових праць. Метою роботи є висвітлення сучасного стану промислових підприємств і визначення подальших перспектив виробництва високотехнологічної продукції.

У 2009 році Державним комітетом статистики України було проведено спостереження юридичних осіб усіх організаційно-правових форм господарювання (7 639 підприємств) переробної промисловості з метою оцінки потенціалу впровадження і виробництва високотехнологічної продукції [2]. Результати показують, що майже 45 % підприємств застосовують технології, вік яких складає до 10 років, 37 % – 11 – 30 років.

Більшість підприємств, які застосовують технологічні процеси, середній вік яких не перевищує 5 років (23,9 %), працюють у сфері виробництва харчових продуктів та напоїв. З найстарішими технологіями працюють підприємства, виробництва яких належать до третього та четвертого технологічних укладів (виробництво коксу, продуктів нафтоперероблення, іншої неметалевої мінеральної продукції, металургійні підприємства).

У період 2005 – 2007 рр. 46,9 % загальної кількості підприємств впроваджували машини та обладнання для власних технологічних процесів, від 36 до 78 % з них поновлювали власні виробничі потужності. Лише 9,7 % підприємств повідомили про наявність в їх виробництві щонайменше однієї з передових промислових технологій (ППТ). Найпоширенішими передовими технологіями, що застосовуються вітчизняними виробниками, є: автоматизовані проектування та конструювання (31,8 % від загальної кількості), локальна мережа для проектування та виробництва (29,4 %), технології виробництва продукції кінцевої форми (24,9 %), гнучкі виробничі системи (19,5 %), комп'ютери, що використовуються для контролю в цеху (18,9 %), та програмовані логічні контролери (17 %).

Більшість підприємств використовують лише одну технологію з вказаного переліку (26 найменувань). Частка підприємств, які одночасно використовують три і більше ППТ, становлять лише 3,5 % (або 270 підприємств), з яких лише десять – понад 10 технологій.

Для порівняння: в результаті опитування у США в 1993 році було встановлено, що 75 % респондентів (компаній із чисельністю понад 20 осіб) мали щонайменше одну з 17 технологій аналогічного переліку. Подібне дослідження проводилось і в Канаді. Так, у 1998 р. 76 % із 3 702 промислових підприємств застосовували щонайменше одну з 26 технологій, 46 % опитаних мали в активах щонайменше 5 технологій [3].

31,5 % підприємств повідомили, яким методам впровадження передових промислових технологій віддається перевага. За результатами 52 % з них відзначили купівлю готового обладнання, 25,6 % – удосконалення наявних технологій, 16,8 % – віддають перевагу розробці якісно нових технологій (як самостійно (10,6 %), так і спільно з іншими підприємствами чи організаціями (6,2 %)) та 5 % орієнтуються на придбання ліцензій. Більше половини опитаних віддають перевагу придбанню готового обладнання.

Серед основних факторів, що перешкоджають впровадженню передових технологій, 44 % опитаних відзначили обмеженість фінансування, 3,4 % – низькокваліфікований персонал, 4,9 % – неспроможність керівників різного рівня оцінити нові технології, 5,2 % – організаційні та правові проблеми, та 4,2 % – відсутність науково-технічної підтримки з боку інших організацій.

Із загальної кількості підприємств лише 4,5 % випускали високотехнологічну продукцію, обсяг чистої виручки від реалізації якої склав лише 2,6 % від загального обсягу реалізованої обстеженими підприємствами продукції. Експорт високотехнологічних товарів здійснювали 2,2 % підприємств.

Такі факти свідчать про існування у промисловості проблеми, яка полягає у невідповідності виробничого потенціалу підприємств завданням організації виробництва нової конкурентоспроможної продукції, високий технічний рівень і якість якої потребують високого техніко-технологічного рівня виробництва.

Підвищення техніко-технологічного рівня виробництва, під яким пропонується розуміти ступінь розвитку техніки, технології, організації та управління виробництвом, який є потенціалом підвищення соціально-економічної ефективності виробництва і техніко-економічного рівня продукції, можливо досягти шляхом реалізації заходів технічного переозброєння виробництва [4].

Технічне переозброєння виробництва – це форма інтенсифікації виробництва, яка передбачає реалізацію комплексу організаційно-технічних заходів, спрямованих на якісне оновлення активної частини основних виробничих фондів підприємства, підвищення техніко-економічного рівня виробництва з метою випуску високотехнологічної продукції і підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку [4]. Саме шляхом впровадження техніко-технологічних інновацій можливо модернізувати матеріально-технічну базу промислових підприємств з метою створення високотехнологічних виробництв.



Основними критеріями високотехнологічного підприємства, які повинні визначати пріоритети інвестиційно-інноваційної діяльності промислових підприємств, є такі:

- наявність у структурі виробництва великої частки високотехнологічної продукції, конкурентоспроможної на міжнародному ринку;
- висока додана вартість та висока продуктивність праці;
- випуск нових видів продукції та/чи нових виробничих процесів;
- використання значною мірою проміжної високотехнологічної продукції для виробництва кінцевої продукції (мають високу частку закупок високотехнологічних товарів для потреб власного виробництва);
- застосування високотехнологічних методів виробництва та високотехнологічних процесів;
- значна частка працівників технологоорієнтованих професій;
- здійснення значних капіталовкладень у внутрішні та зовнішні дослідження і розробки, а також на техніко-технологічне переозброєння [3].

У сучасних ринкових умовах промислові підприємства самостійно визначають напрямки свого техніко-технологічного розвитку та масштаби цих перетворень. Під масштабом технічного переозброєння виробництва пропонується розуміти розмір змін у техніці і технології виробництва, структурі випуску продукції підприємства, необхідність у яких виникає у зв'язку зі змінами масштабів діяльності під впливом факторів зовнішнього середовища.

Слід відзначити, що розвиток технології в системі розвитку виробництва промислового підприємства має постійний і довгостроковий вплив на подальшу еволюцію системи більш високого рівня (підприємства та економіки в цілому), оскільки в основі будь-якої виробничої системи знаходяться обладнання й технологічні процеси, склад і структура яких формує техніко-технологічний рівень, від якого залежить розвиток підприємства. У той же час має місце зворотний зв'язок між змінами в масштабах діяльності підприємства в цілому під впливом факторів зовнішнього середовища і технологією виробництва, але він носить менш довгостроковий характер.

Тому перспективи розвитку високотехнологічних промислових підприємств залежатимуть як від інвестицій в техніко-технологічні інновації, так і від пошуку та виявлення ринкових можливостей щодо випуску нової високотехнологічної продукції, конкурентоспроможної на внутрішньому та зовнішньому ринках.

- Література:** 1. Семиноженко В. Про стан та перспективи розвитку Науково-технологічного потенціалу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/Monitor/December2009/12.htm>. 2. Обстеження потенціалу виробництва високотехнологічної промислової продукції за період 2005 – 2007 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2008/ibd/obstej.htm>. 3. Саліхова О. Високотехнологічна сфера економіки: полікритеріальний підхід до визначення та оцінки [Електронний ресурс] / О. Саліхова. – Режим доступу : http://uiis.com.ua/conf_58/. 4. Тімонін О. М. Технічне переозброєння підприємства на основі концепції маркетингу : монографія / О. М. Тімонін, К. В. Ларіна. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2008. – 256 с.

УДК 330.341

Коюда П. М.

Шейко І. А.

ВПЛИВ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА РІВЕНЬ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ТА ОБСЯГ ІННОВАЦІЙНИХ ВИТРАТ В УКРАЇНІ

Анотація. У результаті побудови багатофакторної моделі виявлено основні фактори, що сприяють або заважають підвищенню рівня інноваційної активності в Україні. Окремо було розглянуто основні фактори, що впливають на обсяг інноваційних витрат. Виявлено, що найвпливовішим фактором є обсяг реалізації продукції промисловості.

Аннотация. В результате построения многофакторной модели выявлены основные факторы, способствующие или мешающие повышению уровня инновационной активности в Украине. Отдельно были рассмотрены основные факторы, влияющие на объем инновационных затрат. Выявлено, что самым influential фактором является объем реализации продукции промышленности.

© Коюда П. М., Шейко І. А., 2010



Annotation. As a result of the construction of multivariable model the main factors that promote or hinder to increase level of innovation activity in Ukraine are identified. Key factors which influence on the amount of innovation costs are considered separately. It was revealed that the most influential factor is the sales of industrial products.

Ключові слова: інноваційна активність, інноваційні витрати, ВВП, індекс інфляції, безробіття.

Одним з найбільш важливих показників, що характеризують інноваційну сферу країни, є частка інноваційно-активних підприємств, тобто питома вага підприємств, що активно проводять інноваційну діяльність, до загального числа підприємств. Значення цього показника в Україні за період 1995 – 2009 рр. залишалося низьким, маючи тенденцію до зменшення. Тому особливо актуальними стають питання, від яких факторів та якою мірою залежить рівень інноваційної активності.

Основна мета статті – дослідити, які саме фактори впливають на рівень інноваційної активності та обсяг інноваційних витрат. Дані для аналізу взяті з офіційних сайтів Державного комітету статистики України, Асоціації українських банків [1; 2]. Розрахунки проводилися за допомогою програмної системи STATISTICA 6. Використовувався метод дослідження, такий, як багатофакторний регресійний аналіз.

Для аналізу, які саме фактори макросередовища впливають на рівень інноваційної активності в Україні, авторами був проведений багатофакторний регресійний аналіз за даними 1994 – 2009 рр. Як незалежна змінна виступав рівень інноваційної активності (у відсотках). Як фактори виступали вісім параметрів, а саме: x_1 – розмір валового внутрішнього продукту, млрд грн; x_2 – рівень безробіття в країні, %; x_3 – облікова ставка НБУ, %; x_4 – індекс інфляції; x_5 – обсяг інвестицій в основні фонди, млрд грн; x_6 – обсяг реалізації продукції промисловості, млрд грн; x_7 – прями іноземні інвестиції, млн дол. США; x_8 – загальна сума інноваційних витрат, млн грн; x_9 – обсяг фінансування науково-технічних розробок, млн грн.

У результаті розрахунків з моделі виключені фактори: x_3 , x_5 , x_7 , x_9 . Усі ці фактори виключені через наявність мультиколінеарності, тобто стійкого взаємозв'язку з іншими факторами, що призводить до розрахункових помилок.

Рівняння регресії для показника рівня інноваційної активності має такий вигляд:

$$Y = 12,0125 + 3 \cdot 10^{-4} \cdot x_1 + 0,587 \cdot x_2 + 0,041 \cdot x_4 - 5 \cdot 10^{-4} \cdot x_6 + 0,0014 \cdot x_8. \quad (1)$$

Коефіцієнт множинної регресії, скорегований з урахуванням довжини вибірки та кількості параметрів, становить 0,95, коефіцієнт детермінації R^2 – становить 0,92.

Точність рівняння регресії підтверджується графіком реальних та розрахункових рівнів інноваційної активності (рис. 1).

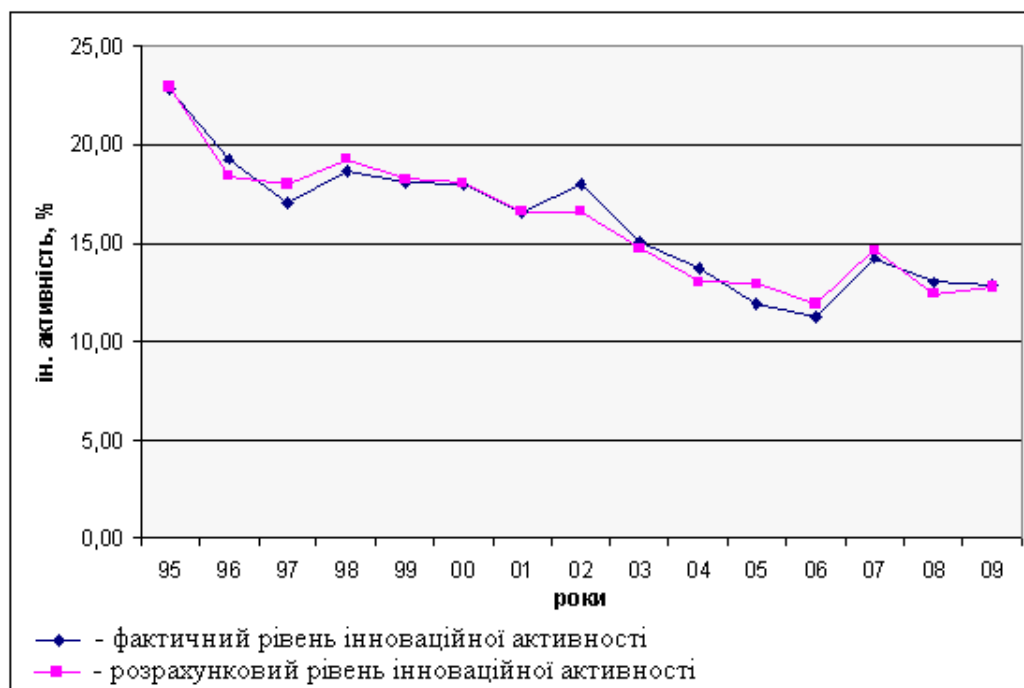


Рис. 1. Фактичний та розрахунковий рівні інноваційної активності

Якщо аналізувати отримане рівняння множинної регресії, то можна зробити ряд висновків. Якщо значення всіх факторів дорівнюватиме 0, то рівень інноваційної активності в Україні становитиме 12,0125 %. До того ж вільний член рівняння характеризує дію всіх змінних, що не ввійшли до моделі.

З усіх факторів, що ввійшли до моделі, тільки обсяг промислового виробництва зворотно пропорційний до рівня інноваційної активності. Це свідчить про те, що промислове виробництво нарощується завдяки виробництву традиційних товарів, тобто таких, що не пов'язані з інноваційною діяльністю. Якщо виробництво товарів промислового виробництва постійно зростає, підприємства не будуть шукати шляхи для виробництва нових товарів чи послуг, що негативно відображається на рівні інноваційної активності.

Для аналізу того, які фактори впливають на обсяг інноваційних витрат, була авторами побудована багатофакторна регресійна модель, де як результативна ознака виступає обсяг інноваційних витрат по Україні щорічно з 1995 по 2009 роки, а як фактори такі параметри: x_1 – обсяг реалізації продукції промисловості, млн грн; x_2 – фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, млн грн; x_3 – облікова ставка НБУ, %; x_4 – прямі іноземні інвестиції, млн дол. США.

Вибір факторів для моделі обумовлений тим, що основним джерелом фінансування інноваційної діяльності за аналізований період були власні кошти підприємств, тому фактори x_1 та x_2 , на думку авторів, повинні відігравати суттєву роль у динаміці обсягу інноваційних витрат по Україні. Щоб оцінити вплив кредитних ресурсів та іноземних інвестицій до факторів моделі також були включені облікова ставка НБУ й обсяг прямих іноземних інвестицій.

Результати аналізу виявили, що фактори x_1 та x_2 сильно корелюють між собою ($r_{x_1x_2} = 0,83$). Тому для запобігання мультиколінеарності в модель був включений лише один з

вищезазначених факторів, а саме – x_1 . Щодо показників x_3 та x_4 , то зв'язок між цими факторами й результатом дуже слабкий, про що свідчить значення показників окремої кореляції: $r_{yx_3} = 0,06$, $r_{yx_4} = 0,08$. Тому ці фактори з регресійної моделі були вилучені.

Остаточний вигляд регресійного рівняння для обсягу інноваційних витрат такий:

$$y = -253,096 + 0,013 \cdot x_1. \quad (2)$$

Коефіцієнт множинної регресії, скоректований з урахуванням довжини вибірки та кількості параметрів, становить 0,95. Коефіцієнт детермінації R^2 складає 0,94, що свідчить про те, що єдиний фактор пояснює 94 % зміни результативної ознаки.

На рис. 2 наведений графік реальних та розрахункових значень обсягу інноваційних витрат за аналізований період.

Аналізуючи результати моделювання, можна зробити висновок про достатній рівень адекватності моделі. Найбільша похибка розрахунків припадає на 2007 та 2009 роки. Проблема точності моделі може бути вирішена за допомогою продовження часу для аналізу.

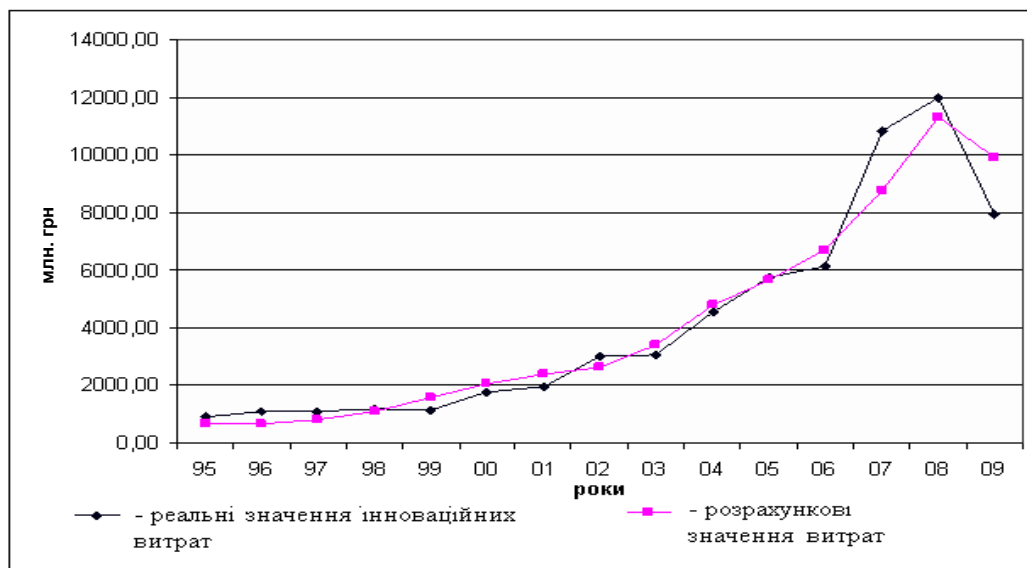


Рис. 2. Динаміка фактичного та розрахункового обсягів фінансування інноваційних витрат в Україні протягом 1995 – 2009 років



Таким чином, у результаті побудови багатофакторної моделі виявлені основні фактори, що сприяють або заважають підвищенню рівня інноваційної активності в Україні.

Окремо були розглянуті основні фактори, що впливають на обсяг інноваційних витрат. Виявлено, що найвпливовішим фактором є обсяг реалізації продукції промисловості.

Література: 1. Державний комітет статистики України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : \www/URL: http://www.ukrstat.gov.ua. 2. Асоціація українських банків. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу: \www/URL: http://aub.org.ua.

Плішка Т. П.

УДК 338.28

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Анотація. Присвячено проблемам інноваційної діяльності в умовах фінансової кризи. Досліджено основи та проведено аналіз інноваційної діяльності промислових підприємств України, запропоновано сприяння інноваційної діяльності.

Анотация. Посвящено проблемам инновационной деятельности в условиях финансового кризиса. Исследованы основы и проведен анализ инновационной деятельности промышленных предприятий Украины, предложено содействие инновационной деятельности.

Annotation. The article is devoted to the problems of innovation in financial crisis. Principles and innovation activities of industrial enterprises of Ukraine are studied and analyzed, it is offered to promote innovation.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, фінансова криза, модернізація економіки

Найважливішим засобом забезпечення прогресивних структурних зрушень в економіці є розвиток інноваційних процесів, який дозволить розв'язати проблеми світової економічної кризи у вигляді реструктуризації й модернізації економіки в цілому, у тому числі промислових підприємств.

Державне сприяння інноваційній активності промислових підприємств досліджували Власенко С. М., Войнаренко М. П., Гаман М. В., Жилияєв І. Б., Коваль Р. Г., Лукач Р. В., Мельник С. І., Падуча Б. М., Тур А. В., Яцків Я. С. та інші.

Проте, незважаючи на досягнення в цій сфері, недостатнім є висвітлення актуальних завдань розвитку інноваційних процесів в умовах світової економічної кризи, що і є завданням цієї статті.

В умовах фінансової кризи значно обмежуються можливості інноваційної діяльності, водночас якісне економічне відновлення та зростання в Україні можуть бути забезпечені тільки за допомогою інноваційних процесів, спроможних генерувати і реалізувати новітні технології та найсучасніші наукові знання.

Під інновацією розуміють введення для використання будь-якого нового або значно вдосконаленого продукту (товару або послуги) або процесу, нового методу маркетингу або нового організаційного методу в діяльності підприємства, організації робочих місць або зовнішніх зв'язків [1, с. 14]. Інноваційна продукція поділяється на нову для ринку та нову для підприємства. Інноваційно-активні підприємства – це підприємства, які витрачали кошти на інноваційну діяльність та які реалізували інноваційну продукцію протягом останніх трьох років [2, с. 655].

Згідно з рейтингом Всесвітнього економічного форуму, у 2009 році Україна серед 134 країн у сфері формування факторів інноваційного розвитку зайняла 52 місце, за оснащеністю сучасними технологіями – 65 місце, у сфері захисту прав інтелектуальної власності – 114 місце, що свідчить про неефективне використання власного інноваційного потенціалу, перетворення України в державу, що експортує сировинні ресурси з незначною часткою доданої вартості, та виникнення загрози економічній і національній безпеці [3, с. 30].

За 2004 – 2008 роки питома вага підприємств, що впроваджували інновації, коливалась з 8,2 % у 2005 році до 11,5 % у 2007 році та досягла 10,7 % у 2009 році [4, с. 26]. Освоєння інноваційних видів продукції коливалось з 2 408 найменувань у 2006 році до 3 978 найменувань у 2004 році та досягнуло 2685 найменувань у 2009 році. Упровадження нових технологічних процесів, коливалось з 1 145 процесів у 2006 році до 1 893 процесів в 2009 році, у тому числі маловідходних та ресурсозберігаючих – із 424 процесів у 2006 році до 753 процесів у 2009 році (табл. 1).

© Плішка Т. П., 2010

Таблиця 1

Інноваційна активність промислових підприємств України у 2004 – 2009 роках

Назва	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	10,0	8,2	10,0	11,5	10,8	10,7
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %	-	-	6,7	6,7	5,9	4,8
Освоєно інноваційні види продукції, найменувань	3 978	3 152	2 408	2 526	2 446	2 685
з них нові види техніки	769	657	786	881	758	641
Упроваджено нові технологічні процеси, процесів	1 727	1 808	1 145	1 419	1 647	1 893
у тому числі маловідходні, ресурсозберігаючі	645	690	424	634	680	753

Примітка: за даними Державного комітету статистики України

За 2004 – 2009 роки кількість використаних у виробничому процесі винаходів зменшилась з 4 122 до 2 161 винаходу, в той же час кількість використаних корисних моделей зросло з 574 до 3 780 моделей, промислових зразків – з 651 до 886 зразків.

Найбільше використовуються підприємствами винаходи, корисні моделі та промислові зразки у Харківській, Дніпропетровській, Запорізькій областях та м. Києві в науково-дослідних організаціях, підприємствах переробної промисловості, освітніх установах. Кількість підприємств і організацій України (юридичних осіб), що виконували роботи зі створення та використання об'єктів права інтелектуальної власності (винаходів, корисних моделей, промислових зразків і раціоналізаторських пропозицій) у 2009 році скоротилась порівняно з попереднім роком на 6,2 %. Особливо помітне зменшення відбулось у Дніпропетровській та Харківській областях (табл. 2).

Таблиця 2

Основні показники винахідницької та творчої діяльності в Україні у 2009 році (у відсотках до попереднього року)

Назва території	Кількість організацій, у яких виконувались роботи зі створення й використання об'єктів промислової власності та раціоналізаторських пропозицій	Чисельність винахідників та творців	Подано заявок на винаходи до Державного департаменту інтелектуальної власності України та патентних відомств іноземних держав	Отримано патентів України та іноземних держав на винаходи
Україна	93,8	83,3	76,7	91,4
АР Крим	129,2	112,4	19,2	125,0
Вінницька обл.	83,3	80,1	66,0	94,9
Волинська обл.	90,9	97,9	133,3	160,0
Дніпропетровська обл.	68,2	93,6	118,2	101,1
Донецька обл.	99,2	74,0	41,1	81,8
Житомирська обл.	100,0	111,0	242,9	126,7
Закарпатська обл.	175,0	86,4	168,0	100,0
Запорізька обл.	106,0	82,0	36,7	90,9
Івано-Франківська обл.	82,6	86,5	67,3	93,3
Київська обл.	111,5	75,8	146,7	96,7
Кіровоградська обл.	103,1	143,0	25,0	266,7
Луганська обл.	90,0	62,8	72,7	38,7
Львівська обл.	97,3	96,4	68,5	96,1
Миколаївська обл.	110,7	80,6	61,0	72,7
Одеська обл.	100,0	99,4	86,4	119,6
Полтавська обл.	92,1	83,6	20,8	44,4
Рівненська обл.	103,1	82,5	37,5	100,0
Сумська обл.	73,1	63,8	140,5	85,4
Тернопільська обл.	84,2	92,5	53,3	38,9
Харківська обл.	87,1	93,2	79,4	105,4
Херсонська обл.	105,7	81,6	33,3	175,0
Хмельницька обл.	87,5	90,9	300,0	66,7
Черкаська обл.	91,3	60,2	33,3	70,6
Чернівецька обл.	95,2	103,8	84,6	126,3
Чернігівська обл.	66,7	61,1	69,6	76,5
м. Київ обл.	101,6	78,0	73,3	80,6
м. Севастополь обл.	78,6	96,5	103,1	100,0

Примітка: за даними Державного комітету статистики України.



У 2009 році на кожне підприємство (юридичну особу або відокремлений підрозділ), яке займалось винахідництвом та раціоналізацією, припадало 19 творців (у 2008 році – 24 творця); в розрахунку на 10 тис. середньооблікової чисельності штатних працівників – 29 осіб (у попередньому році – 32 особи). Найвищою творчою активністю відзначилися працівники Харківської, Донецької, Запорізької, Дніпропетровської областей та м. Києва. Продовжується також робота щодо започаткування діяльності національних інноваційних кластерів [5, с. 264]. Основну частину винахідників і авторів промислових зразків складав інженерно-технічний персонал та науково-педагогічні працівники з повною вищою освітою – 94 %, у числі яких 28 % жінок. Середній вік винахідників і авторів промислових зразків становив 46,4 року, раціоналізаторів – 44,3 року.

В умовах фінансової кризи зростає важливість державної підтримки інноваційної діяльності, яке має такі складові: державне регулювання, що складається із законодавчих, структурних та функціональних інституцій, які встановлюють і забезпечують дотримання норм, правил, вимог в інноваційній сфері; державне сприяння науково-дослідній діяльності державних наукових центрів, академічних та галузевих інститутів, наукових підрозділів вищих навчальних закладів, науково-виробничих підприємств, наукових та конструкторських підрозділів підприємств та інших незалежно від форми власності, які проводять наукові дослідження та розробки, створюють нові наукові знання і технології, а також проводять підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації кадрів; державне сприяння розвитку інноваційної інфраструктури, що складається з виробничо-технологічної, фінансової, інформаційно-аналітичної та експертно-консалтингової складової, а також з технополісів, технологічних і наукових парків, інноваційних центрів, центрів трансферу технологій, бізнес-інкубаторів та інноваційних структур інших типів, інформаційних мереж науково-технічної інформації, експертно-консалтингових та інжинірингових фірм, інституційних державних і приватних інвесторів; державна підтримка виробництва, що складаються з організацій та підприємств, які виробляють інноваційну продукцію, надають послуги або є споживачами технологічних інновацій.

Література: 1. Гаман М. В. Державне регулювання інноваційного розвитку України : монографія / М. В. Гаман. – К. : Вид. НАДУ, 2005. – 388 с. 2. Економічна енциклопедія / ред. кол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Академія, 2000. – Т. 1. – 864 с. 3. Тур А. В. Формування і розвиток національної інноваційної системи – найбільш пріоритетний національний проект / А. В. Тур // Бюлетень «Інвестиції та інноваційний розвиток». – 2009. – № 4. – С. 25–31. 4. Про соціально-економічне становище України за 2009 рік. – К. : Державний комітет статистики України, 2010. – 100 с. 5. Войнаренко М. П. Формування інноваційно-інвестиційної політики регіонів України на засадах кластерних технологій / М. П. Войнаренко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2008. – № 3. – Т. 1. – С. 263–267.

Рижа Т. В.

УДК 37.014.543 (477)

ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Анотація. Розглянуто окремі питання застосування стратегічного підходу до управління навчальним закладом. Виокремлено основні передумови та принципи застосування стратегічного управління в діяльності ВНЗ. Визначено елементи та послідовність процесу стратегічного управління.

Анотация. Рассмотрены отдельные вопросы применения стратегического подхода к управлению учебным заведением. Отделены основные предпосылки и принципы применения стратегического управления в деятельности вуза. Определены элементы и последовательность процесса стратегического управления.

Annotation. Individual questions of application of the strategic approach to management of educational institution are considered. The basic preconditions and principles of application of strategic management in activity of the higher educational institutions are separated. The elements and sequence of process of strategic management are defined.

Ключові слова: вищий навчальний заклад, стратегічне управління, управлінська діяльність, принципи, етапи стратегічного управління, місяця.

Стратегічне управління – поняття, яке стає невід’ємною складовою функціонування будь-якої системи управлінської діяльності, сьогодні підлягає особливо ґрунтовному дослідженню як фактор

© Рижа Т. В., 2010

успішної діяльності підприємств у довгостроковій перспективі, досягнення намічених цілей та отримання прибутку. Але, як справедливо зазначають вітчизняні науковці, стратегічне управління останнім часом широко застосовується і в некомерційній сфері [1, с. 17; 2, с. 15]. Така тенденція зумовлена, насамперед, мінливістю зовнішнього середовища, яке чинить свій вплив на функціонування будь-яких суб'єктів господарювання. "Особенно ярко методы стратегического управления проявляют себя в тех областях, где требуются новые подходы, где изменения окружающей среды заставляют постоянно искать решения возникающих новых задач" [1, с. 17].

Це повною мірою стосується галузі освіти, яка наразі перебуває у процесі пошуку шляхів оптимізації фінансово-господарської діяльності.

Не лише вітчизняні, а й зарубіжні науковці підкреслюють необхідність застосування стратегічного підходу до управління сучасним навчальним закладом. Особливості стратегічного управління вищими навчальними закладами (ВНЗ), його складові елементи та інструментарій досліджувались у працях таких вчених, як Бєлий Є. М., Романова І. Б., Ю. Яблєцька, Князєв Є. А., Пузанков Д. В., Кутузов В. М., Рябов В. Ф., Мамонтов А. Н., Гончаренко М. Л., В. Сізов та ін. Разом з тим відмітимо особливу потребу у формуванні стратегій розвитку для вітчизняних освітніх закладів за сучасних умов функціонування, яка зумовлена загостренням негативних явищ у фінансово-господарській діяльності ВНЗ, пов'язаних з процесами в зовнішньому та внутрішньому середовищі, і визначає напрямки подальших досліджень.

Метою даної статті є дослідження основних засад стратегічного управління ВНЗ у забезпеченні їх економічного розвитку. У межах поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- узагальнити основні передумови застосування стратегічного управління в діяльності ВНЗ;
- визначити елементи та послідовність процесу стратегічного управління;
- сформулювати основні принципи стратегічного управління ВНЗ.

Аналіз наукових джерел [3 – 5] надав можливість виокремити основні передумови застосування стратегічного управління у фінансово-господарській діяльності державних вищих навчальних закладів. Це, насамперед, нестабільність та неоднорідність зовнішнього середовища, в якому функціонують ВНЗ; включення вищої освіти в ринкові відносини, що спричинило посилення конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг; необхідність залучення додаткових джерел фінансування та надання додаткових платних послуг за умов дефіциту фінансових ресурсів; надання освітнім закладам певної автономії у здійсненні фінансово-економічної діяльності з одночасним підвищенням відповідальності керівництва за результати діяльності ВНЗ.

Планування, аналіз, організаційна структура, контроль поряд з іншими складовими стратегічного управління стали важливою складовою діяльності освітніх закладів, необхідним фактором їх економічної стабільності та подальшого розвитку. Разом з цим, стратегічне управління у ВНЗ має специфічні особливості, зумовлені об'єктивними причинами, серед яких у першу чергу слід відмітити організацію системи управління освітою.

Управління вищою освітою в нашій країні відбувається на різних рівнях: загальнодержавному, регіональному, локальному через систему органів управління в галузі вищої освіти, яку, відповідно до чинного законодавства, складають органи виконавчої влади, органи громадського самоврядування та адміністрація навчальних закладів. Кожному рівню управління притаманні свої специфічні функції: якщо державні органи влади здійснюють загальне управління в галузі вищої освіти шляхом видання нормативно-правових актів з питань вищої освіти та забезпечення контролю за функціонуванням і фінансово-господарською діяльністю навчальних закладів відповідно до вимог законодавства про вищу освіту, то безпосереднє управління фінансово-господарською діяльністю здійснюється керівництвом ВНЗ. Саме перед навчальним закладом ставиться завдання та покладається відповідальність за подальший розвиток і забезпечення позитивних результатів діяльності, а, отже, розробку стратегії розвитку на довгостроковий період.

На думку автора, процес стратегічного управління ВНЗ слід розглядати як послідовну реалізацію шести етапів: визначення місії, розробка цілей, стратегічний аналіз (аналіз зовнішнього середовища, обстеження внутрішніх сильних і слабких сторін), вибір стратегії, реалізація і контроль за реалізацією, оцінка стратегії.

Першим кроком у процесі стратегічного управління є визначення місії як стратегічного інструменту, який визначає цілі діяльності підприємства чи організації. Навчальний заклад має самостійно визначитись зі своєю місією, розробити плани діяльності на довгострокову перспективу, визначивши при цьому стратегічні цілі, які будуть спрямовані на специфічні результати діяльності, притаманні саме цьому навчальному закладу, поклавши за основу виконання загальної мети освіти – всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, забезпечення національної економіки кваліфікованими фахівцями.

Процес стратегічного управління базується на загальних принципах, адаптованих до ВНЗ, та конкретних, що застосовуються виключно в діяльності вищих навчальних закладів.

Узагальнюючи наукові погляди щодо сутності принципів стратегічного управління [2; 6 – 10], застосуємо їх до умов функціонування вищих навчальних закладів і виділимо з них ті, які, на думку автора, є визначальними у процесі стратегічного розвитку ВНЗ. Це, насамперед, принципи науковості та компетентності, правової пріоритетності і законності, єдиновладдя, оптимального поєднання централізації і децентралізації в управлінні, гуманізації та орієнтації на якість освітніх послуг.

Особливе значення у стратегічному управлінні ВНЗ відіграють принцип цілеспрямованості, принцип системності, принцип урахування інтересів, принцип фінансово-економічної раціональності, принцип інформаційної достатності, принцип мотивування та стимулювання, принцип багатоваріантності стратегічних рішень.



Сьогодні є актуальним застосування принципів продуктивності та ефективності, які Князев Є. А. відзначає базовими для управління ВНЗ [11, с. 4]. Принцип продуктивності спрямований на отримання кращого результату за умови економного використання ресурсів. Принцип ефективності полягає в оптимальному виборі правильного варіанта з великої кількості можливих, які виникають у процесі життєдіяльності будь-якого навчального закладу. Це стосується матеріально-технічного забезпечення, оптимізації якісного та кількісного складу працівників, використання наявних площ, змін в організаційній структурі та ін.

Стратегічне управління є невід'ємною складовою та фактором економічного розвитку ВНЗ у довгостроковій перспективі.

Процес стратегічного управління ВНЗ слід розглядати як послідовну реалізацію шести етапів: визначення місії, розробка цілей, стратегічний аналіз (аналіз зовнішнього середовища, обстеження внутрішніх сильних і слабких сторін), вибір стратегії, реалізація і контроль за реалізацією, оцінка стратегії. Процес стратегічного управління базується на загальних принципах, адаптованих до ВНЗ, та конкретних, що застосовуються виключно в діяльності вищих навчальних закладів.

Література: 1. Гапоненко А. Л. Стратегическое управление : учебник / А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухин. – М. : Омега-Л, 2004. – 472 с. 2. Осовська Г. В. Стратегічний менеджмент : навч. посібн. / Г. В. Осовська, О. Л. Фіщук, І. В. Жалінська. – К. : Кондор, 2003. – 196 с. 3. Яблечкая Ю. Миссии организации и университета: некоторые особенности / Ю. Яблечкая // ВВШ. – 2004. – № 9. – С. 3–15. 4. Белый Е. М. Использование концепции стратегического менеджмента в управлении государственным вузом / Е. М. Белый, И. Б. Романова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 3. – С. 22–31. 5. Склеimanов Н. Т. Стратегический инновационный менеджмент вуза / Н. Т. Склеimanов // Инновации. – 2007. – № 1 (99). – С. 52–56. 6. Мартиненко М. М. Основы менеджменту / М. М. Мартиненко. – К. : Каравелла, 2005. – 496 с. 7. Люкшинов А. Н. Стратегический менеджмент : учебн. пособ. / А. Н. Люкшинов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 375 с. 8. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : монографія / В. В. Пастухова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с. 9. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : навч. посібн. / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с. 10. Соловьев В. С. Стратегический менеджмент : учебник / В. С. Соловьев. – Ростов-на-Дону : Феникс; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2002. – 448 с. 11. Князев Е. А. Стратегический менеджмент для университетов / Е. А. Князев // Высшее образование сегодня. – 2004. – № 1. – С. 2–8.

Салун М. М.

УДК 005.591.6:658.589

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ МОДЕРНІЗАЦІЇ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Представлено теоретичне обґрунтування основних факторів модернізації ресурсного потенціалу промислових підприємств. Фактори модернізації ресурсного потенціалу промислових підприємств розглядаються як джерела якісних, необоротних, направлених перетворень середовища підприємства.

Анотация. Представлено теоретическое обоснование основных факторов модернизации ресурсного потенциала промышленных предприятий. Факторы модернизации ресурсного потенциала промышленных предприятий рассматриваются как источники качественных, необратимых, направленных превращений среды предприятия.

Annotation. The theoretical ground of basic factors of resource potential modernization is presented. The factors of resource potential modernization of industrial enterprises are examined as sources of the high-quality, irreversible, directed transformations of environment of enterprise.

Ключові слова: системний підхід, фактори модернізація, ресурсний потенціал, промислові підприємства.

Фактори – найбільш істотні джерела дії, рушійні сили модернізації ресурсного потенціалу підприємства, його відтворення. Фактори класифікуються так, щоб відобразити основні причини, обставини, що впливають на виробничо-комерційну діяльність промислового підприємства, забезпечують відтворення – якісні зміни, модернізацію.

© Салун М. М., 2010

Фактори утворюють цілісну систему взаємодіючих причин, що знаходяться в певному логічному зв'язку із наслідком. Потенційна сила дії системи факторів становить інтегральну величину більшу, ніж арифметична сума впливу факторів. Взаємодія факторів у системі означає певний взаємозв'язок системи підприємства як організованого цілого від поведінки кожного її елемента-фактора тією чи іншою мірою.

Підприємство – відкрита система, що тісно взаємодіє із зовнішнім середовищем, воно вивчає взаємодію зовнішніх факторів двох рівнів. Перший із них – зовнішнє середовище прямої дії – утворюють клієнти, постачальники, потенційна робоча сила, конкуренти, кредитори. Другий рівень – зовнішнє загальне середовище непрямої дії – створює суспільний макроклімат, знаходиться під впливом факторів: економічних, технологічних, соціальних, політичних, соціокультурних. Таким чином, система факторів промислового підприємства – це єдність внутрішніх факторів виробництва, що взаємодіють із факторами зовнішнього середовища.

Фактори модернізації ресурсного потенціалу промислових підприємств розглядаються як джерела якісних, необоротних, направлених перетворень середовища підприємства: факторів виробництва: трудових ресурсів, технології, техніки, активів, системи управління постачанням, виробництвом, збутом; сфер взаємодії підприємства з покупцями, конкурентами, банками, інвесторами, постачальниками, робочою силою; а також перетворення макроумов функціонування підприємств: економічних, технологічних, соціальних, політичних.

Фактори модернізації, що впливають на середовище промислового підприємства, зокрема на фактори виробництва (елементи, що модернізуються), є рушійною силою діяльності, що виражається в доцільній зміні якісного стану стадій виробничо-комерційного циклу виготовлення виробу: маркетингових досліджень – фундаментальних (теоретичних) досліджень – прикладних досліджень – розробок – випробувань нового товару в ринкових умовах – конструкторській підготовці виробництва – технологічній підготовці виробництва – організаційній підготовці виробництва – формуванні запасів – створенні виробничої бази – освоєнні виробництва – виробництві – збуті – обслуговуванні товару у споживача.

Таким чином, основний зміст підходу до обґрунтування факторів модернізації відображають такі теоретичні положення:

фактори модернізації – це найбільш істотні джерела якісних, необоротних, направлених перетворень внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, рушійні сили модернізації підприємства, його розвитку;

фактори як система взаємодіючих причин знаходяться в логічному зв'язку з наслідком, їх вплив забезпечує перетворення [можливості на дійсність];

оптимальне поєднання взаємодії факторів забезпечує перехід кількості змін, що накопичилися, в нову якість системи підприємства;

склад і значущість факторів модернізації на конкретному підприємстві залежать від його стану, мети, корпоративної і функціональної стратегій;

сила факторів під дією обставин, що складаються, здатна підвищуватися і як каталізатор впливати на інші фактори, викликаючи ланцюгову реакцію. Взаємообумовленість і взаємозв'язок факторів носить ситуативний характер, тому ізольоване вивчення факторів, без уваги до їх взаємозв'язків, не дає повної і всебічної картини середовища підприємства для ухвалення рішення щодо його перетворення;

з позиції системного підходу система факторів модернізації підприємства як [організоване ціле] залежить від поведінки кожного елемента системи, що обумовлює необхідність вивчення кожного фактора;

елементи (фактори) як цілісність розкладаються (класифікуються) такою мірою, щоб відобразити причини, обставини, що впливають на виробничо-комерційну діяльність промислового підприємства, для забезпечення якісних змін. Класифікаційна ознака, покладена в основу класифікації факторів модернізації ресурсного потенціалу підприємства, [характер впливу];

система факторів внутрішнього і зовнішнього середовища промислового підприємства є внутрішніми факторами виробництва (ресурси: матеріальні, трудові, фінансові, інформаційні), що взаємодіють з факторами зовнішнього середовища (клієнтами, постачальниками, потенційною робочою силою, конкурентами, кредиторами); а також із зовнішніми факторами загального середовища (економічними, технологічними, соціальними, політичними);

фактори виробництва (ресурси), сфери діяльності підприємства – напрями модернізації піддаються дії чинників модернізації на тій або іншій стадії виробничо-комерційного циклу виготовлення виробів. Відповідно фактори розрізняються залежно від змісту цих стадій: маркетингові дослідження, фундаментальні і прикладні дослідження та розробки, підготовка виробництва, забезпечення ресурсами, виробництво, збут, обслуговування товару у споживача;

обмеження зовнішнього середовища змушують підприємство шукати найбільш сприятливу систему внутрішніх чинників для досягнення [можливості] – синергетичного ефекту і переходу системи підприємства в нову якість, забезпечення розвитку підприємства;

невизначеність зовнішнього середовища в окремі періоди часу характеризується як [функція кількості інформації, яку має у своєму розпорядженні організація або особа з приводу конкретного фактора, а також функція упевненості в цій інформації] [1, с. 46]. Малий обсяг інформації і сумнівність її точності викликають велику невизначеність оточення підприємства. Чим більш невизначеним є зовнішнє середовище, тим вище ризик проекту модернізації ресурсного потенціалу підприємства;



фактори модернізації впливають на підсистеми підприємства для подолання їх невідповідності, суперечностей і вирішення проблем, що виникають з них;

виявлені і систематизовані проблеми промислових підприємств у функціональних підсистемах (на підставі аналізу ситуації і тенденцій у промисловості та машинобудуванні України і Харківської області, обстеження соціально-економічного положення машинобудівних та металообробних підприємств) є інформацією (емпіричним знанням) для розробки теорії, перевіркою правильності розроблених теоретичних положень, класифікації факторів.

Стан відносної економічної стабільності промислових підприємств визначає об'єктивну необхідність кардинальних змін силою факторів модернізації. Фактори формують процес модернізації, їх вплив є складовою частиною цього процесу.

Література: 1. Richard T. P. The Art of Japanese Management / T. P. Richard, S. A. Anthony. – N.Y. : Warner Books, 1981.

Шевченко І. В.

УДК 330.131

СТАНОВЛЕННЯ МАЛОГО ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Анотація. Висвітлено процес становлення малого інноваційного підприємництва в Україні. Проаналізовано масив фірм за критеріями кількості зайнятих та темпів приросту результатів від інноваційної діяльності. Визначено роль малого інноваційного підприємництва в системі запровадження державної інноваційної політики.

Анотация. Освещен процесс становления малого инновационного предпринимательства в Украине. Проанализирован массив фирм по критериям численности занятых и темпов прироста результатов от инновационной деятельности. Определена роль малого инновационного предпринимательства в системе функционирования государственной инновационной политики.

Annotation. The process of organization small innovative businesses in Ukraine are suggested. The great number of companies are analyzed on the criteria of employment and growth results from innovation. The role of small innovative enterprises in the functioning of the state innovation policy is defined.

Ключові слова: інноваційне підприємництво, фінансові ресурси, інноваційна стратегія/

Ключовою проблемою реалізації інноваційної моделі розвитку України є розрив інноваційних процесів між стадіями наукових досліджень та впровадженням новачій у виробництво, що зумовлено відсутністю ефективного механізму трансформації наукових знань в інноваційні ідеї, придатні до практичного використання в економічній діяльності. У подоланні цієї проблеми важливу роль має відігравати прошарок малого інноваційного підприємництва, для розвитку якого мають бути створені сприятливі інституційні умови.

Узагальнення результатів проведеної дослідницької роботи привели до визнання високого потенціалу агентів сектору малого підприємництва у подоланні розриву інноваційного циклу через їх спроможність каталізувати процеси комерціалізації результатів наукових досліджень. Відповідно до цього стратегічним напрямом подолання кризи нововведень у США, а потім і в інших розвинутих країнах, стало проведення державної політики щодо підтримки малого інноваційного підприємництва, ядром якої є запровадження механізмів пільгового доступу малих фірм до економічних ресурсів.

Подібний шлях до визнання ролі малого інноваційного підприємництва як важливого чинника подолання розриву інноваційного процесу і запровадження державної політики щодо підтримки малих інноваційних фірм пройдено іншими розвиненими країнами світу, зокрема Японією, Німеччиною, Францією, Великобританією.

Потужним імпульсом для вибухоподібного зростання інноваційної активності економічних суб'єктів у ряді країн, що розвиваються (зокрема, в Ізраїлі, Китаї та Індії), було також піднесення завдань створення сприятливих умов для розвитку малого інноваційного підприємництва до рангу пріоритетів державної політики. Основними напрямками політики щодо підтримки інноваційної дія-

© Шевченко І. В., 2010

льності малого підприємництва були програми прямого державного фінансування інноваційних проєктів, надання суттєвих податкових преференцій малим інноваційним фірмам, а також стимулювання прискореного розвитку специфічних інститутів ресурсного забезпечення інноваційної діяльності.

По-перше, це традиційні малі фірми, що працюють у сферах старої економіки, які під тиском ринкової конкуренції змушені до ситуативного чи періодичного оновлення процесів та принципів організації власної діяльності.

Роль в інноваційному процесі цього прошарку малих фірм, як правило, обмежується участю в дифузії інновацій або ситуативним, нецілеспрямованим винайденням та поширенням дрібних удосконалюючих інновацій. Новаторська діяльність не є ключовою позицією їх стратегії, а лише одним із засобів збереження конкурентоспроможності.

Вимоги до специфічного ресурсного забезпечення інноваційної діяльності таких структур є досить скромними. Діючи за аналогією попередників при дифузії інновації або за встановленими в процесі функціонування рутинами (традиційно прийнятими комплексами дій), при реалізації власних дрібних винаходів вони, зазвичай, не є першопрохідниками радикальних новаторських ідей і, відповідно, не потребують специфічних управлінських знань для їх просування.

Інноваційна активність цих фірм значною мірою залежить від відпрацьованості механізмів забезпечення основними економічними ресурсами, необхідними для ведення підприємницької діяльності. Так, позитивний вплив на інноваційну активність цих фірм мають податкове стимулювання, програми державного гарантування кредитів, технології бізнес-інкубації інноваційних проєктів малого підприємництва, розвиток мереж інформаційної та комунікативної інфраструктури тощо.

Ресурси щодо фінансування інноваційної діяльності отримуються, як правило, з власних заощаджень, а також через кредити банківських установ та з коштів державної підтримки. Інноваційна діяльність традиційних малих фірм, як правило, не потребує значних капіталовкладень, результати її є досить передбачуваними, а отже, вона не є високоризиковою. Успішність інноваційної діяльності при дифузії інновації обумовлена досвідом фірм-першопрохідників або у випадку реалізації власного дрібного винаходу обумовлюється здоровим глуздом та практичним досвідом підприємця. Проте характерна відсутність оригінальної перспективної новаторської ідеї суттєво обмежує рівень прибутковості капіталовкладень в інноваційну діяльність цього прошарку малих фірм.

Інноваційна активність цього прошарку малих фірм обумовлюється, головним чином, інтенсивністю інноваційних процесів, що відбуваються у ринковому середовищі регіону.

Слід зауважити, що цей прошарок інноваційно активних малих фірм є найбільш численним, адже в умовах висококонкурентної розвиненої ринкової економіки містить у собі практично всі суб'єкти традиційного малого підприємництва, за винятком прошарку малих фірм, метою діяльності яких є виключно заробляння коштів для виживання певних найбідніших верств населення. До потенціалу цього прошарку у першому наближенні можна віднести всі малі підприємства традиційних сфер діяльності.

По-друге, науково-дослідні малі фірми, які професійно займаються діяльністю у сфері досліджень та розробок на замовлення ринкових агентів або державних установ. До таких структур також належать приватні науково-дослідні фірми, інститути, лабораторії, що діють на комерційній основі та відповідають законодавчо встановленим критеріям належності до сектору малого підприємництва, інша частина малих фірм цього прошарку працює на замовлення великого бізнесу (внутрішній венчур великих корпорацій) і є головним постачальником новаторських ідей для оновлення великого виробництва.

Роль в інноваційному процесі цього прошарку малих фірм полягає в підготовці інформаційного підґрунтя для виникнення інноваційних ідей, теоретичній розробці концепції інновації, проведенні робіт з технічного вдосконалення новації та виявлення її комерційного потенціалу. Проте з огляду на специфіку професійного профілю прошарку з внутрішньофірмової точки зору пошукова робота є традиційною, буденною справою, а отже, не носить дійсно новаторського характеру. Цей прошарок малих фірм є Фемісниками від інновацій

Малі фірми цього прошарку висувають високі специфічні вимоги лише до якості основної складової трудових ресурсів (рівня кваліфікації наукових кадрів та технічного персоналу), що є безпосередніми продуцентами результатів досліджень, зокрема новаторських ідей. Вимоги щодо специфічних послуг інноваційного менеджменту з боку цього прошарку фірм практично відсутні з огляду на те, що процеси організації виробництва, безпосереднього виробництва, просування інноваційних товарів та послуг відбуваються поза їх межами.

Необхідні для ведення дослідницької діяльності *фінансові ресурси* авансуються замовниками або надаються з коштів програм державного замовлення чи підтримки. Діяльність фірм цього прошарку не є високоризиковою, а її успішність залежить, з одного боку, від рівня кваліфікації наукових кадрів, з іншого – від клієнтури, яку обумовлює авторитет фірми, який, у свою чергу, визначається знов-таки рівнем кваліфікації наукових кадрів.

Інноваційна активність цього прошарку малих фірм визначається в першу чергу, наявністю платоспроможного попиту на результати їх діяльності.

По-третє, інноваційно орієнтовані малі фірми, тобто новостворені, діяльність яких зосереджена на реалізації оригінальної, у більшості випадків власної новаторської ідеї. Діяльність з комерціалізації і використання новації є єдиною стратегічною позицією цих фірм, від успішності якої повністю залежать їх перспективи. Роль в інноваційному процесі цього прошарку малих фірм є виключно важливою, адже вона полягає у винайденні радикальної інноваційної ідеї і здійсненні повного



циклу її практичної реалізації (створення концепції інновації та дослідного зразка, організація виробництва та експериментальне виробництво, маркетингове випробування продукції та доопрацювання концепції інновації, розширення виробництва та відпрацювання механізмів просування інноваційної продукції тощо). Інноваційна діяльність цих фірм потребує відносно великих інвестицій, які є високоризиковими з огляду на малопередбачуваність перспектив розвитку проекту. За статистикою лише кілька відсотків з визнаних перспективними інноваційних проектів справді виявляються високоприбутковими.

Фірми цього прошарку мають специфічні вимоги до якісних характеристик економічних ресурсів:

- реалізація інноваційних проектів, пов'язаних зі створенням якісно нової продукції, яка не має аналогів, та просуванням її на ринку, а також залученням ресурсу у високоризикові проекти, вимагає залучення фахівців з інноваційного менеджменту, що володіють комплексом особливих управлінських підходів та навичок;

- особливі вимоги висуваються щодо рівня кваліфікації персоналу фірми, який має володіти широким спектром знань у сфері виникнення новації. Окрім того, дослідження доводять важливість залучення до процесів комерціалізації новаторської ідеї її безпосереднього автора;

- успішний масовий розвиток фірм цього прошарку можливий лише за умов ефективного дієвого динамічного ринку ризикових інвестицій, спроможного за допомогою експертно-аналітичного сегменту оцінювати перспективність потоку інноваційних проектів, проводити їх вибір та здійснювати підтримку на будь-якій стадії розвитку у відповідних обсягах (невеликий обсяг інвестицій — рання стадія розвитку проекту — бізнес-ангели, середній обсяг інвестицій — раннє розширення — венчурні фонди, великий обсяг інвестицій — зріла стадія інноваційного проекту — стратегічний партнер або синдикат венчурних фондів);

- особливі вимоги висуваються щодо рівня розвитку організаційної та інформаційно-комунікативної інфраструктури, яка відіграє важливу роль у процесах подолання долини смерті новоствореними фірмами, пошуку інвестицій та збуту продукції.

У випадку успішного розгортання інноваційної діяльності фірми-представники цього прошарку належать до процесів малого бізнесу лише нетривалий час на ранніх стадіях свого існування і лише за окремими кількісними показниками (кількість працівників, обсяги прибутків). При цьому їх якісні характеристики мають суттєві відмінності від типових ознак малих фірм, що вказує на особливе становище цього прошарку малого бізнесу і навіть на доцільність його виокремлення в особливий підвид підприємницької діяльності.

Про важливу роль малого підприємництва в процесах зростання економіки країни свідчать такі факти. По-перше, доведено, що приріст ВВП розвинених країн на сучасному етапі здійснюється за рахунок використання нововведень [1]. Згідно зі статистичними даними, продуцентом переважної більшості (95 %) нововведень є сектор малого бізнесу. По-друге, малий інноваційний бізнес відіграє роль середовища виникнення великих корпорацій, що визначатимуть темпи розвитку економіки у перспективі. Так, наприклад, з малого бізнесу вирости такі всесвітньо відомі корпорації, як Вольво, Сааб, Майкрософт, Діджитл екв-імпмент, Джинтек тощо. По-третє, малий інноваційний бізнес останнім часом відіграє провідну роль у зародженні і становленні галузей перспективних технологічних укладів, що визначатимуть конкурентоспроможність економіки країни у майбутньому. Зокрема, зародження та початковий розвиток виробництва галузей п'ятого технологічного укладу отримали саме в середовищі малих високотехнологічних фірм. Як свідчать дані статистики, у США близько 90 % програмного забезпечення комп'ютерної техніки створено саме малими фірмами. Малий бізнес є активним агентом у справі створення та використання технології рекомбінантних молекул ДНК (генна інженерія). По-четверте, за рахунок характерної прикладної інноваційності, що дозволяє враховувати нюанси індивідуалізованого попиту, малий бізнес завойовує провідні позиції на ринку споживчих товарів. Так, за статистикою, обсяги виробництва індивідуалізованої продукції, що виготовляється в кількості від 50 до 300 виробів, у США складають близько 80 % обсягу промислового виробництва. Аналогічна ситуація спостерігається у країнах Західної Європи та Японії [2].

Визначною є роль малого інноваційного підприємництва у розв'язанні проблеми зайнятості населення. До кінця 70-х рр. XX ст. економічною наукою вважалося, що провідна роль у створенні основного масиву нових робочих місць належить великому бізнесу. Цей постулат ґрунтувався на результатах аналізу статистичних досліджень, що проводились, як виявилось згодом, за хибною методикою. Збір статистичних даних за цією методикою завершувався розшаруванням наявних фірм на групи відповідно до кількості зайнятих у них працівників. А підрахунок динаміки характеристик цих груп, зокрема кількості новостворених робочих місць, здійснювався шляхом віднімання значень показників попереднього року від значень показників поточного року. У такий спосіб відбувалося порівняння абстрактних груп фірм за кількістю зайнятих. При цьому безпідставно вважалося, що склад груп є майже незмінним, тобто міграція фірм між групами (помітне зростання або скорочення штату фірм) є такою малою величиною, якою можна знехтувати.

За результатами подальших досліджень було проведено розшарування всього масиву фірм за критеріями кількості зайнятих та темпів приросту: по-перше, дрібні фірми, що не демонструють тенденції до значного зростання або тільки-но розпочинають підприємницьку діяльність; по-друге, великі компанії, стан яких характеризується стабільним становищем або стагнацією; по-третє, фірми, що швидко розвиваються, щорічне зростання доходів яких складає понад 20 %.

Уряд України повинен вважати сприяння розвитку науки та інновацій своєю стратегічною метою. А інновації розглядати як ключовий чинник побудови економіки, заснованої на знаннях.

Необхідно розробляти інноваційну стратегію, в якій держава виконуватиме регулюючі функції, бути головним інвестором у науково-технічній сфері, і що воно повинне стимулювати розвиток співробітництва між університетами і бізнесом.

Література: 1. Келле В. Государство в сфере инноваций / В. Келле // Свободная мысль. – 2002. – № 9. – XXI. – С. 43–55. 2. Варналій З. С. Державна регуляторна політика у сфері малого підприємництва / З. С. Варналій, І. С. Кузнецова. – К. : Ін-т екон. прогнозів., 2002. – 104 с. 3. Атаманова Ю. Є. Теоретичні проблеми становлення інноваційного права України : монографія / Ю. Є. Атаманова. – Харків : Факт, 2006. – 256 с.

УДК 658.589

Серпухов М. Ю.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотация. Розглянуто питання оцінки прогнозованих результатів інноваційної діяльності. Проведено оцінку результатів комерціалізації інноваційної продукції та застосування методів і підходів при оцінці комерціалізації інноваційної продукції на різних етапах життєвого циклу.

Аннотация. Рассмотрены вопросы оценки прогнозируемых результатов инновационной деятельности. Проведено оценку результатов коммерциализации инновационной продукции с использованием методов и подходов при оценке коммерциализации инновационной продукции на разных этапах жизненного цикла.

Annotation. The article deals with the evaluation of the predicted results of innovation. The evaluation of the commercialization of innovative products using the methods and approaches in evaluating the commercialization of innovative products in various stages of the life cycle is conducted.

Ключові слова: комерціалізація, інноваційний продукт, економічна ефективність.

У ринкових умовах мотиваційним механізмом активізації інноваційної діяльності на підприємстві є отримання економічних результатів від упровадження інновацій та її ринкової комерціалізації. Разом з тим використання інновацій у виробничому процесі пов'язано зі значним ступенем ризику та невизначеності, які виходять з характеру інновацій. При застосуванні інновацій у виробничому процесі підприємство намагається максимально використати можливості отримання позитивних результатів та скоротити негативні наслідки від інноваційної діяльності. Виявлення можливих позитивних та негативних наслідків інноваційної діяльності є основою управління комерціалізацією інноваційного продукту підприємства. Об'єктивна оцінка можливостей комерціалізації інноваційного продукту підприємства дозволяє на ранніх стадіях інноваційного процесу визначити його перспективність та раціонально розподілити витрати на його виробництво, що дасть можливість скоротити ймовірність нераціональної витрати ресурсів на створення інновацій.

У сучасній науковій літературі розроблена парадигма оцінки ефективності результатів діяльності компанії. Особливу увагу приділяють оцінці ефективності інвестицій, виробництва, продажів та ін. Існує значна кількість традиційних підходів до оцінки ефективності, таких, як: чистий приведений дохід (NPV), рентабельність (PI), період окупності (PP), внутрішня ставка дохідності (IRR) та ін. Проте більшість з існуючих інструментів оцінки ефективності не враховує особливостей інноваційної діяльності. Багато пропозицій внесено вченими-економістами, такими, як Т. Коупленд, Т. Коллер, Д. Муррін [1] з приводу застосування "методу опціонів", що має своє відображення у працях Бріггема Є. Ф [2] з удосконалення існуючих методів оцінки ефективності інновацій. Особливої уваги заслуговують пропозиції В. Гриньової та Л. Гриневич щодо оцінки ефективності інноваційної діяльності [3] та В. Галасюка, В. Галасюка, А. Вишневської [4]. Проте досі залишається не визначеною ефективна методика оцінки результатів інноваційної діяльності підприємства.

На підставі аналізу теоретичних і практичних аспектів інноваційної діяльності підприємства автором виділено такі можливі позитивні та негативні наслідки комерціалізації інноваційної продукції (ІП) в мікро- й макросередовищі підприємства (табл. 1).

© Серпухов М. Ю., 2010

Таблиця 1

**Прогнозовані результати комерціалізації інноваційної продукції
в мікро- та макросередовищі підприємства**

№ п/п	Прогнозовані позитивні результати від комерціалізації ІП	Прогнозовані негативні результати від комерціалізації ІП	
1	Підвищення продуктивності праці на підприємстві (за рахунок упровадження нових виробничих процесів та обладнання)	Невизначеність кінцевого результату комерціалізації інноваційної продукції	Внутрішнє середовище
2	Скорочення виробничих витрат на виробництво продукції	Не сприйняття ІП ринком (ризик ринкової комерціалізації)	
3	Підвищена норма прибутковості виробництва порівняно з виробництвом традиційної продукції	Втрати, пов'язані з незахищеністю прав власності на результати інноваційної діяльності	
4	Отримання конкурентних переваг та лідируючих позицій за рахунок виробництва інноваційної продукції	Виробництво інноваційної продукції може вимагати дострокової зміни виробничого обладнання	
5	Нова модель організації виробничих процесів, що скорочує витрати на управління	Інтереси підприємства, що займається виробництвом ІП, не завжди співпадає з інтересами суспільства та держави	
6	Отримання нової продукції з якісно новими властивостями	Порушення стану гомеостазу виробничої системи підприємства	
7	Створення монопольної конкурентної переваги на ринку (до створення конкурентами аналогічної продукції або копіювання інновацій)	Відсутність конкуренції на ринку та можлива монополізація ринку одним виробником (для суспільства)	Зовнішнє оточення

Ураховуючи можливості отримання як позитивних, так і негативних наслідків від комерціалізації інноваційної продукції, важливим завданням постає визначення та оцінка наслідків комерціалізації інноваційної продукції підприємства. Використання методів і підходів оцінки економічної ефективності комерціалізації інноваційної продукції наведено в табл. 2.

Таблиця 2

**Використання методів та підходів оцінки економічної ефективності комерціалізації
інноваційної продукції на різних етапах життєвого циклу**

№ п/п	Етап інноваційної діяльності	Очікуваний результат від етапу	Методи та підходи оцінки ефективності комерціалізації
1	Фундаментальні дослідження	Наукові теорії, нові матеріали та ін.	Суспільна ефективність
2	Прикладні дослідження, НДДКР	Практичне застосування нових матеріалів, конструкцій	Визначення кращих варіантів на основі порівняння альтернатив
3	Маркетингові дослідження	Перспективи комерціалізації інновацій	Визначення обсягу та сегменту ринку, дохідність виробництва
4	Конструкторська, технічна, оргпідготовка та ринкові випробування	Адаптація технології та початок експлуатації виробництва	Чистий приведений дохід (NPV), рентабельність (PI), період окупності (PP), внутрішня ставка дохідності (IRR)
5	Народження	Поява інноваційної продукції на ринку	Чистий приведений дохід (NPV), рентабельність виробництва (PI), період окупності (PP)
6	Зростання	Збільшення об'єму виробництва та реалізації інноваційної продукції	Чистий приведений дохід (NPV), рентабельність виробництва (PI), період окупності (PP), внутрішня ставка дохідності (IRR)
7	Зрілість	Стабілізація об'єму виробництва інноваційної продукції	Чистий приведений дохід (NPV), рентабельність виробництва (PI), період окупності (PP), внутрішня ставка дохідності (IRR)
8	Занепад	Скорочення виробництва та перехід на нову інноваційну продукцію	Чистий приведений дохід (NPV), рентабельність виробництва (PI), період окупності (PP), внутрішня ставка дохідності (IRR)

В абсолютній більшості інструментів оцінки ефективності інноваційна діяльність розглядається як проект з інвестування, що не враховує характер самого процесу комерціалізації. На відміну



від інших проектів інноваційна діяльність має більший ступень ризику та невизначеності в кінцевому результаті, що значно впливає на комерціалізацію інноваційної продукції підприємства. Особливістю оцінки ефективності при комерціалізації інноваційної продукції підприємства є наявність різних видів інноваційного продукту на кожному з етапів життєвого циклу інновацій. Застосування диференційованого підходу до оцінки ефективності інноваційної діяльності на кожному етапі дозволяє встановити об'єктивні результати інноваційної діяльності та можливості їх подальшої комерціалізації.

Таким чином визначення можливості комерціалізації інноваційної продукції на кожному з етапів її життєвого циклу та застосування відповідних інструментів оцінки для кожного з етапів значно збільшує ймовірність отримання об'єктивних результатів процесу комерціалізації інноваційної продукції, що дозволяє прийняти ефективні управлінські рішення та скоротити ймовірні витрати ресурсів, пов'язані з неможливістю комерціалізації інноваційного продукту та витратами на його виробництво.

Література: 1. Коупленд Т. Стоимость компании: оценка и управление / Т. Коупленд, Т. Коллер, Д. Муррин ; пер. с англ. – М. : ЗАО "Олимп – бизнес", 1998. – С. 157. 2. Брігхем С. Ф. Основы финансового менеджмента / С. Ф. Брігхем ; пер. з англ. – К. : Молодь. – 1997. – С. 408. 3. Гриньова В. М. Аналітичне забезпечення управління інвестиційною діяльністю підприємства : наукове видання / В. М. Гриньова, Л. В. Гриневич. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – 256 с. 4. Галасюк В. CCF – лучшая альтернатива NPV / Валерий Галасюк, Виктор Галасюк, Анастасия Вишнева // Финансовый директор. – 2005. – № 3(31). – С. 16–22.

УДК 65.012.32

Юрченко Л. С.

БРЕНД ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА ЙОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Анотация. Розглянуто управлінські рішення з випуску інноваційної продукції під певним брендом, яка має якісно нові властивості і характеристики, а також визначення основних способів використання брендів для збільшення прибутку у процесі інноваційної діяльності підприємства.

Аннотация. Рассмотрены управленческие решения по выпуску инновационной продукции под определенным брендом, которая имеет качественно новые свойства и характеристики, а также определение основных способов использования брендов для увеличения прибыли в процессе инновационной деятельности предприятия.

Annotation. Management decisions that concern producing of innovative products under a certain brand, which has qualitatively new characteristics and descriptions, are considered. And also determination of basic methods of the use of brands for the increase of income in the process of innovative activity of enterprise are suggested.

Ключові слова: бренд, інноваційний розвиток, підприємство, збільшення прибутку.

Підприємства повинні приймати обґрунтовані управлінські рішення з випуску інноваційної продукції під певним брендом, яка має якісно нові властивості і характеристики. Роль інновацій у цьому процесі є важливою і проявляється в кінцевому результаті у здатності просувати бренд на ринку і позитивно впливати на його вартість.

Проблеми використання брендів розглядалися такими вченими, як А. Бадьїн, Ілляшенко С. М., Санникова А. Г., В. Тамберг, Г. Чармесон та ін. У своїх роботах вони досліджували питання просування брендів для традиційної продукції, тому недостатньо дослідженим є питання визначення ролі бренду в інноваційній діяльності.

Метою статті є визначення основних способів використання брендів для збільшення прибутку у процесі інноваційної діяльності підприємства.

При цьому актуальним є розроблення і впровадження нової продукції, яка здатна задовольнити потреби споживачів.

Важливо зазначити, що інновації приносять бренду непряму користь у вигляді посилення його позицій на ринку. У той же час, користь, яку інновації приносять бренду компанії, мають реальну цінність щодо формування прибутку одним із наведених способів.

© Юрченко Л. С., 2010



Преміальні ціни. Підприємства, які сприймаються споживачами як інноваційні, часто мають можливість – на відміну від конкурентів – назначити більш високі ціни на свої товари та послуги, що приводить до збільшення обсягу прибутку, а значить дає змогу скоріше досягти самоокупності.

Великі обсяги. Бренд, який асоціюється зі словом "інноваційний", автоматично створює для підприємства більше переваг над конкурентами. Ці переваги дозволяють скоротити час, який витрачається на виробництво і реалізацію продукції у необхідній кількості [1].

Краці товари на ринку. Як правило, інноваційному бренду значно легше проникнути в нові сфери товарів та послуг, ніж брендам, які сприймаються як традиційні. Споживачі очікують від інноваційного бренду пошук нових шляхів розвитку і з більшою готовністю йдуть за ним на недосліджену територію. Таке швидке визнання зі сторони споживачів, по-перше, допомагає новому продукту швидко досягати оптимальних обсягів виробництва, а по-друге, здатне зменшувати витрати, оскільки в цій ситуації потрібно значно менше зусиль для пояснення суті та переваг нового продукту, тобто його просування на ринок [2].

Інновації. Основним фактором побудови сильного бренду є, крім інноваційних витрат, упровадження науково-технічних досягнень. Тобто для підвищення привабливості продукції і відповідно для посилення позицій бренду актуальним є не просто здійснення досліджень, а вибір ефективних напрямів досліджень, а також організації впровадження цих розробок. Таким чином, можна констатувати, що в дослідницьких центрах підприємств, яким вдалося створити сильний бренд, основна роль належить не науковому експерименту, а маркетинговій програмі, а також бізнес-стратегіям, які, у свою чергу, будуються на побажаннях споживачів.

При використанні нових технологій стає очевидним, що технологічні інновації збільшують вартість виробленого продукту. Звернути увагу споживача на більш дорогий аналог можна, якщо довести, що товар, створений з використанням найновіших технологій, має перевагу відносно аналогів. Для споживачів сама по собі наявність дослідницького центру на підприємстві не додає цінності бренду. У той же час, наявність нових можливостей і характеристики товару, які з'явилися завдяки роботі вчених, робить продукт більш цікавим для ринку, а бренд – більш цінним. Важливо зазначити, що при цьому існує загроза копіювання інноваційних продуктів. Конкуренти інноваційних брендів часто вдаються до таких заходів. Але прибуток підприємств, які займаються розробками і впровадженням інновацій, за період, який необхідний для виробництва продукції компаніями-імітаторами, очевидно, є достатнім, оскільки підприємства-інноватори продовжують проваджувати інноваційні продукти. Цей період може бути незначним, але визнання бренду уже стає аксіоматичною асоціацією у споживачів, а прибуток може бути значних розмірів [3].

Лідерство на ринку. Важливим є вибір перспективних напрямів досліджень з урахуванням науково-технічного потенціалу підприємства – власника бренду. Іншими словами, виникає необхідність створювати якісно новий продукт, який буде потрібний широкому колу споживачів і дозволить підприємству зайняти лідируючі позиції в обраній сфері, незважаючи на значний ризик неприйняття якісно нової продукції споживачами.

Збільшення цінності. Для того щоб створити асоціацію у споживачів з інноваційним брендом, необхідно іноді відмовлятися від інших продуктів, які випускаються під тим же брендом, але не мають ніяких інноваційних характеристик, незважаючи на прибутковість реалізації останніх [4].

Прагнення підприємства котируватися в ролі інноваційного бренду і розширення видів товарів, яке в маркетингу називають "лінійне розширення", не сумісні. У вузькому сенсі лінійне розширення означає, що під популярною торговою маркою випускають новий продукт. Але необхідно враховувати, що тут йде боротьба сприйняття, в такому випадку необхідно боротися за "правильне" сприйняття бренду споживачами. З цією метою необхідно позбавитися продуктів, які не покращуються. Важливо те, як у підсвідомості споживачів закріпиться бренд. Спеціалісти подібну помилку називають "бути всім для усіх". Також важливо самим себе "атакувати" новинками та інноваційними продуктами. Це дозволить швидше закріпитися бренду на ринку, як інноваційному [5].

Таким чином, коли бренд отримує нові позитивні характеристики і вважається інноваційним, у підприємства з'являється можливість нараховувати преміальні ціни і продавати більш обсяги продукції.

У теперішній ситуації, пріоритетним завданням для підприємств є збереження споживачьких симпатій і сприйняття бренду на досягнутому рівні. Для цього необхідно приймати активні заходи, спрямовані, перш за все, на створення нових продуктів, які мають інноваційні якості. Варто акцентувати увагу на новизні, прискорити та оптимізувати виробництво нових продуктів і впровадження нових технологій, які дозволять досягти конкурентних переваг на ринку. Можна отримати додаткову корисність, якщо акцентувати увагу на інноваціях і застосовувати їх вдо тих характеристик, які більше всього цікавлять споживачів. Усе це з урахуванням життєвого циклу інновацій, сприяє розвитку підприємств як інноваторів просування брендів.

Наук. керівн. Ястремська О. М.

Література: 1. Чармэссон Г. Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллионы / Г. Чармэссон. – СПб. : Книжный мир, 2005. – 326 с. 2. Тамберг В. Бренд. Боевая машина бизнеса / В. Тамберг, А. Бадьин. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 318 с. 3. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком : проблеми, концепції, методи : навчальний посібник / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2003. – 278 с. 4. <http://www.ask-consulting.com.ua>. 5. Саннікова А. Г. Оцінка брендів і товарних знаків: от теорії к практиці / А. Г. Саннікова. – М. : Економіка, 2005. – 456 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ ХАРАКТЕРУ ІННОВАЦІЙНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Вирішується питання щодо можливості перенесення синергетичних законів і закономірностей розвитку складних систем у площину теорії управління інноваційною діяльністю підприємства в контексті його життєвого циклу.

Аннотация. Решается вопросы относительно возможности перенесения синергетических законов и закономерностей развития сложных систем в плоскость теории управления инновационной деятельностью предприятия в контексте его жизненного цикла.

Annotation. The questions concerning transferring possibility laws and laws of development of difficult systems in a plane of the theory of management by innovative activity of the enterprise in a context of its life cycle are solved.

Ключові слова: підприємство, інноваційні зміни, життєвий цикл, синергетичні закони і закономірності.

Перевагою життєциклічної концепції є забезпечення обліку часового фактора; виявлення центральної тенденції процесу; наочність динаміки перетворень; логіка розгортання процесу; наочність і прозорість матеріальних, інформаційних і фінансових потоків; можливість математичного моделювання стадій і процесів; можливість застосування альтернативних методів прогнозування; виявлення взаємозв'язків різних економічних об'єктів типу товар – техніка – технологія, новий товар – попит – технологія, фактори виробництва – конкурентні переваги – розвиток організації [1].

Стойкий розвиток в умовах економіки, яка заснована на знаннях, не виключає внутрішніх протиріч, що пов'язано із біфуркаціями, які є стрибком параметрів системи внаслідок критичного стану на траєкторії руху, і з флуктуаціями – відхиленнями параметрів системи від станів компенсованої і некомпенсованої стійкості.

Життєвий цикл розвитку підприємства потрібно розглядати як послідовність фаз, які у своїй сукупності складають весь період еволюційного розвитку підприємства. На кожній фазі принципово змінюються напрями й інтенсивність розвитку, головні стратегічні зусилля, вимоги до розвитку персоналу взагалі і кожної особистості окремо, спрямування маркетингової діяльності, вимоги до розвитку конкурентоспроможності підприємства, можливості формування потенціалу; тип організаційного механізму, фінансові, інвестиційні, конкурентні і головне – інноваційні стратегії розвитку.

Відповідно до теорії самоорганізації систем [2 – 4] основною синергетичною закономірністю розвитку систем є послідовний їх перехід від стану організації, в якому спостерігається нормальне функціонування системи з цілісною структурою, до стану самоорганізації. Цей перехід здійснюється в результаті складного і непередбачуваного впливу зовнішнього середовища на систему за умов її відкритості. Цей вплив супроводжується внесенням енергії і ресурсів у систему і називається "потокотом ентропії" (негентропія – НЕГ).

Її перероблення всередині системи пов'язане з "виробництвом ентропії" (Е). Якщо система замкнута, то в ній існує тільки ентропія, тобто за термінологією термодинаміки – молекулярний термодинамічний хаос. Такий стан системи називається станом рівноваги.

Виникає питання щодо можливості перенесення синергетичних законів і закономірностей розвитку складних систем у площину теорії управління інноваційною діяльністю підприємства в контексті його життєвого циклу.

Зі збільшенням відкритості системи збільшується негентропія. Якщо зовнішні впливи ресурсного, енергетичного, інформаційного характеру на об'єкт слабкі або об'єкт має такі адаптаційні можливості за рахунок своїх ресурсів, які повністю переробляють результати цих впливів і повертають систему у вихідний стан, то спостерігається відношення $НЕГ/Е \ll 1$. У цьому випадку система знаходиться у стабільному стані. Зниження адаптаційних властивостей системи в часі (внутрішніх ресурсних можливостей) або збільшення негентропії призводить до збільшення відношення $НЕГ/Е$ до значення $НЕГ/Е < 1$ ($НЕГ/Е \sim 0,1-0,5$), що переводить об'єкт у стан середньої рівноваги. У цьому випадку стан організації, нормального функціонування, стабільності, оберненості, лінійності зберігається, цілісність структури в цілому не порушується, хоча є деяке спотворення у зв'язку з послабленням адаптації. Коли адаптаційний потенціал повністю вичерпується системою або зовнішній вплив за своєю величиною й інтенсивністю виходять за межі адаптації, відношення $НЕГ/Е \sim 1$ і система переходить у стан сильної нерівноваги, при якому позитивне "виробництво ентропії" компенсується від'ємним "потокотом ентропії". Ця нестійкість системи проявляється в тому, що такий стан дуже чутливий до флуктуацій. Якщо раніше стійка система з високою ентропією мала можливість до гасіння таких флуктуацій, то особливо нестійка система може реагувати на них найбільш рішучим чином. Можливість втрати стійкого стану, за визначених умов, коли $НЕГ/Е$ в силу тих чи інших випадковостей стане більше одиниці, призводить до біфуркації цілісної структури системи. З цього моменту починається самоорганізація і



самореконструювання функціональної структури системи. Але висока чутливість системи перед біфуркацією до флуктуацій може призвести не тільки до збільшення $HEG/E > 1$, але й до зниження, коли $HEG/E < 1$. У цьому випадку система може повернутись до одного зі станів, що розглядалися раніше, але із прагненням і тенденцією наступного розвитку в бік самоорганізації.

У результаті система у своєму розвитку пройде замкнутий цикл: рівновага – середня нерівновага – критична нерівновага – біфуркація – виникнення нової структури в умовах критичної нерівноваги – закріплення "нового порядку" шляхом повернення системи у стан більшої рівноваги в новій якості. Після кожної фази система стає більш складною, а процеси, що відбуваються в ній, прискорюються відповідно до принципу "ускладнення, прискорення і економії".

Визначення синергетичних законів і закономірностей еволюції інноваційного розвитку підприємства дозволило обґрунтувати й пояснити можливість їх перенесення у площину теорії управління інноваційною діяльністю на підприємстві.

Інноваційний процес розглядається як складна система, яка є більш складною ніж її підсистеми: фундаментальні дослідження; прикладні дослідження; дослідно-конструкторські розробки; розробка прототипу; виробництво; маркетинг і збут; ринок і споживачі, які розвиваються за законами синергетики. Інноваційний процес на підприємстві має всі фактори самоорганізації, які присутні у системах будь-якої природи: відкритість; нелінійність; циклічність, наявність умов, за яких виконується відношення HEG/E . Інноваційний розвиток підприємства проходить такі цикли життєдіяльності: створення і впровадження інноваційної ідеї; дифузія інновації; організаційно-технічні інновації; організаційно-управлінські інновації. Аналіз інноваційної діяльності здійснюється на основі даних про оцінку інноваційного клімату, інноваційного потенціалу суб'єктів і їх інноваційної активності.

Якщо інноваційна діяльність підприємства має циклічний характер і розвивається за синергетичними законами від рівноваги до сильної нерівноваги, від неї до біфуркації, від біфуркації до розпаду, або збереження "нового порядку" в напрямку стану більшої рівноваги, то і зовнішній бік суб'єктів (інноваційний клімат) змінюється за тими ж законами. Інноваційний клімат розглядається як зовнішній вклад енергії і ресурсів у систему і називається "потокотом ентропії" / негентропією / HEG . Її перероблення всередині системи пов'язане з "виробництвом ентропії", яке розглядається як інноваційний потенціал. Визначення співвідношення HEG/E на кожному циклі розвитку підприємства допоможе визначити рівень його стабільності і адаптаційності та обґрунтувати найбільш оптимальні напрямки інноваційного розвитку в межах кожного циклу його розвитку.

Отже, можна зробити висновок, що промислові підприємства розвиваються як відкриті, складні і динамічні системи, їх життєвий цикл розвитку може описуватись за допомогою синергетичної еволюційної моделі. Перехід від фази до фази у процесі життєвого циклу розвитку підприємства є точкою біфуркації, в якій відбувається послідовний перехід від стану організації, в якому спостерігається нормальне функціонування системи з цілісною структурою до стану самоорганізації. Такий перехід супроводжується зовнішнім внеском енергії і ресурсів у систему і називається негентропією – HEG , для дослідження цього впливу пропонується використовувати показник "інноваційний клімат". А її перероблення всередині системи пов'язане з ентропією – E , для дослідження цього впливу автор пропонує використовувати показник "інноваційний потенціал".

Література: 1. Разработка методических подходов и определение уровня инновационной восприимчивости производственных субъектов АПК / И. А. Ильина, Е. А. Егоров, В. А. Миранчук и др. // Инновации. – 2005. – № 10. – С. 59–62. 2. Василькова В. В. Порядок и хаос в развитии социальных систем: синергетика и теория социальной самоорганизации / В. В. Василькова. – СПб. : Издательство "Лань", 1999. – 460 с. 3. Горбунов Е. А. Самоорганизация систем и прогнозирование военно-политических, экономических и социальных аспектов : [учебн. пособ.] / Е. А. Горбунов. – К. : Ника-Центр, 2005. – 320 с. 4. Пригожин И. Время, хаос, квант / И. Пригожин, И. Стенгерс. – М. : Прогресс, 1994. – 272 с.

Леонова Ю. А.

УДК 658.7

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аннотация. Принципиально важным для формирования на предприятии эффективной системы логистического обслуживания определяет фактор потребительского спроса. Ожидания потребителей устанавливаются на уровне высоких стандартов обслуживания лучших предприятий в отрасли.

Анотация. Принципово важливим для формування на підприємстві ефективної системи логістичного обслуговування визначено фактор споживчого попиту. Очікування споживачів установлюються на рівні високих стандартів обслуговування кращих підприємств у галузі.

© Леонова Ю. А., 2010

Annotation. For formation at the enterprise of effective system of logistical service the consumer demand factor is decided to be essentially important. Expectations of consumers are established at the level of high standards of service of the best enterprises in branch.

Ключевые слова: логистическое обслуживание, логистическая система, эффективность системы управления, эффективное обслуживание потребителей.

Система логистического обслуживания является одним из основных элементов, обеспечивающих конкурентное преимущество предприятий. В данном случае такое преимущество достигается за счет поддержания требуемого уровня обслуживания потребителей при одновременном снижении затрат на его обеспечение [1]. Сегодня в качестве приоритета рассматривается формирование "чувствительного к потребителю" предприятия, где функции маркетинга и логистики объединяются с целью интегрированного управления формированием потребительского спроса и его удовлетворения [2]. В этих условиях возникает необходимость выявления и реализации прогрессивных теорий и практического опыта менеджмента, которые, фокусируясь на способах эффективного обслуживания потребителя, увеличивают конкурентные возможности производителя.

Теоретической и методической основой исследований, что связаны с проблемой построения системы логистического обслуживания на промышленных предприятиях, являются научные работы ведущих зарубежных экономистов Д. Бауэрсокса, Д. Белла, М. Бери, К. Гренрокса, А. Харрисона, Т. Левита и др. Весомый вклад в разработку теоретических основ управления сложными взаимоотношениями предприятия и потребительского рынка сделали отечественные ученые Л. Балабанова, Н. Внукова, О. Гаврилюк, Е. Крикавский, М. Окландер, А. Тридед и др.

Несмотря на большие научные достижения в сфере формирования и развития систем обслуживания потребителя, на отечественных предприятиях еще существуют разрозненные элементы таких систем, что в значительной степени снижает эффективность построения экономических отношений между производителем и потребительским рынком на основе взаимопонимания и доверия [3]. Это и определило актуальность темы, ее цель и содержание.

Целью исследования является теоретическое обоснование и разработка методических и практических положений формирования системы оценки уровня логистического обслуживания потребителя продукции производственного назначения.

Объект исследования – процесс оценки уровня логистического обслуживания потребителя продукции промышленного предприятия.

Принципиально важным для формирования на предприятии эффективной системы логистического обслуживания является фактор потребительского спроса. Ожидания потребителей устанавливаются на уровне высоких стандартов обслуживания лучших предприятий в отрасли. Потребители будут требовать высокого качества обслуживания по более низкой цене [3; 4].

Обычно на предприятиях деятельность по выполнению заказов разделяется по структурным подразделениям. В этой связи одной из наиболее сложных задач является перевод деятельности предприятия с функционального подхода на процессную ориентацию. Необходимым условием эффективного обслуживания потребителя является присутствие владельца логистического процесса, который владеет и распоряжается ресурсами.

Такой подход определяется схемой "потребитель → логистический продукт → процесс логистического обслуживания".

К основным процессам логистического обслуживания, как правило, относят процессы материально-технического снабжения, логистической поддержки производства и сбыта. То есть, это те процессы, которые добавляют продукту потребительскую стоимость: процессы закупки, хранения, транспортировки, поставки, сервисного обеспечения продукции и т. д.

Процессы логистического обслуживания рассматриваются через отношения их участников в пространстве и времени при выявлении и формировании таких отношений, потребительских свойств продукта, дальше их трансформации [5]. Такие действия включают переход продукта на последовательных этапах времени: с одного физико-химического состояния в другой (сырье → материалы → полуфабрикаты → незавершенное производство → конечная готовая продукция → товар); перемещение продукта с одной точки пространства в другую (добыча сырья → переработка сырья в материалы → хранение материальных ресурсов в запасах → производство продукции → распределение → реализация → потребление → утилизация); действия на продукт привлеченного капитала и трудовых ресурсов (персонал, средства, технологии, информация); использование орудий труда (технологическое, производственное, складское, торговое и другое оборудование и оснастка, инструмент); материальные условия работы (производственные, складские помещения, средства транспортировки, механизации и автоматизации).

Для обеспечения требуемого уровня логистического обслуживания необходимо разработать систему его оценки. Это означает применение количественных показателей для оценки результатов выполнения логистических процедур. Дополнив эти показатели результатами исследований в функциональных областях деятельности предприятия, можно обеспечить специалистов службы логистики необходимыми исходными данными.

Показатели качества логистического обслуживания должны охватывать всю систему логистического обслуживания предприятия, позволять анализировать результаты и отражать эффективность процессов выполнения заказов (таблица) [5].

Показатели, используемые для оценки качества логистического обслуживания

Показатель	Горизонт оценки
Объем продаж. Количество заказов. Количество аннулированных заказов. Количество возвратов. Количество претензий. Количество своевременных отправок. Количество неполных отправок. Количество устраненных недопоставок	Некоторый период времени (отчетный период, в динамике). Плавающие переменные
Количество недопоставок. Продолжительность времени недопоставок. Величина дефицита. Объем запасов в пути	Текущий момент времени (контрольный период). Статичные переменные

Таким образом, для анализа деятельности предприятия удобным способом сбора информации является проведение SWOT-анализа, операясь на показатели предложенные в таблице. Иначе говоря, рассмотрев данные показатели с точки зрения сильных/слабых сторон предприятия и фактических возможностей/угроз, формируется оценка деятельности предприятия как на текущий момент времени, так и в динамике.

Формирование системы оценки по данной методике представим на примере ООО "КВИНТА" SWOT-анализ ООО "КВИНТА" представлен на рисунке.

	Возможности: 1. Возможность устранения недопоставок. 2. Наличие спроса на выпускаемую продукцию 3. Относительно невысокая конкуренция в отрасли	Угрозы: 1. Появление аннулированных заказов. 2. Появление возвратов 3. Рост цен на сырье и материалы
Сильные стороны: 1. Высокий объем продаж. 2. Высокое количество заказов. 3. Высокое количество своевременных отправок. 4. Высокое качество продукции. 5. Высококвалифицированные кадры. 6. Выгодное географическое расположение	СиВ: 1. Занять определенную нишу на отечественном рынке. 2. Попытка внедрения на мировой рынок	СиУ: 1. Усиление конкурентной позиции на рынке. 2. Поиск более дешевого сырья и материалов
Слабые стороны: 1. Наличие претензий. 2. Высокое количество неполных отправок. 3. Наличие недопоставок. 4. Длительное время недопоставок. 5. Наличие брака. 6. Устаревшая техника и технология. 7. Отсутствие мотивации работников. 8. Высокая себестоимость продукции	СлВ: 1. Обновление производственных фондов. 2. Налаживание эффективности системы управления	СлУ: 1. Ускорение времени на производство продукции. 2. Снижение себестоимости продукции

Рис. SWOT-анализ деятельности ООО "КВИНТА"

Таким образом, сильными сторонами ООО "КВИНТА" являются высокое качество продукции, высококвалифицированные кадры и выгодное географическое расположение, слабыми – устаревшая техника и технология, высокая себестоимость продукции, а также отсутствие мотивации работников.

Принципиально важным для формирования на предприятии эффективной системы логистического обслуживания является фактор потребительского спроса. Ожидания потребителей устанавливаются на уровне высоких стандартов обслуживания лучших предприятий в отрасли. Потребители будут требовать высокого качества обслуживания по более низкой цене.

Таким образом, специалисты службы логистики должны принимать решения, создающие добавленную стоимость, ориентируясь на крупных потребителей. Тем самым они включаются в программу обслуживания по индивидуальным заказам.

Литература: 1. Тридід О. М. Логістичний менеджментт : навч. посібн. / О. М. Тридід, К. М. Таньков. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 224 с. 2. Хруцкий В. Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка / В. Е. Хруцкий, И. В. Кориева. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 528 с. 3. Чудаков А. Д.

Логистика / А. Д. Чудаков. – М. : РЛД, 2003. – 480 с. 4. www.logcity.com. 5. Разумовская А. Л. Маркетинг услуг / А. Л. Разумовская, В. М. Янченко. – М. : Вершина, 2006. – 496 с. 6. Хэндфилд Р. Б. Реорганизация целей поставок. Создание интегрированных систем формирования ценности / Р. Б. Хэндфилд, Э. Л. Николс, мл. ; пер. с англ. – М. : ИД "Вильямс", 2003. – 416 с.

УДК 657.2:330.322

Ізмайлов Я. О.

ОБЛІК НЕЗАВЕРШЕНИХ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ ЗА П(С)БО ТА МСФЗ

Анотация. Обгунтовано потребу в необхідності внесення змін до нормативно-правової бази, що регулює первинний облік нематеріальних активів, проаналізовано спільні та відмінні риси П(С)БО та МСФЗ в частині їх обліку. Запропоновано введення аналітичного субрахунку "Незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи".

Аннотация. Обоснована потребность в необходимости внесения изменений в нормативно-правовую базу, которая регулирует первичный учет нематериальных активов, проанализированы общие и отличительные особенности П(С)БУ и МСФО в части их учета. Предложено введения аналитического субсчета "Незавершенные капитальные инвестиции в нематериальные активы".

Annotation. The requirement for necessity of modification of standard-legal base which regulates the primary account of non-material actives is proved, the general and distinctive features of Position (Standard) of Accounting and the International Standard of the Financial Reporting regarding their account are analyzed. The introductions of the analytical subaccount "Incomplete capital investments into non-material actives" is offered.

Ключові слова: облік, незавершені капітальні інвестиції, нематеріальні активи, П(С)БО, МСФЗ.

Інвестиції в нематеріальні активи набувають усе більшого поширення на промислових підприємствах, відіграючи важливу роль у забезпеченні їх конкурентоспроможності на національному і міжнародних ринках. Згідно зі ст. 1 Закону України "Про інвестиційну діяльність", інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, у результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект. Зокрема, до таких цінностей належать: майнові права інтелектуальної власності; сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навиків та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих ("ноу-хау"); права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права [1]. Усі перелічені об'єкти в обліку відображають як нематеріальні активи.

Розвиток інноваційної складової конкурентних переваг і вдосконалення процесу виробництва на підприємствах різних видів економічної діяльності, які пов'язані з розширенням і вдосконаленням видів нематеріальних активів, зумовили необхідність внесення змін до нормативно-правової бази, що регулює первинний облік нематеріальних активів. До речі, ця база залишається незмінною з 1995 року до теперішнього часу [2]. Спеціальні ж первинні документи для обліку операцій з нематеріальними активами розроблені тільки для таких їх видів, як об'єкти права інтелектуальної власності. Для обліку інших видів нематеріальних активів на підприємствах використовують типові форми з обліку основних засобів.

Відповідно до П(С)БО 8 "Нематеріальні активи", нематеріальний актив – це немонетарний актив, який не має матеріальної форми, може бути ідентифікований та утримується підприємством з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи надання в оренду іншим особам [3].

За МСФЗ 38 "Нематеріальні активи" нематеріальний актив – це немонетарний актив, який не має фізичної субстанції та може бути ідентифікований. Нематеріальний актив слід визнавати, якщо і тільки якщо: а) є ймовірність того, що майбутні економічні вигоди, які відносяться до активу, надходять до суб'єкта господарювання; б) собівартість активу можна достовірно оцінити [4].



Водночас у П(С)БО 8 подається термін "незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи", тобто капітальні інвестиції у придбання, створення і модернізацію нематеріальних активів, використання яких за призначенням на дату балансу не відбулося. Для чіткого, достовірного обліку інвестиційних операцій, які пов'язані з нематеріальними активами, а також для підвищення аналітичного рівня облікової інформації пропонується до субрахунку 154 "Придбання (створення) нематеріальних активів" ввести аналітичний рахунок 1549 "Незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи". На останньому слід відображати нематеріальні активи, що готові до використання, але на них ще не отриманий патент чи інші дозвільні документи, які необхідні для введення нематеріальних активів до експлуатації, або коли майже готові нематеріальні активи не використовуються більш як один рік через неповну готовність. Відкриття даного субрахунку надасть можливість отримувати достовірну інформацію про витрати, що понесені на створення (придбання) нематеріального активу, його утримання та доведення до придатного для використання стану. Приклад практичного використання такого рахунку наведено в таблиці.

Таблиця

Придбання нематеріального активу за грошові кошти

№ г/о	Зміст операції	Кореспондуючі рахунки		Сума, грн
		Дебет	Кредит	
1	Відображено витрати на придбання комп'ютерної програми, що потребує доопрацювання та отримання патенту, понесені 12.08.2008 року:			
1.1	сума без ПДВ	154 "Придбання (створення) нематеріальних активів"	63 "Розрахунки з постачальниками і підрядниками"	100 000
1.2	на суму ПДВ	64 "Розрахунки за податками й платежами"	63 "Розрахунки з постачальниками і підрядниками"	20 000
2	Уведення в експлуатацію комп'ютерної програми за браком коштів на доопрацювання відкладено на невизначений термін:			
2.1	на суму об'єкта	1549 "Незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи"	154 "Придбання (створення) нематеріальних активів"	120 000
3	Відображено витрати на доопрацювання, осучаснення та установку програми 15.11.2010 року:			
3.1	сума без ПДВ	1549 "Незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи"	63 "Розрахунки з постачальниками і підрядниками"	20 000
3.2	на суму ПДВ	64 "Розрахунки за податками й платежами"	63 "Розрахунки з постачальниками і підрядниками"	4 000
4	Програма введена в господарський обіг (експлуатацію)	12 "Нематеріальні активи"	1549 "Незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи"	144 000

МСФЗ дозволяють капіталізувати витрати на рахунок "Нематеріальні активи" та нараховувати амортизацію при надходженні (створенні) нематеріального активу, навіть якщо цей процес дуже розтягнутий в часі [4].

Отже, запропоноване вдосконалення обліку незавершених капітальних інвестицій у нематеріальні активи підвищить аналітичний рівень і достовірність інформації про витрати на придбання (створення) об'єктів нематеріальних активів та формування їх вартості.

Література: 1. Закон України "Про інвестиційну діяльність" від 18.09.1991 р. №1560-ХІІ, із змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// zakon.rada.gov.ua/](http://zakon.rada.gov.ua/). 2. Наказ Міністерства статистики України "Про затвердження типових форм первинного обліку" від 29.12.1995 р. № 352 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// zakon.rada.gov.ua/](http://zakon.rada.gov.ua/). 3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 "Нематеріальні активи" із змінами і доповненнями, внесеними Міністерством фінансів України від 30.11.2000 р. № 304 і Наказом від 25.11.2002 р. № 989. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// zakon.rada.gov.ua/](http://zakon.rada.gov.ua/). 4. Міжнародні стандарти фінансової звітності. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua/>.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Анотація. Розглянуто модель оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства. Розраховано окремі показники ефективності, що входять до складу п'яти інтегральних показників. Запропоновано проводити порівняння різних напрямів інноваційної діяльності за допомогою пелюсткових діаграм.

Аннотация. Рассмотрена модель оценки эффективности инновационной деятельности предприятия. Рассчитаны отдельные показатели эффективности, которые входят в состав пяти интегральных показателей. Предложено проводить сравнение разных направлений инновационной деятельности с помощью лепестковых диаграмм.

Annotation. The model of estimation of efficiency of innovative activity of enterprise offered by an author is considered. Certain indexes of efficiency, which are a part of five integral indexes, are figured. It is suggested to make a comparison of different directions of innovative activity by means of petalous diagrams.

Ключові слова: інноваційна діяльність, оцінка ефективності, інноваційні витрати/

Проблема комплексної оцінки ефективності інноваційної діяльності промислового підприємства постійно перебувала й перебуває в центрі уваги вчених-економістів і керівників-практиків різних рівнів та рангів. Огляд і узагальнення праць закордонних і вітчизняних авторів свідчать, що в економічній літературі триває активна дискусія щодо способів та методів такої оцінки. Таким чином, підвищується актуальність питань, пов'язаних з розробкою моделей оцінки інноваційної діяльності.

Джерелами вхідної інформації для моделі оцінки ефективності інноваційної діяльності промислового підприємства є:

- форми звітності підприємства з інноваційної діяльності, а саме:
 - а) обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства (Форма № 1-інновація річна);
 - б) звіт про виконання наукових та науково-технічних робіт (Форма № 3-наука річна);
 - в) звіт про укладання договорів стосовно розпорядження майновими правами інтелектуальної власності (Форма № 7-нт (ліцензії) річна);
 - г) звіт про набуття прав інтелектуальної власності та використання об'єктів права інтелектуальної власності (Форма № 4-нт річна);

- форми балансової звітності підприємства.

Для оцінки ефективності інноваційної діяльності промислових підприємств пропонується здійснювати оцінку за такими напрямками:

- оцінка інноваційної активності підприємства;
- оцінка інноваційних витрат підприємства;
- оцінка рівня оновленості продукції та структури асортименту;
- оцінка джерел фінансування інноваційної діяльності;
- оцінка ефективності здійснення витрат.

Таким чином, запропонована система оцінки ефективності інноваційної діяльності промислового підприємства дозволить за даними статистичної звітності оцінити сильні та слабкі сторони інноваційної діяльності підприємства.

Апробація системи була проведена на семи машинобудівних підприємствах м. Харкова: ВАТ "ХЕЛЗ "Укрелектромаш"", ВАТ "Гідропривід", ВАТ "Харківський верстатобудівний завод" (Харверст), ВАТ "Харківський підшипниковий завод", ТОВ "Харківський завод підйомно-транспортного устаткування", ВАТ "Автрамат", Державне НВП "Об'єднання "Комунар".

На базі даних статистичної звітності автором були розраховані окремі показники ефективності інноваційної діяльності, що входять до складу п'яти інтегральних показників. Аналіз зміни показників у динаміці дозволяє оцінити можливості та загрози для підприємства – наявність позитивної чи негативної тенденції. Порівняння рівней інтегральних показників дасть змогу оцінити сильні та слабкі сторони інноваційної діяльності підприємства.

Автором пропонується проводити порівняння різних напрямів інноваційної діяльності за допомогою пелюсткових діаграм. Така діаграма дозволить одночасно відображати результати розрахунку за всіма інтегральними показниками за обраний період. Це дозволить вчасно виявити загрози, що здатні вплинути на результати інноваційної діяльності, оцінити пріоритетність окремих напрямів для підприємства.

Для надання якісної оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства в межах "ви-



сока", "середня", "низька" роботі пропонується виділити в діапазоні можливих значень інтегральних показників так звані "зони ефективності". Для якісної оцінки обрані три інтервали: зони низької, середньої та високої ефективності. При цьому нижня межа для зони низької ефективності знаходиться в нулі, а максимальна межа для зони високої ефективності дорівнює одиниці.

Для визначення решти меж між зонами було проведено експертне опитування.

Після визначення меж інтервалів для якісної оцінки ефективності інноваційної діяльності за всіма напрямками були побудовані пелюсткові діаграми для кожного із семи аналізованих підприємств окремо за кожним періодом (п'ять років).

Прикладом подібної пелюсткової діаграми служить наведена на рисунку діаграма для ВАТ "Гідропривід" за період з 2004 по 2008 рр.

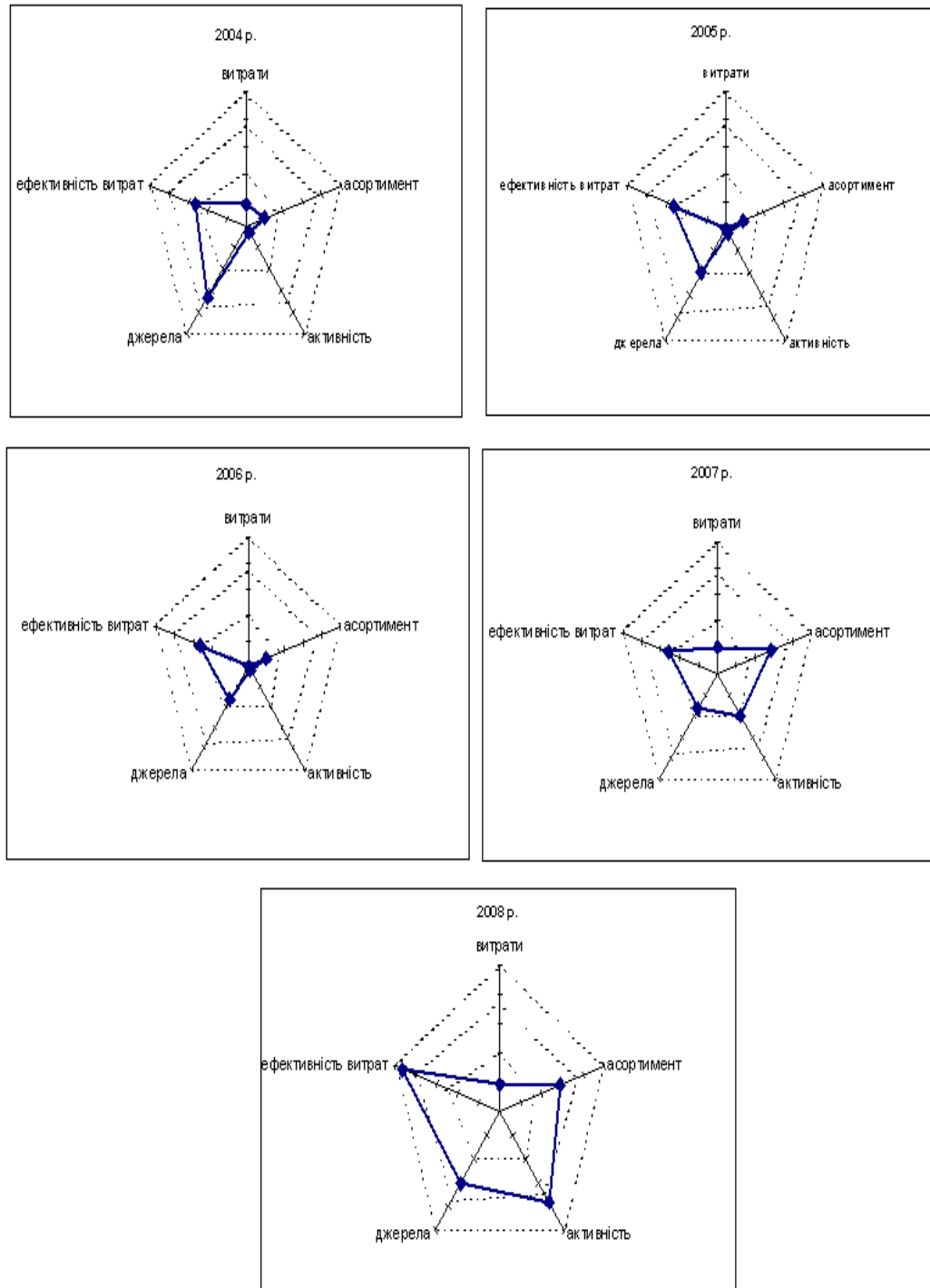


Рис. Динаміка зміни інтегральних показників ефективності інноваційної діяльності на ВАТ "Гідропривід"



Побудовані діаграми дають змогу сформулювати рекомендації щодо вдосконалення інноваційної діяльності підприємства.

Так, порівняння значень інтегральних показників протягом п'яти років для ВАТ "Гідропривід" послужило основою для таких рекомендацій:

найслабшою ланкою серед усіх інтегральних показників є інноваційні витрати, а значить, підприємству слід активніше впроваджувати заходи, направлені на зменшення вартості інноваційної продукції та залучення коштів від зовнішнього фінансування;

для підприємства протягом трьох з п'яти аналізованих років була характерна низька інноваційна активність, хоча протягом 2007 та 2008 рр. цей показник піднявся до зони високої ефективності, проте не виключається можливість такого ж різкого падіння, якщо підприємство не буде розвивати альтернативні напрями фінансування інноваційної діяльності окрім власних коштів.

Таким чином була розглянута модель оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства. Пропонується проводити оцінку діяльності підприємства за такими напрямками, як: оцінка інноваційної активності підприємства, оцінка інноваційних витрат, оцінка рівня оновленості продукції та структури асортименту, оцінка ефективності патентно-ліцензійної діяльності, оцінка джерел фінансування інноваційної діяльності, оцінка ефективності здійснення витрат, оцінка результативності інноваційної діяльності.

Література: 1. Валдайцев С. В. Антикризисное управление на основе инноваций : учебник [Текст] / С. В. Валдайцев. – М. : Проспект, 2007. – 310 с. 2. Васильева Л. Н. Методы управления инновационной деятельностью [Текст] / Л. Н. Васильева, Е. А. Муравьева. – М. : КНОРУС, 2005. – 320 с. 3. Ганущак Л. М. Імітаційна модель управління розвитком інноваційного потенціалу підприємств машинобудівної галузі [Текст] / Л. М. Ганущак // Актуальні питання економіки. – 2009. – № 6. – С. 73–79.

УДК 657.421:622 (477)

Ізмайлова О. О.

АНАЛІТИЧНА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ ПОЛІПШЕННЯМ ОСНОВНИХ ВИРОБНИЧИХ ЗАСОБІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Запропоновано застосування системи взаємопов'язаних аналітичних показників у моделі управління поліпшення основних засобів. Визначено екстенсивні, інтенсивні та управлінські резерви підвищення ефективності використання основних виробничих засобів промислових підприємств.

Аннотация. Предложено применения системы взаимосвязанных аналитических показателей в модели управления улучшения основных средств. Определены экстенсивные, интенсивные и управленческие резервы повышения эффективности использования основных производственных средств промышленных предприятий.

Annotation. The applications of system of the interconnected analytical indicators in model of management of improvement of the basic means is offered. Extensive, intensive and administrative reserves of increase of efficiency of use of the basic industrial means of the industrial enterprises are defined.

Ключові слова: промислові підприємства, виробничі засоби, поліпшення, аналітична складова.

Управління відтворенням основних засобів та його окремими формами, зокрема поліпшенням, належить до актуальних питань економічної науки. Адже від стану, технічних можливостей та рівня використання основних засобів, що безпосередньо беруть участь у процесі виробництва, залежить ефективність виробничо-господарської діяльності промислових підприємств.

Для раціонального управління поліпшенням основних засобів у промисловому виробництві потрібна відповідна система аналітичних показників, що створює підґрунтя для визначення й обґрунтування потреби в поліпшенні виробничого обладнання і розрахунку економічного ефекту від поліпшення. Тому в моделі управління поліпшенням основних виробничих засобів доцільно передбачити потужну аналітичну складову.

У моделі управління поліпшенням основних засобів пропонується здійснювати 4 етапи розрахунку аналітичних показників (рисунок). На першому етапі слід визначити виробничу потребу в



поліпшенні основних засобів шляхом аналізу їх технічного стану, вікового складу та повноти використання. На другому етапі потрібно розраховувати ефект від поліпшення як відношення результату виробництва, пов'язаного з поліпшенням основних засобів, до витрат, що пов'язані з отриманням даного результату. Третій етап охоплює виявлення та аналіз фінансових ресурсів, які необхідні для поліпшення активної частини основних засобів. При цьому враховуються як внутрішні джерела – нерозподілений прибуток, амортизаційні відрахування, додатковий капітал, резервний капітал тощо, так і зовнішні – позики, які можна залучити у вигляді кредиту, та кошти інвесторів [1, с. 42]. Четвертий етап полягає у розробці альтернативних варіантів поліпшення основних засобів та виборі більш обґрунтованого й оптимального з них.

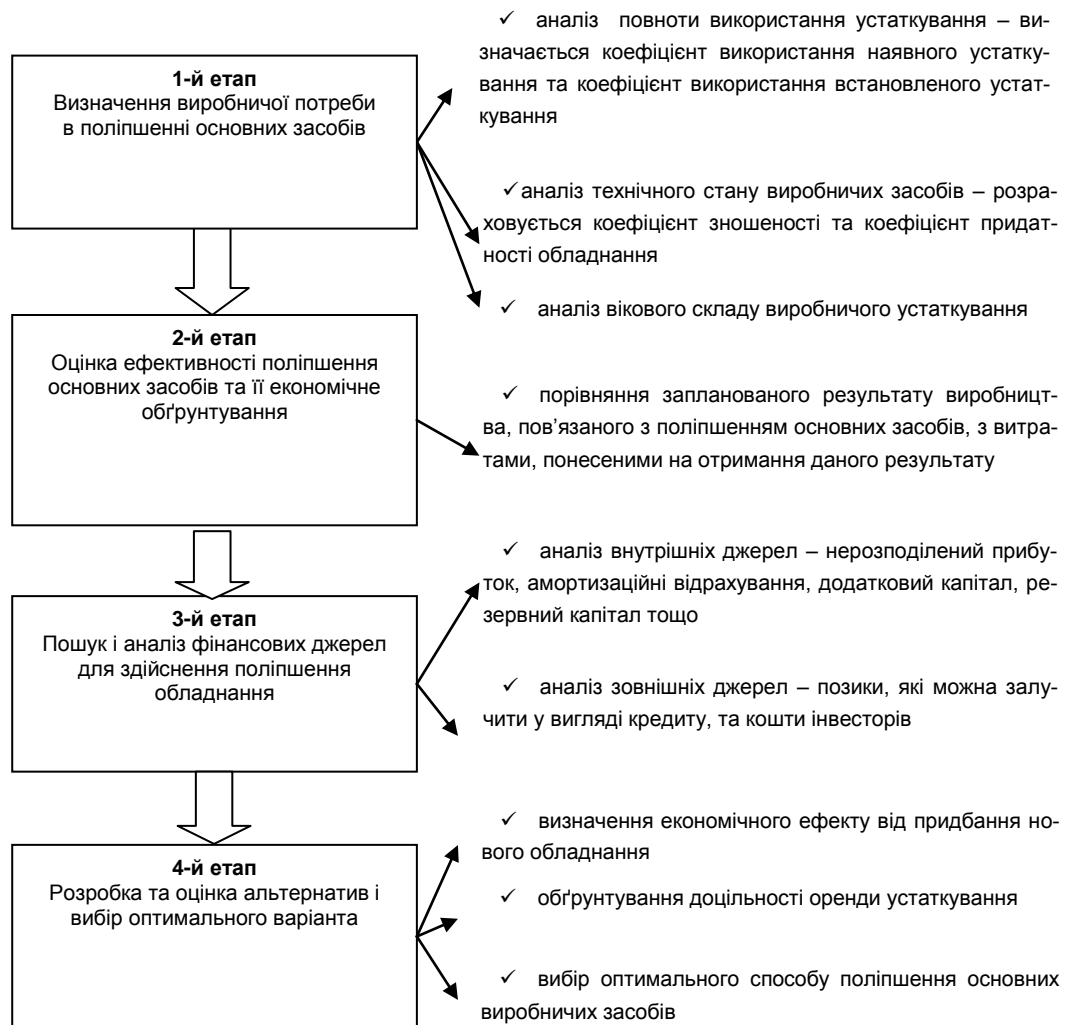


Рис. Етапи розрахунку аналітичних показників у моделі управління поліпшенням основних виробничих засобів на промислових підприємствах

Оскільки під ефективністю розуміють відношення ефекту (результату) виробництва до витрат, пов'язаних з отриманням даного ефекту [2], то є сенс визначати такі показники ефективності поліпшення основних засобів та їх використання: коефіцієнти оновлення та вибуття, які пов'язані з поліпшенням основних засобів, фондодіддачу, фондомісткість, фондоозброєність, рентабельність основних засобів, коефіцієнти екстенсивного та інтенсивного використання устаткування тощо. Їх аналіз надасть можливість розробити організаційно-технічні заходи з підвищення ефективності роботи основних виробничих засобів та вибору оптимальних шляхів їх поліпшення, виявивши і використавши незадіяні резерви виробництва, які необхідно об'єднати в такі групи:

1) підвищення інтенсивного навантаження основних засобів, яке передбачає [3, с. 49]:

- виявлення можливостей заміни застарілої техніки та поліпшення (капітальний ремонт, модернізація, технічне переозброєння, модифікація, реконструкція, дообладнання, будова тощо) наявного обладнання;
- інтенсифікацію виробничих процесів;
- упровадження нових високоефективних технологій;

- 2) збільшення екстенсивного навантаження основних засобів шляхом:
- скорочення простоїв обладнання [3, с. 49];
 - підвищення змінності обладнання;
 - зменшення частки недіючого та виведеного з експлуатації обладнання;
 - швидке залучення невстановленого устаткування;
 - скорочення строків ремонту обладнання з одночасним підвищенням якості ремонтів;
- 3) удосконалення системи управління поліпшенням основних засобів через:
- удосконалення управління виробництвом в умовах комп'ютеризації;
 - встановлення високого рівня відповідальності керівника за рішення, що приймається, та розвиток матеріальної зацікавленості працівників, що сприятиме підвищенню ефективності виробництва;
 - забезпечення контролю за своєчасним виявленням та усуненням несправностей обладнання.

Таким чином, застосування системи взаємопов'язаних аналітичних показників у моделі управління поліпшенням основних засобів створить належні передумови для своєчасного прийняття ефективних управлінських рішень.

Література: 1. Бондаренко О. А. Економічні основи відтворення основних засобів / О. А. Бондаренко. – Суми : Видавництво «Довкілля», 2001. – 204 с. 2. Большой бухгалтерский словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – М. : Институт новой экономики, 1999. – 574 с. 3. Круш П. В. Капітал та основні засоби підприємства : навч. посібн. / П. В. Круш, В. І. Подвігіна, О. В. Клименко. – К. : Центр навчальної літератури, 2005.– 168 с.

УДК 330.341.1

Полінкевич О. М.

МЕТОДИКА АНАЛІЗУ ІННОВАЦІЙ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. Розглянуто методики аналізу інновацій на промислових підприємствах, виділено сильні та слабкі сторони кожної з них, запропоновано проведення аналізу інновацій на промислових підприємствах відповідно до блок-схеми в чотири етапи.

Аннотация. Рассмотрены методики анализа инноваций на промышленных предприятиях, выделены сильные и слабые стороны каждой из приведённых методик, предложено проведение анализа инноваций на промышленных предприятиях в соответствии с блок-схемой в четыре этапа.

Annotation. The methods of analysis of innovations on industrial enterprises are considered, strong and weak sides each of them are selected, it is suggested to conduct the analysis of innovations on industrial enterprises in accordance with a flow-chart in four stages.

Ключові слова: методика, інновації, підприємства, алгоритм, модель Дюпона.

У ринкових умовах інновації є необхідним та об'єктивним чинником конкурентоспроможного розвитку промислового підприємства. Вони є найважливішим засобом вирішення основних соціально-економічних завдань підприємства: підвищення економічної ефективності, покращення умов та змісту праці, охорони навколишнього середовища, оновлення матеріально-технічної бази виробництва тощо. Однак стан і обсяги інноваційних процесів на вітчизняних підприємствах є незадовільними та низькими. Тенденція до зростання впливу інновацій на техніко-економічний рівень підприємств та його конкурентоспроможність вимагає розробки нових підходів до аналізу інновацій на промислових підприємствах. Оцінкою інновацій на підприємствах займалися такі науковці, як: Єрохіна С. А., Зінченко О. А., Кириченко О. А., Зянько В. В., Микитюк П. П., Федулова І. І., Н. Чухрай, Р. Патора та ін. Проте в їхніх працях не достатньо повно розкритий механізм узагальненого аналізу ефективності використання інновацій.

Метою роботи є розробка методики аналізу інновацій, яку доцільно використовувати на промислових підприємствах.

Науковці пропонують проводити аналіз інновацій за різними показниками. Вони згруповані в таблиці.

© Полінкевич О. М., 2010

Показники оцінки інновацій на підприємстві

Вчений, праця	Показники
Зінченко О. А. [1]	Узагальнюючі показники (економічний критерій інновацізації підприємства, динамічний економічний критерій зростаючої інновацізації підприємства (виробництва), питома вага інноваційних чинників у діяльності підприємства, індекс конкурентоспроможності), локальні та часткові показники (питома вага інноваційних витрат у загальних витратах підприємства, показник прогресивності інновацізації підприємства, питома вага вартості нематеріальних активів у загальній вартості необоротних активів, індекс організаційно-технічного рівня підприємства)
Городова І. Б. [2]	Чистий дисконтований дохід, проста норма прибутку, коефіцієнт фінансової автономії проекту, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт результативності роботи, інтегральний ефект, індекс рентабельності, норма рентабельності, період окупності
Вертакова Ю. В., Симоненко Е. С. [3]	Економічна, соціальна, науково-технічна ефективність, показник зведених витрат, сумарний прибуток, період окупності, рентабельність інвестицій, чиста приведена вартість, внутрішня норма прибутковості
Солов'єв В. П. [4]	Технічний ефект, економічний ефект (інтегральний, локальний, нульовий ступінь – витрати на порівняні варіанти; перший ступінь – ефекти у вигляді прибутку чи доходу; другий ступінь – ефективність як відношення ефекту до капітальних вкладень)
Волков О. І., Денисенко М. П., [5]	Економічний ефект (прибуток), науково-технічний ефект (підвищення науково-технічного рівня виробництва, організаційного рівня; збільшення частки нових інформаційних технологій, технологічних процесів; підвищення рівня автоматизації й роботизації виробництва), податковий ефект (економія готівкових коштів), соціальний ефект (зміни кількості робочих місць на об'єктах, де впроваджуються інновації, у структурі виробничого персоналу та його кваліфікації, у стані здоров'я працівників; покращення умов праці робітників; приріст доходів персоналу фірми; збільшення тривалості вільного часу населення), ресурсний ефект (зростання продуктивності праці (або зменшення трудомісткості); фондівіддачі основних засобів (або зменшення матеріаломісткості); матеріаловіддачі (або зменшення матеріаломісткості); прискорення оборотності виробничих запасів, дебіторської заборгованості, грошових коштів тощо.), екологічний (зменшення забруднення атмосфери, землі, води шкідливими компонентами, кількості відходів виробництва; підвищення ергономічності виробництва (зниження рівня шуму, вібрації, електромагнітного поля тощо); покращення екологічності продукції)
Фатхутдінов Р. А. [6]	Формула оцінки інноваційної активності, економічний ефект (прибуток, приріст обсягу продаж, зростання продуктивності праці, прискорення оборотності оборотних активів), науково-технічний ефект (кількість зареєстрованих авторських свідоцтв, збільшення питомих ваги нових інформаційних та прогресивних технологій, підвищення коефіцієнта автоматизації виробництва, організаційного рівня виробництва, конкурентоспроможності), соціальний ефект (приріст доходів працівників, підвищення рівня задоволення потреб працівників, збільшення кількості робочих місць), екологічний ефект (зниження відходів виробництва, викидів, покращення ергономічності)
Микитюк П. П. [7]	Моніторинг зовнішнього оточення фірми (аналіз досягнень науково-технічного прогресу), аналіз внутрішнього середовища (оцінювання інвестиційної привабливості та спроможності фірми до інноваційного розвитку, рівня продукції, організаційно-технічного та управлінського рівня), аналіз ефективності інноваційних проектів (показники ефективності інноваційних проектів, дослідження їхньої чутливості, визначення беззбиткового обсягу продажу), оцінка ефективності інноваційної діяльності (показники інноваційної діяльності, аналіз тенденцій динаміки результатів інноваційної діяльності, факторний аналіз результатів інноваційної діяльності)

Кожний з методичних підходів до аналізу інновацій на підприємстві має свої переваги та недоліки. Загалом можна сформулювати чотири підходи до аналізу інновацій на підприємстві: 1) аналіз інновацій за допомогою показників оцінки інвестиційних проектів (Городова І. Б., Вертакова Ю. В., Симоненко Е. С.); 2) аналіз інновацій за допомогою узагальнюючих, локальних та часткових показників (Зінченко О. А.); 3) аналіз інновацій на основі оцінки ефектів, які утворюються у результаті впровадження їх на підприємство (Солов'єв В. П., Волков О. І., Денисенко М. П., Фатхутдінов Р. А.); 4) аналіз інновацій комплексно, оцінюючи зовнішнє та внутрішнє середовища підприємства (Микитюк П. П.).

Недоліком першого підходу є те, що аналіз інновацій на підприємстві зводиться до оцінки інвестиційного проекту. Другий підхід більш ґрунтовно аналізує інновації на підприємстві, вводить термін "інновацізація" та її критерії оцінки. Недоліком є те, що ці показники вимірюють лише економічний ефект, а всі інші ефекти від впровадження інновацій на підприємстві залишаються недослідженими. Третій підхід аналізує всі ефекти від впровадження інновацій на підприємстві. Проте немає розробленої методики щодо узагальнення результатів цих ефектів у єдиний критеріальний

показник, відповідно до якого можна зробити висновок про ефективність використання інновацій на підприємствах. Четвертий підхід застосовує систему показників, за допомогою яких оцінюються інновації. Проте він потребує значних фінансових ресурсів та багато часу на проведення. Відповідно до цього назріла потреба в розробці алгоритму аналізу інновацій на промислових підприємствах. Доцільним є його проведення на основі блок-схеми, яка зображена на рисунку.

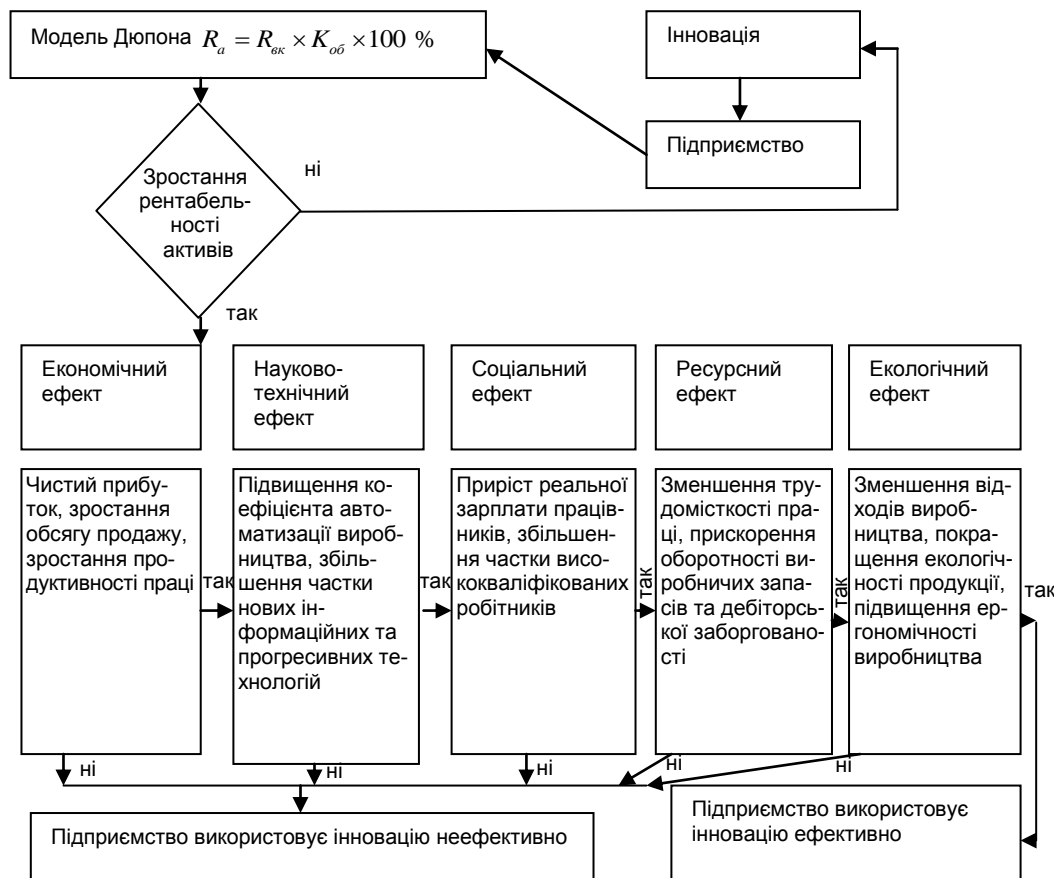


Рис. Блок-схема аналізу інновацій на промисловому підприємстві

Таким чином, запропонований порядок аналізу інновацій на промислових підприємствах передбачає чотири етапи: 1) пошук інновацій та їхнє використання у виробничій діяльності підприємства; 2) оцінка показників роботи підприємства за моделлю Дюпона; 3) вимір економічного, науково-технічного, соціального, ресурсного та екологічного ефектів; 4) висновок про ефективність використання інновацій.

Якщо виявиться, що рентабельність активів не зростає у динаміці, то підприємство повинно здійснити пошук нової інновації або вдосконалити механізм її використання. У випадку зростання рентабельності активів за моделлю Дюпона вимірюють економічний ефект за трьома показниками. Якщо він задовольняє вказані тенденції у блок-схемі, то перевіряються прояви наступних ефектів. У випадку невідповідності цих показників при вимірі будь-якого ефекту робиться висновок про неефективне використання інновації. Прояв інших ефектів не аналізується.

Література: 1. Управління інноваційною діяльністю в економіці України : монографія / за наук. ред. д.е.н., проф. С. А. Єрохіна. – К. : Національна академія управління, 2008. – 116 с. 2. Городова І. Б. Управление инновационными процессами : учебн. пособ. / И. Б. Городова. – Кемерово, 2005. – 76 с. 3. Вертакова Ю. В. Управление инновациями: теория и практика : учебн. пособ. / Ю. В. Вертакова, Е. С. Симоненко. – М. : Эксмо, 2008. – 432 с. 4. Словьев В. П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций) / В. П. Словьев. – К. : Феникс, 2006. – 560 с. 5. Інноваційний розвиток промисловості України / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін. ; під ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П. Денисенка. – К. : КНТ, 2006. – 648 с. 6. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учебн. для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – [6-е изд.]. – СПб. : Питер, 2008. – 448 с. 7. Микитюк П. П. Аналіз впливу інвестицій та інновацій на ефективність господарської діяльності підприємства : монографія / П. П. Микитюк. – Тернопіль : Економічна думка, Тернопільський національний економічний університет, 2007. – 296 с.

ІНФРАСТРУКТУРА ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Анотація. Запропоновано механізм внутрішнього та зовнішнього інноваційного розвитку як елементу системи ефективного розвитку ЖКГ, розглянуто проблему створення розвиненої інноваційної інфраструктури на засадах сукупності функціональних взаємопов'язаних підсистем.

Аннотация. Предложен механизм внутреннего и внешнего инновационного развития как элемента системы эффективного развития ЖКХ, рассмотрена проблема создания развитой инновационной инфраструктуры на основе совокупности функциональных взаимосвязанных подсистем.

Annotation. The mechanism of internal and external innovation development as an element of effective development of housing is proposed the problem of the developed innovation infrastructure based on the aggregate of interconnected functional subsystems is considered.

Ключові слова: інфраструктура, інновації, розвиток, інноваційний процес.

Наявність необхідних елементів інноваційної інфраструктури є необхідною передумовою інноваційного розвитку будь-якої системи. Інноваційна інфраструктура – ключовий фактор інноваційного розвитку, який впливає на ефективність інноваційних процесів. Державна політика реформування житлово-комунального господарства базується на основних принципах, серед яких є: пріоритетність інноваційного розвитку у життєзабезпеченні населених пунктів, сприяння науково-технічному прогресу у сфері житлово-комунального господарства (ЖКТ) [1].

Мета статті – обґрунтувати та довести важливість такої інституції, як інноваційна інфраструктура, для забезпечення переходу ЖКГ на інноваційний розвиток, а також запропонувати заходи в контексті загальнодержавної стратегії реформування ЖКГ для прискореного формування інноваційної інфраструктури. Також автором дано власне бачення шляхів активізації інноваційної діяльності ЖКГ з урахуванням загальнодержавних тенденцій, систематизовано інфраструктуру регіонального житлово-комунального комплексу (РЖКК), а також запропоновано власні організаційні форми та механізми активізації інноваційної діяльності у ЖКГ.

Однією з головних цілей інституціональних та структурних трансформацій у ЖКГ є забезпечення інноваційного вектору розвитку, який відповідає загальнодержавній програмі розвитку та забезпечує умови щодо поліпшення його конкурентоспроможності, ефективної капіталізації та довгострокового економічного зростання.

Як свідчить світовий досвід активізація та підвищення ефективності реалізованих інноваційних процесів будь-якої системи можливі за рахунок розширення взаємозв'язків між підприємствами відповідної галузі та науково-дослідницькими організаціями, забезпечуючи інноваційний розвиток підприємств, технологій і підвищення конкурентоспроможності продукції, на що наголошують дослідження вітчизняних науковців [2].

Запропонований внутрішній механізм інноваційного розвитку ЖКГ торкається створення належних умов для забезпечення високого рівня освіти державних та муніципальних (комунальних) службовців, розроблення нормативних актів, методологічних та методичних розробок для більш ефективного функціонування, прозорість процесу впровадження технологій, які використовують у своїй діяльності, застосування різноманітних форм обліку думки населення, створення позитивного іміджу влади.

На другому етапі необхідно задіяти зовнішній механізм розвитку, котрий торкається формування власне інфраструктури, яка б створила необхідні матеріально-технічні, ресурсні та загально-виробничі умови для ефективної інноваційної діяльності у сфері ЖКГ.

Відповідно до поставленої мети це можуть бути такі організаційні форми управління комунальними підприємствами, які б забезпечили консолідацію інтересів населення, бізнесу та органів місцевого самоуправління (ОМСУ) за багатьма принциповими питаннями соціально-економічного розвитку територіальних утворень.

У даному контексті, на погляд автора, механізм створення належної інфраструктури розвитку житлово-комунального господарства необхідно розглядати у вигляді нової організаційної форми управління – соціальної корпорації. Соціальна корпорація як модель житлово-комунального розвитку певної території включає відповідні ОМС, бізнес-структури та громаду. Необхідним елементом при створенні інноваційної інфраструктури розвитку ЖКГ є інформаційна підсистема (відділ), яка виконувала б такі завдання: формування банку даних інноваційних технологій у сфері ЖКГ, відслідковування міжнародних тенденцій розвитку, та кваліфікований відбір значущих, ефективних та потенційно прибуткових проектів.

Цей напрям інноваційного розвитку ЖКГ є реалістичним, але ускладнюється особливостями функціонування цієї галузі, а також значними інвестиціями та тривалим часом відбору й формуван-

на перспективних проєктів розвитку. Для реалізації інноваційних проєктів необхідна належна фінансова інфраструктура.

Для побудови єдиної системи розробки та реалізації інноваційних проєктів в ЖКГ на основі такої організаційної форми функціонування, як соціальна корпорація, необхідно:

здійснити моніторинг виробничих потужностей, науково-технічного потенціалу, інноваційної інфраструктури, для того щоб визначити реальні та потенційні інноваційні компетенції підприємств регіону;

провести аналіз наявних науково-технічних та інноваційних ідей і розробок, а також оцінити потреби підприємств житлово-комунального комплексу області в інноваційних продуктах для вирішення завдань, які стоять перед ними, та отримання економічного, технологічного, соціального або іншого роду ефектів;

здійснити експертний відбір науково-технічних розробок та створити пакет інноваційних проєктів для реалізації зусиллями зацікавлених бізнес-структур регіону з урахуванням їх ключових інноваційних компетенцій;

реалізувати інноваційні проєкти за допомогою організації коопераційних зв'язків у межах регіону.

Організація управління інноваційною діяльністю ЖКК регіону на засадах побудови соціальної корпорації дозволить, по-перше, забезпечити системність та комплексність в управлінні процесами розвитку в регіоні, а по-друге, забезпечити реалізацію інновацій на якісно новому рівні за рахунок залучення різних фірм, що володіють необхідною технічною та матеріальною базою для виконання окремих стадій інноваційного процесу.

По-третє, можливість оптимізації кількості та якості партнерів дозволяє не тільки зекономити матеріальні ресурси, а й значно збільшити швидкість протікання процесу виходу з кризи, що є важливим фактором у сучасному бізнесі.

По-четверте, державна фінансова підтримка скоротиться в разі за рахунок приходу малого та середнього бізнесу, що дозволить перейти на фінансування більш значущих для всієї галузі мегапроєктів.

Таким чином, проведені дослідження дозволяють зробити ряд висновків теоретико-методологічного напрямку. Для забезпечення розвитку ЖКГ на інноваційній основі необхідно провести величезну роботу організаційно-економічного, виробничо-технологічного та нормативно-правового плану. Галузь потребує нових об'єктивних фундаментальних досліджень ролі та місця виконавчих органів влади, місцевої громади та бізнес-структур у процесі переходу на інноваційну модель розвитку шляхом створення регіональних організаційних структур – соціальних корпорацій.

Формування інноваційної інфраструктури ЖКГ є тривалим процесом, який потребує значних організаційних та інвестиційних заходів. Забезпечення необхідних умов для реалізації творчого потенціалу людей, які працюють у системі ЖКГ, можливий при наявності відповідних економічних стимулів.

Для реалізації загальнодержавної програми реконструкції й розвитку на інноваційній основі запропоновано об'єднати всі зацікавлені сторони в організаційні структури корпоративного типу, при цьому користуючись законами та принципами побудови мережних структур. Головним і новим елементом цього об'єднання є єдина інформаційна база, головною мета якої – забезпечення належної інформаційно-комунікаційної функції у сфері трансферу технологій.

Незважаючи на важливість проведеного дослідження, механізм та критерії відбору підприємств для утворення мережних систем, а також принципи цього утворення є напрямками подальших пріоритетних досліджень.

Наук. керівн. Гриньова В. М.

Література: 1. Закон України "Про Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2004–2010 роки" від 24 червня 2004 року № 1869- IV // Голос України. – 2004. – 30 липня. – № 140. 2. Якубовский, Н. Инфраструктура – фактор ускорения инновационного развития промышленности / Н. Якубовский, В. Щукин // Финансы Украины. – 2007. – № 9. – С. 10–12.

УДК 685.5

Сіднева Ж. К.

РОЛЬ СИСТЕМ ЯКОСТІ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ВИРОБНИЦТВА

Анотація. Присвячено сучасним концепціям управління якістю, проблемам створення систем управління якістю.

Аннотация. Посвящено современным концепциям управления качеством, проблемам создания систем управления качеством.

© Сіднева Ж. К., 2010



Annotation. The article is devoted to modern concepts of quality management, problems of creation of control systems by quality.

Ключові слова: система, процес управління, якість продукції, сертифікація.

Сучасні ідеї управління виробництвом, розроблені вченими в кінці ХХ ст., знайшли найбільш повне застосування в моделях, стандартах і системах управління якістю. В основі сучасних систем покладено методологічний підхід до управління виробництвом з урахуванням концепції загального менеджменту якості (Total Quality Management – TQM). Дана концепція – це принципово новий підхід до управління будь-якою організацією, націлений на якість, заснований на участі всіх її членів і спрямований на досягнення довгострокового успіху шляхом задоволення вимог споживача і вигоди як для співробітників, так і суспільства в цілому. Основна ідея TQM полягає в тому, що компанія повинна працювати не лише над якістю продукції, але й над якістю організації в цілому, включаючи роботу персоналу. Постійне одночасне удосконалення цих трьох складових (продукції, організації, персоналу) дозволяє досягти найбільш швидкого та ефективного розвитку бізнесу. Основним механізмом реалізації TQM є міжнародні стандарти ISO серії 9000, які містять вимоги до системи управління якістю [1; 2].

Сьогодні більше мільйона організацій у світі впровадили системи управління якістю. Україна відстає від провідних держав світу щодо вирішення даних проблем. Вона посідає 36 місце у світі і 18 в Європі за кількістю сертифікованих систем [3]. Упровадження та сертифікація систем управління якістю, що ґрунтується на сучасних інноваційних технологіях, дає змогу підприємству підвищити ефективність функціонування, зміцнити конкурентні переваги у сфері якості продукції.

У наш час можна виділити такі рівні систем управління якістю, які мають деякі концептуальні відмінності:

- системи, які відповідають вимогам стандартів ISO 9000;
- загальнофірмові системи управління якістю (TQM);
- системи, які відповідають критеріям національних або міжнародних (регіональних) премій, дипломів з якості;
- інтегровані системи управління якістю.

Система управління якістю (Quality Management System) – це система управління, яка спрямовує та контролює діяльність організації щодо якості [1]. Світовий досвід сформував не тільки загальні ознаки діючих систем управління якістю, але також принципи і методи, які можуть застосовуватися в кожній з них, що знайшло відображення в міжнародних стандартах ISO 9000.

Головна цільова настанова систем якості, побудованих на основі стандартів ISO 9000, – забезпечення якості продукції, яку вимагає замовник, і надання йому доказів спроможності підприємства досягти цього. Механізм системи якості – методи і засоби, орієнтовані на цю мету. У більшості випадків створення систем управління якістю та її сертифікація носять добровільний характер. У загальному вигляді основні етапи розроблення системи управління якістю можна представити таким чином:

1. Прийняття рішення щодо створення системи управління якістю вищим керівництвом. Таке рішення оформлюється наказом, відповідно до якого призначається керівник проекту (представник керівництва), визначається склад структурних підрозділів системи якості; встановлюються основні етапи, виконавці, строки розроблення і впровадження системи якості, при необхідності – строки її сертифікації.

2. Визначення елементів (ключових процесів) системи якості, встановлення їх взаємодії. Основу переліку складають стадії життєвого циклу продукції, які характерні для конкретного підприємства. Визначення основних елементів (процесів) системи управління якістю здійснюється з урахуванням рекомендацій стандартів ISO 9000 і особливостей підприємства.

3. Розроблення нормативної документації системи якості. Для виконання функцій системи якості розробляються нові та переробляються або використовуються наявні нормативні документи. Тобто відбувається наповнення системи якості необхідним внутрішнім змістом.

4. Проведення внутрішнього аудиту систем управління якістю й усунення виявлених невідповідностей, що буде означати завершення впровадження системи.

5. Організація і проведення сертифікації системи управління якістю. Сертифікація полягає у перевірці і підтвердженні третьою стороною відповідності стандартам ISO 9001:2000.

Виконання наведених етапів потребує вирішення таких завдань, від яких значною мірою залежить ефективність системи управління якістю, а саме:

- навчання керівників усіх рівней, внутрішніх аудиторів і всього персоналу підприємства менеджменту якості відповідно до спеціально підготовлених програм для кожної категорії;
- призначення відповідального за розробку і функціонування системи управління якістю, створення робочої групи і групи аудиторів;
- виявлення найбільш важливих процесів і проведення реінжинірингу (перепроєктуванням) з метою їх вдосконалення;
- розроблення і впровадження документації системи управління якістю;
- проведення внутрішнього аудиту системи управління якістю та усунення виявлених невідповідностей до вимог стандарту ISO 9001;
- сертифікації системи управління якістю.

Практичний досвід свідчить, що у більшості випадків впровадження на підприємствах вимог стандартів ISO 9000 носить формальний характер. Необхідність переходу від впровадження документації системи до впровадження самої системи управління якістю стає очевидною.



Зараз Міжнародною організацією зі стандартизації розробляються нові версії стандартів ISO 9000, в яких робиться акцент на процес самооцінювання організацій, організаційні знання (знання всієї організації) та інновації. Самооцінка має стати однією зі складових процесу управління, що забезпечить стабільність розвитку організації. Сьогодні в Україні тільки незначна кількість підприємств здійснює самооцінку в рамках моделі ділової досконалості EFQM.

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується необхідністю впровадження трирівневої системи управління якістю. До існуючих двох рівнів ISO 9001:2000 (удосконалення продукту та удосконалення системи управління якістю) сьогодні додається третій рівень – інноваційний розвиток організації. Саме перехід до впровадження індивідуальних систем, побудованих у рамках трирівневої інноваційної моделі, сприятиме стабільному економічному розвитку вітчизняних підприємств.

Література: 1. ДСТУ ISO 9001-2001. Системи управління якістю. Вимоги. – К. : Держстандарт України, 2001. 2. ДСТУ ISO 9004-2001. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності. – К. : Держстандарт України, 2001. 3. Ніколаєнко А. Стандарти IRIS : шляхом високої якості / А. Ніколаєнко // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2009. – № 1. – С. 56–57.

УДК 330.322

Щербань О. Д.

ПІДХІД ЩОДО РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ ПРІОРИТЕТНОСТІ ІНВЕСТИВАННЯ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Зазначено, що рейтингова оцінка пріоритетності інвестування підприємства є комплексним показником. На основі проведеного дослідження вказано на необхідність здійснювати постійний моніторинг складових оцінки пріоритетності інвестування підприємства.

Аннотация. Отмечено, что рейтинговая оценка приоритетности инвестирования предприятия является комплексным показателем. На основе проведенного исследования указано на необходимость осуществлять постоянный мониторинг составляющих оценки приоритетности инвестирования предприятия.

Annotation. It is noted that the rating of priority investment enterprise is a complex index. Based on the research it is indicated the need to conduct regular monitoring of components of the evaluation priority investment enterprise.

Ключові слова: інвестування, рейтингова оцінка, екологізація, транспортний процес.

Спираючись на сучасні тенденції прийняття інвестиційного рішення, є необхідним урахування всіх наслідків інвестування з позиції підприємства, споживача, інвестора, органів державного управління та місцевого самоврядування. Для активізації процесів екологізації транспортних засобів на державному рівні потрібно забезпечити підтримку екологічно спрямованих інвестиційних проектів.

Проводячи аналіз публікацій з теми слід відмітити значне збільшення їх кількості в останні роки, що підтверджує актуальність обраної для дослідження теми. Серед авторів, що приділяли найбільшу увагу у своїх працях саме цій темі, відомі такі дослідники: М. Баканова, М. Гринфельд [1], Голицина О. Г. [2], П. Вдович, Ю. Григоренко [3], Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сендерс, В. Ванг [4], Краско Т. І. [5], Н. Моисеева [6].

Метою написання даної роботи є визначення підходу щодо рейтингової оцінки пріоритетності інвестування автотранспортних підприємств.

Для визначення особливостей складових рейтингу інвестування підприємств необхідним є розгляд особливостей стратегічного PR, тому що одним із додаткових ефектів від реалізації проектів з оновлення рухомого складу є отримання управлінського ефекту на державному рівні завдяки підвищення іміджу країни. Одним із різновидів такого PR є PR міст, який ще не має достатнього розвитку в нашій країні та визнається дуже вузьким колом професіоналів у цій галузі. На погляд спеціалістів, об'єктами PR міста можуть бути:

© Щербань О. Д., 2010



1) розвиток міста в цілому: середовище міста – безпека, екологія, міжнародна освіта, охорона здоров'я; зовнішня привабливість міста – архітектура, чистота, транспорт, плани розвитку, споруди;

2) економічний розвиток міста: інфраструктура – енергетика, дороги, комунікації; виключні особливості міста – природа, історія, видатні мешканці, культура, спорт, розважальні заходи, події.

На підставі інформації, що потенційний інвестор отримує про країну та місто, він приймає рішення про вкладання коштів. Імідж міста притягує до себе інформацію та перекидає шлях іншої. Мета стратегічного PR – це вибір необхідної системи координат у ментальній моделі цільової аудиторії та впровадження в цю модель ключових переконань. У більшості українських та російських підприємств основними дієвими особами, що визначають PR-політику, є директор та прес-секретар (керівник служби PR) [1]. Саме вони визначають напрям і кількість зв'язків та вважають, що на цьому можливості PR вичерпані. Але бути відомими є недостатнім для привернення інтересу та довіри цільової аудиторії, змінити положення підприємства в суспільстві можливо лише за рахунок стратегічного PR. На погляд автора, стратегічний PR – це такий різновид інформаційної діяльності фірми, результатом якої є створення образу екологічного захисника за рахунок інвестиційної активності. В умовах існування фондового ринку визначити інвестиційну привабливість достатньо просто, її можливо виміряти вартістю та коливаннями вартості цінних паперів. В умовах відсутності фондового ринку або його слабкого розвитку необхідно говорити про інвестиційну активність у широкому розумінні та визначати її рівнем довіри споживачів, партнерів, підтримки влади, оцінок преси. Цей підхід є вкрай необхідним в умовах доволі частих кризисних явищ у економіці нашої країни та зростання ролі нецінової конкуренції.

У теперішній час дуже актуальним є поняття "екологічний імідж". Під екологічним іміджем розуміється праця компанії (в даному випадку також праця органів державного управління і місцевого самоврядування) з формування її сприйняття різними групами суспільства на підставі її політики та діяльності у сфері екології. Останнім часом з'являється нове покоління компаній, які визнають, що сталий розвиток бізнесу, конкурентоспроможність та можливість освоєння нових ринків пов'язано з проведеними політикою сталого розвитку, тобто з екологізацією всіх сторін діяльності. Можливості "екологічного іміджу" – це можливості зміцнення своїх позицій на суспільному рівні, у сприйнятті та оцінці підприємства його потенційними партнерами і потім, як наслідок, можливість економічного та фінансового успіху [2]. Через те що основним забруднювачем навколишнього середовища є автомобільний транспорт за рахунок неповного згоряння палива та синтезу отруйних речовин, в сучасних умовах якість транспортного обслуговування, що включає екологічну безпеку транспортних засобів, насамперед, повинна визначати пріоритетність інвестування автотранспортних підприємств.

Отже, рейтингова оцінка пріоритетності інвестування підприємства є комплексним показником, тому для практичного застосування необхідно визначити його основні риси, принципи формування, вдосконалити класифікацію за вагомими ознаками. Ураховуючи проведені дослідження щодо формування інвестиційної активності фірми [3 – 6] необхідно їх розглянути у процесі визначення складових рейтингу інвестування підприємств пасажирського автотранспорту та розкрити специфічні особливості галузі.

Складові комплексної оцінки пріоритетності інвестування підприємств пасажирського автотранспорту можна згрупувати за певними ознаками.

Зміст складових комплексної оцінки пріоритетності інвестування підприємств пасажирського автотранспорту:

фінансові, що включають інформаційні потоки даних фінансової та бухгалтерської звітності, фінансових відносин з власниками, результати проведених аналітичних досліджень грошового та майнового стану підприємства, дані про ефективність інвестиційних вкладень;

комерційні, що полягають в аналізі інформації про взаємовідносини з партнерами, становище на ринку, вплив процесу перевезень на навколишнє природне середовище, розширення асортименту додаткових послуг;

управлінські, що передбачають висвітлення місії підприємства, загальноекономічної та інвестиційної стратегії, результатів управлінського обліку, побудови організаційної структури з особливостями прав та обов'язків окремих підрозділів і їх керівників, рівня підготовки та досвіду роботи управлінського персоналу, лідерства в галузі, вміння приймати ефективні управлінські рішення відносно інвестиційного проектування, що передбачають реалізацію можливостей зниження транзакційних витрат, розміру зборів за забруднення навколишнього природного середовища.

Для визначення якісної характеристики та динаміки рейтингу інвестування необхідно здійснювати постійний моніторинг складових оцінок пріоритетності інвестування підприємств. З цією метою за допомогою експертних методів доцільно побудувати рейтинг пріоритетності інвестування автотранспортних підприємств та ідентифікувати його якісну ознаку. Для цього експерти повинні кожній складовій, окрім якості перевізного процесу, присвоїти оцінку в балах від одиниці до чотирьох, залежно від її притаманності конкретному підприємству. З метою застосування запропонованого підходу для АТП кожну складову необхідно зважити, тобто оцінити її значущість, яку також повинні визначити експерти методом ранжирування.

Експертам пропонувалось провести ранжирування складових за ступенем вагомості того або іншого елемента аналізу для дослідження пріоритетності інвестування автотранспортних підприємств. Складовій, що має найбільшу вагомість, має бути присвоєний перший ранг. Складовій, що має менший вплив на пріоритетність інвестування підприємства, ніж перша, має бути присвоєний другий ранг і т. д.

Результати експертного опитування можливо подати, шляхом побудови гістограми та полігону розташування сум рангів. За допомогою цих графіків можна згрупувати складові на основні та другорядні за ступенем їх впливу на показник, що досліджується.



Найбільш вагомими складовими рейтингу інвестування АТП є: якість процесу перевезень, що найбільшою мірою визначає вплив транспортного процесу на стан навколишнього природного середовища та необхідність підтримки держави для оновлення рухомого складу з метою підвищення екологічності транспортних засобів за рахунок відповідності їх технічних та екологічних характеристик світовим стандартам, лідерство в галузі, що відображає можливості автотранспортного підприємства відповідати міжнародним вимогам і стандартам у сфері транспортної діяльності, рівень підготовки та досвід роботи управлінського персоналу, від яких залежить можливість позиціонування на інвестиційному ринку і здатність приймати обґрунтовані інвестиційні рішення, та фінансовий стан підприємства, що характеризується типом фінансової стійкості підприємства (абсолютна стійкість, нормальний фінансовий стан, нестійке фінансове становище або кризове фінансове становище).

Таким чином, було запропоновано підхід до визначення впливу транспортного процесу на навколишнє природне середовище, що розглядається як складова комплексної оцінки пріоритетності інвестування підприємств пасажирського автотранспорту. За допомогою цього підходу визначені автотранспортні підприємства, що спричиняють найбільший збиток навколишньому природному середовищу та найбільше потребують залучення фінансових коштів для закупки транспортних засобів, що відповідають міжнародним технічним та екологічним вимогам у сфері транспортної діяльності.

Література: 1. Баканова М. Особенности PR / М. Баканова, М. Гринфельд // "Yes!". – 2000. – № 1. – С. 13–16. 2. Голицина О. Г. Возможности "экологического имиджа" предприятий // Цінні папери України. – 2001. – № 29 (30). – С. 26–32. 3. Практичні аспекти інвестиційної політики на місцевому рівні / П. Вдович, Ю. Григоренко та ін. – К. : Інститут реформ, 2003. – 48 с. 4. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сендерс, В. Ванг ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. ; СПб. ; К. : Изд. дом "Вильямс", 2002. – 944 с. 5. Краско Т. И. Психология рекламы / Т. И. Краско ; под ред. Е. В. Ромата. – Харьков : Студцентр, 2002. – 216 с. 6. Моисеева Н. Маркетинговые технологии в обеспечении деловой активности организации / Н. Моисеева // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – № 6. – С. 91–97.

УДК 330.341.1(477)

Мартиненко М. В.

КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЗНАТЬ

Анотація. Обґрунтовано роль кадрового потенціалу національної інноваційної системи в розвитку економіки знань, проведено по регіонах України порівняльний аналіз забезпечення національної інноваційної системи дослідниками, які складають основну категорію кадрів інноваційного типу.

Аннотация. Обоснована роль кадрового потенциала национальной инновационной системы в развитии экономики знаний, проведен сравнительный анализ обеспечения национальной инновационной системы исследователями по регионам Украины, которые составляют основную категорию кадров инновационного типа.

Annotation. The role of human resource capacity of national innovational system in the development of knowledge economy is proved, the comparative analysis of national innovation system researchers Ukrainian regions, which constitute the main category of personnel innovation type is conducted.

Ключові слова: кадри, потенціал, національна інноваційна система, інтелектуальний капітал.

Сучасні процеси, що відбуваються у світовій економіці, висувають нові вимоги щодо підходів та методів управління не тільки на рівні окремих підприємств, але й усієї держави в цілому. Так, поглиблення процесів глобалізації, інтернаціоналізації капіталу, стрімкий розвиток інформаційних технологій та мереж, зростання ролі інтелектуального капіталу в процесі виробництва створили підґрунтя для виникнення економіки нового типу – економіки знань. З точки зору В. Макарова, економіка знань – це такий тип економіки, "де сектори технологічної матеріалізації знань відіграють вирішальну роль, а виробництво знань є джерелом економічного зростання" [1, с. 11]. Роль інновацій у становленні нової економіки знань є провідною, оскільки саме створення нового знання є основою такої економіки. Процес створення нового знання розглядається багатьма вченими у тісному зв'язку з аналізом різних видів носіїв знань, основними з яких є саме кадри інноваційного типу. До-

© Мартиненко М. В., 2010



слідженню питань, щодо особливостей нової економіки, ролі інновацій у її розвитку, а також кадрового забезпечення національної інноваційної системи присвячені праці таких вчених-економістів, як: Т. Андрєєва, А. Гапоненко, В. Гриньова, М. Зак, В. Зінов, В. Коюда, В. Макаров, Б. Мільнер, І. Нонака, Х. Такеучі, Л. Шемаєва, О. Ястремська, Г. Янг та ін. Проте деякі питання, пов'язані з кадровим забезпеченням інноваційної діяльності, визначенням його впливу на розвиток національної інноваційної системи, значенням інновацій у формуванні нової економіки, потребують подальшого обґрунтування, що обумовлює актуальність теми дослідження.

Мета роботи полягає в уточненні сутності поняття кадрового потенціалу національної інноваційної системи та обґрунтуванні його ролі в розвитку економіки знань. Для досягнення поставленої мети вирішуються такі завдання: розглянуто основні риси економіки знань; досліджено значення інновацій для її розвитку; проведено порівняльний аналіз кадрового забезпечення національної інноваційної системи дослідниками по регіонах України.

У результаті аналізу думок сучасних вчених можна зробити висновок, що до основних рис економіки знань відносяться: відсутність рівноважних цін, оскільки економіка знань – це економіка зі зростаючою віддачею; превалювання конкуренції за рахунок пропозиції нових товарів та послуг, а не цінової конкуренції; поява нових системоутворюючих чинників в економіці, а саме: інтелектуальний капітал, інноваційна праця, інформаційний капітал; тенденція зниження вартості основних фондів, що зумовлена підвищенням вартості інформації і зменшенням потреби у поточних активах в інтелектуальній компанії; проникнення інформаційних благ практично в усі галузі економіки та виникнення багатфункціональних інформаційних технологій; динамічна взаємозалежність трьох провідних сил: знань, змін та глобалізації; вибір у якості головних стратегічних напрямів політики освіти, політики наукових досліджень, інноваційної політики [2 – 6].

Тісний зв'язок інновацій та економіки знань визнаний усіма відомими вченими-економістами. На думку П. Дракера, створення нових знань є одним з ключових факторів інноваційного розвитку [7]. Б. Мільнер вважає, що "вихідним компонентом інновацій є саме нові знання: щодо цілей, засобів та результатів діяльності" [8, с. 131]. При цьому процес створення знань може бути ефективним лише у тому випадку, коли ці знання перетворюються на кінцевий продукт, що має попит. Як такий продукт можуть виступати нові технології, товари, послуги тощо. Важливу роль у такому перетворенні, або комерціалізації знань, відіграє інтеграція наукових, правових, фінансових, соціальних інститутів та бізнесу, яка складає підґрунтя формування національної інноваційної системи. Сьогодні багатьма сучасними вченими обговорюється необхідність створення національної інноваційної системи як основи переходу до економіки знань. З точки зору В. Семіноженка, В. Гейця, Б. Кваснюка рух будь-якої країни до суспільства й економіки знань буде успішним, якщо виконуються такі умови: 1) мають місце результати розвитку демократичних процесів на тлі поєднання технологічних і культурних надбань; 2) демократизація розвитку відповідає запитам більшості громадян; 3) здійснюється поєднання індивідуалізованих і національних цінностей у результаті їх постійної ідентифікації; 4) створюються національні інноваційні системи, що відповідають запитам сучасності і поєднують структури суспільного та державного характеру [9, с. 64].

Підтвердженням наведеного вище є і той факт, що у 2004 році Світовим банком у межах програми "Знання для розвитку" (Knowledge for Development) було розроблено комплексну методику The Knowledge Assessment Methodology, яка передбачає використання системи показників для визначення рівня готовності різних країн та регіонів до переходу до економіки нового типу [10]. Дана методика дозволяє проводити порівняльний аналіз як за окремими показниками, так і за агрегованими індикаторами. Один з таких ключових індикаторів відображає рівень розвитку національної інноваційної системи і включає низку показників, основними з яких є: кількість дослідників у галузі НДДКР на 1 млн мешканців, кількість оформлених та прийнятих заявок на патенти на 1 млн мешканців, кількість публікацій у наукових та технічних журналах на 1 млн мешканців та ін. Слід відзначити, що саме від кількості, складу та якості наукових кадрів багато в чому залежить функціонування національної інноваційної системи як основи економіки знань. Для визначення тих прихованих та явних можливостей, котрі містять людські ресурси нової економіки, часто використовують різні терміни: людський інтелектуальний капітал, трудовий потенціал, кадровий потенціал. У даному дослідженні пріоритет віддано поняттю кадрового потенціалу, оскільки, на думку автора, саме воно найточніше відображає зміст забезпечення національної інноваційної системи людськими ресурсами. Термін "кадри" зазвичай використовують щодо спеціалістів високої кваліфікації, які виконують функції відповідно до тієї посади, що вони займають. Саме такі спеціалісти є основними носіями та генераторами нових знань, інновацій в економіці нового типу. Так, Н. Кузнєцова пропонує виділяти окрему категорію кадрів – кадри інноваційного типу, до котрих, на її думку, можна віднести частину персоналу, "яка має практичний досвід роботи, зайнята інноваційною працею, володіє якісними рисами, необхідними для створення інновацій та запровадження їх у життя, спроможна реалізувати свій індивідуально-кваліфікаційний і професійний потенціал з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства та досягнення ним стратегічних цілей розвитку" [11, с. 119].

Існує визначення кадрового потенціалу як сукупності "висококваліфікованих працівників, які характеризуються професійною придатністю, компетентністю, досвідом роботи, особистими морально-етичними якостями та здатністю до розвитку нових навичок, які мають бажання та можливість здійснювати трудову діяльність відповідно до їх рівня освіти" [12, с. 51]. Спираючись на дане розуміння наведеного поняття, можна стверджувати, що кадровий потенціал національної інноваційної системи складається із тієї частини економічно активного населення, яка містить зайнятих працездатних досвідчених працівників високого рівня кваліфікації, котрі здатні до новаторства і творчої діяльності переважно у сфері науки та інновацій. Основною категорією такого персоналу є дослід-

ники, до яких відносяться наукові та інженерно-технічні працівники, що професійно займаються науковими дослідженнями та розробками і безпосередньо беруть участь у створенні нових знань, продуктів, процесів, методів та систем, а також адміністративно-управлінський персонал, що здійснює безпосереднє керівництво дослідницьким процесом (у тому числі керівників наукових організацій та підрозділів, які виконують наукові дослідження і розробки) [13]. Згідно з даними Державного комітету статистики України, питома вага таких спеціалістів у загальній кількості зайнятого економічно активного населення в середньому по Україні становить 0,26 %. При цьому найменший цей показник у Хмельницькій області (0,013 %), а найвищий – у Харківській (0,972 %). Таким чином, Харківський регіон посідає за цим показником перше місце (після м. Київ) серед регіонів України.

Ефективне управління кадровим потенціалом національної інноваційної системи є однією з найважливіших складових переходу України до економіки нового типу. Отже, кадровий потенціал є елементом загального інноваційного потенціалу країни і зумовлює рівень знань, які створюються, накопичуються і трансформуються в межах національної інноваційної системи, та визначають її конкурентоспроможність у міжнародному просторі. Наукова новизна отриманих у роботі результатів полягає в удосконаленні сутності поняття кадрового потенціалу національної інноваційної системи, а також обґрунтуванні його ролі в розвитку економіки знань. Дані результати можуть бути покладені в основу подальшої розробки методичних підходів щодо оцінки стану національної та регіональних інноваційних систем.

Література: 1. Макаров В. Контури економіки знань / В. Макаров // *Економіст*. – 2003. – № 3. – С. 10–15. 2. Romer P. M. The Knowledge Economy. An Interview with Paul M. Romer. By Joel Kurtzman // *Strategy + business*. – 2001. – November 20. 3. Брежнева-Єрмоленко О. В. Інтелектуальна складова в структурі елементів нової економіки / О. В. Брежнева-Єрмоленко // *Актуальні проблеми економіки*. – 2010. – № 3(105). – С. 4–12. 4. Нова економіка: форми вияву, причини та наслідки : монографія / Х. Клодт та ін. – К. : Таксон, 2006. – 306 с. 5. Новак-Левандовська Р. Нова парадигма управління економіки, що базується на знаннях / Р. Новак-Левандовська, Г. Маниак / *Разом в Європі : Регіональні стратегії формування економіки знань в умовах Євроінтеграції* : зб. наук. пр. – Тернопіль : ТІСІТ, 2006. – С. 21–30. 6. Клуска М. М. Пропозиції цілеспрямованих дій щодо побудови в Україні економіки, що базується на знаннях, на основі досвіду ЄС та "Польської Траєкторії" / М. М. Клуска // *Разом в Європі : Регіональні стратегії формування економіки знань в умовах Євроінтеграції* : зб. наук. пр. – Тернопіль : ТІСІТ, 2006. – С. 85–90. 7. Drucker P. F. The new society of organizations / P. F. Drucker // *Harvard Business Review*. – 1992. – September-October. – P. 95–104. 8. Управление знаниями в инновационной экономике : учебник / под ред. Б. З. Мильнера. – М. : ЗАО "Издательство "Экономика", 2009. – 599 с. 9. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України : в 3 т. Т. 1 : Економіка знань – модернізаційний проект України / за ред. акад. НАН України В. М. Гейця, акад. НАН України В. П. Семіноженка, чл.-кор. НАН України Б. Є. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2007. – 544 с. 10. К обществом знаний: всемирный доклад ЮНЕСКО. – Париж, 2005. 11. Кузнецова Н. Б. Кадри інноваційного типу: сутність, значення та особливості формування в умовах розвитку інноваційної економіки / Н. Б. Кузнецова // *Актуальні проблеми економіки*. – 2009. – № 6(69)– С. 115–121. 12. Антонюк В. П. Кадровий потенціал в системі категорій економіки труда, его количественные и качественные характеристики / В. П. Антонюк, Е. Ю. Забавина // *Социально-экономические аспекты промышленной политики* : сб. науч. трудов. – Донецк : НАН України. Ін-т економіки промисловості., 2004. – 296 с. 13. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2008 році: статистичний збірник. – К. : Державний комітет статистики України, 2009. – 360 с.

УДК 331.108.4:331.36

Літинська В. А.

ПЛАНУВАННЯ КАР'ЄРИ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Розглянуто актуальність та необхідність проведення планування кар'єри персоналу підприємств. Розроблено алгоритм проведення планування кар'єрного просування персоналу та визначено характерні особливості побудови кар'єрограм для персоналу підприємств.

Аннотация. Рассмотрено актуальность и необходимость проведения планирования карьеры персонала предприятий. Разработано алгоритм проведения планирования карьерного продвижения персонала и определены характерные особенности построения карьерограммы для персонала предприятий.

© Літинська В. А., 2010



Annotation. An urgency and necessity of carrying out of planning of career of the personnel of the enterprises are considered. The algorithm of carrying out of planning of career advancement of the personnel and definitely prominent features of construction of the career diagram for the personnel of the enterprises it is developed.

Ключові слова: управлінський персонал, кар'єра, планування, побудова кар'єрограми.

Планування кар'єри персоналу підприємств стає однією з важливих сфер управління персоналом, яка передбачає виявлення можливостей навиків, потреб, вмінь індивіда, а також проведення заходів, які дадуть змогу забезпечити використання виявлених можливостей та задоволення потреб у професійному розвитку людини.

Планування кар'єри людини позитивно впливає на її індивідуальний та професійний розвиток, однак воно не створює нових посад та не може бути гарантією кар'єрного зростання або нового призначення.

Планування кар'єри не повинно орієнтуватись на першочергове завдання співробітника отримати наступне підвищення. При здійсненні такого планування співробітнику буде досить важко оцінити фактичну перспективну мету, при цьому нове призначення може бути останнім.

Головними завданнями написання даної статті є:

- 1) виявлення необхідності проведення планування кар'єри персоналу на підприємствах;
- 2) створення алгоритму проведення процесу планування кар'єри персоналу підприємств;
- 3) аналіз побудови кар'єрограми персоналу підприємств.

Для того щоб робота персоналу підприємств була ефективною та приносила підприємству матеріальну вигоду, необхідно планувати та сприяти кар'єрному розвитку персоналу.

Однак, як свідчать результати проведеного дослідження, на вітчизняних підприємствах персонал у більшості випадків не знає своїх перспектив кар'єрного зростання. Це вказує на низький рівень роботи керівництва підприємств (таблиця) [1, с. 34].

Таблиця

Характеристика планування кар'єрного просування персоналу вітчизняних підприємств

Назва підприємства	Персонал, %	
	який знає своє кар'єрне просування	який не знає свого кар'єрного просування
1. Агромоторсервіс, ТОВ	36,36	63,64
2. Європа – Експорт, ДП	14,63	85,37
3. Красилівський машинобудівний завод, ВАТ	20,69	79,31
4. Новатор, ДП	11,43	88,57
5. Полімермаш, ТОВ	33,33	66,67
6. Термопластавтомат, ВАТ	20,69	79,31
7. Тесмо–М, ЗАТ	15,63	84,37
8. Укрелектрокомплект, ТОВ	25,58	74,42

Усе вищезазначене дає можливість стверджувати, що плануванням кар'єрним просування персоналу на підприємствах не займаються, однак дане питання є дуже важливе. Саме тому необхідно створити алгоритм, згідно з яким повинно відбуватися планування кар'єрного просування персоналу підприємств.

Запропонований алгоритм планування кар'єрного просування персоналу машинобудівних підприємств передбачає виконання таких етапів:

- 1) прийняття рішення про доцільність планування кар'єри персоналу на підприємствах;
- 2) створення служби планування кар'єри персоналу;
- 3) визначення індивідом своїх потреб, інтересів, цілей та можливостей;
- 4) розробка анкети для визначення напрямку кар'єрного просування персоналу;
- 5) проведення анкетування та підведення його підсумків (визначення кар'єрного напрямку);
- 6) розробка кар'єрограми та створення індивідуальної карти планування кар'єри;
- 7) формування комплексу умов для успішного просування у службовій діяльності;
- 8) робота за обраним кар'єрним напрямком та перевірка роботи і визначення відповідності обраному напрямку кар'єрного просування.

Основою планування кар'єри персоналу підприємств є побудова кар'єрограми [2, с. 56].

Кар'єрограма – це формалізоване уявлення про те, який шлях повинен пройти індивід для того, щоб отримати необхідні знання та оволодіти потрібними навичками для ефективної роботи на конкретному місці [3, с. 267].

Розробка кар'єрограми вимагає дотримання умов, які істотно впливатимуть на її подальший розвиток:

- 1) визначення рівнів кар'єрного просування персоналу;
- 2) аналіз робіт за кожним з цих рівнів кар'єри персоналу;
- 3) визначення трудових прав та обов'язків за кожною посадою;
- 4) вивчення необхідного освітнього рівня, рівня кваліфікації, віку, стажу для ієрархії посад;
- 5) аналіз актуальності переходу персоналу на вищу посаду.

Планування кар'єри персоналу підприємства вимагає значних матеріальних витрат з боку підприємства, однак ці витрати швидко окупаються, адже персонал – це найважливіший вид ресурсу-



сів, який знаходиться у розпорядженні підприємства. Тому витрати на його розвиток є інвестиціями у майбутній розвиток компанії. Великі підприємства та корпорації мають більше можливостей ефективно проводити процес планування кар'єри персоналу [4, с. 112].

Проведення дослідження показали, що планування кар'єри персоналу підприємств є досить складним та багатогранним процесом. Це пояснюється тим, що для кожного індивіда, насамперед, необхідно визначити сферу компетенції, у якій він зможе займати ту посаду, за якої можна буде успішно виконувати свої обов'язки і яка не буде суперечити цілям та меті функціонування підприємства, а тоді вже планувати та розвивати кар'єру.

Плануванням кар'єри персоналу необхідно займатись, адже воно сприяє підвищенню значення працівника для підприємства та забезпечує відповідність кваліфікації персоналу новим можливостям, які очікують на них у майбутньому.

Для того щоб ефективно проводити процес планування кар'єрного просування персоналу підприємств необхідно дотримуватись комплексу послідовних етапів, які дадуть змогу будь-якому машинобудівному підприємству планувати та управляти кар'єрами свого персоналу.

Розроблений алгоритм планування кар'єрного просування персоналу підприємств, який складається із восьми послідовних етапів, передбачає [5, с. 198]:

- 1) виконання бажань персоналу у сфері розвитку свого потенціалу та професійного розвитку;
- 2) забезпечення безперервного потоку кваліфікованих кадрів;
- 3) найбільш ефективне використання можливостей персоналу на сьогоднішній день та у майбутньому;
- 4) впевненість персоналу у своїх власних силах;
- 5) хороше ставлення керівництва підприємства до підлеглих.

Підсумовуючи все вищезазначене, можна зробити висновок, що основою процесу планування кар'єрного просування персоналу, тобто основним етапом є розробка кар'єрограми, яка є основним документом, що регулює процес планування кар'єри персоналу на підприємстві та без якої неможливо спланувати та контролювати кар'єрне просування персоналу.

Література: 1. Жданкин Н. А. Восемь правил эффективной мотивации или как правильно мотивировать персонал / Н. А. Жданкин // Управление персоналом. – 2008. – № 3. – С. 32–39. 2. Мотивация к труду в условиях перехода к рынку / Г. М. Скударь, В. А. Панков, А. Л. Еськов и др. – К. : Техника, 2001. – 114 с. 3. Егоршин А. П. Управление персоналом : учебник для вузов / А. П. Егоршин. – 4-е изд., испр. – Н. Новгород : НИМБ, 2003. – 720 с. 4. Колот А. М. Мотивация персонала : підручник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с. 5. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навчальний посібник / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – К. : ЦУЛ, 2003. – 296 с.

УДК 330.131.5

Ковтун К. С.

ЦІЛІСНА МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ

Анотація. Запропоновано цілісну модель оцінки економічної ефективності впровадження інновацій, що включає основні критерії та процеси, що відповідають методології управління проектами на підприємстві.

Аннотация. Предложена целостная модель оценки экономической эффективности внедрения инноваций, которая включает основные критерии и процессы, отвечающие методологии управления проектами на предприятии.

Annotation. Holistic model of evaluating the economic efficiency of innovations that includes the basic criteria and processes that meet the project management methodology in the enterprise are proposed.

Ключові слова: цілісний, модель оцінки, економічна ефективність, впровадження інновацій.

Сучасна економічна наука і практика господарювання висунули низку проблем, однією з яких є комплексне оцінювання інноваційної діяльності підприємства. Інноваційна діяльність підприємства створює передумови для підвищення ефективності виробництва, сприяє досягненню кращих кінцевих результатів, ухваленню позитивних господарських рішень.

© Ковтун К. С., 2010



У сучасних умовах інновації постійно знаходились і знаходяться в центрі уваги вчених-економістів, таких, як Власова А. М., Гойко А. Ф., Гриньова В. М. [1 – 3] та ін. Але незважаючи на це, немає чітко виявленої цільової моделі оцінки економічної ефективності інновацій, тому варто побудувати її на основі критеріїв та процесів.

В умовах ринкових перетворень необхідна цілісна модель оцінки економічної ефективності інновацій, яка надавала б можливість розглянути таку ефективність з п'яти взаємопов'язаних точок зору (таблиця).

Таблиця

Критерії для цілісної моделі оцінки економічної ефективності інновацій [2]

Критерії оцінки ефективності інновацій	Питання на які треба відповісти перед впровадженням інновацій
Задоволення потреб зацікавлених сторін	Хто є основними учасниками інноваційного процесу, на що вони сподіваються і в чому мають потребу?
Вклад зацікавлених сторін	Чого саме підприємство-інноватор бажає і потребує від зацікавлених сторін на взаємовигідній основі?
Інноваційні стратегії	Які інноваційні стратегії необхідно розробити для того, щоб задовольнити побажання й потреби зацікавлених сторін, враховуючи при цьому власні інтереси?
Процеси	Які процеси необхідно налагодити, аби реалізувати інноваційні стратегії?
Можливості	Які саме можливості потрібні, аби керувати інноваційними процесами?

У першому стовпчику таблиці наведено критерії, за якими можна оцінити, наскільки інноваційний проект буде ефективним, а в другому – вже більш конкретне тлумачення кожного з критеріїв. Саме відповіді на подані запитання зможуть чітко встановити, з чим має справу вкладник, і в цілому вже буде змальована загальна картина впровадження інновацій.

Базовим інструментом управління змінами в економіці і в діяльності суб'єктів господарювання в умовах ринкових відносин стають програми й проекти. Концепція управління проектами розглядає проект як керовану зміну початкового стану будь-якої системи, пов'язану з витратою часу і коштів. В економічно розвинених країнах усі проекти здійснюються у рамках методології управління проектами (Project Management), яка дає змогу [3]:

здійснити аналіз інвестиційного ринку і сформувати інвестиційний портфель компанії з його оцінкою за критеріями дохідності, ризикованості та ліквідності;

оцінити ефективність інвестицій з урахуванням факторів ризику та невизначеності;

розробити стратегію формування інвестиційних ресурсів підприємства;

провести відбір і оцінку інвестиційної привабливості конкретних проектів;

здійснити планування й оперативне управління реалізацією конкретних проектів і програм;

забезпечити ефективне здійснення інвестиційного процесу тощо.

Концепцію управління проектами доцільно застосовувати в діяльності суб'єктів господарювання, що здійснюють інновації, в проектно-орієнтованих підприємствах. Причому зазначені підходи до побудови цілісної моделі оцінки ефективності повною мірою відповідають методології управління проектами.

Інноваційні проекти спрямовані на досягнення певної мети: розробку нових продуктів (продуктові інновації), нових технологічних процесів (процесові інновації), освоєння випуску нової продукції, зміну продуктового портфеля, впровадження нових технологій, технічне переозброєння, маркетингові дослідження, рекламні акції, виведення товару на ринок, впровадження управлінського обліку тощо.

У статті запропоновано чотири основні процеси, за допомогою яких будується система оцінки економічної ефективності інновацій:

- розробка критеріїв економічної ефективності;
- розробка системи показників та практичних процедур;
- управління на базі критеріїв;
- оновлення і перевірка на відповідність меті підприємства.

До першого процесу входить розроблення критеріїв, за якими буде оцінюватись економічна ефективність, далі йде визначення основних показників, на які можна опиратись, і їх практичне значення. На базі розроблених критеріїв вже можна підключати функцію управління. І обов'язкова компонента – це перевірка всього вищепереліченого на відповідність меті підприємства, орієнтованого на впровадження інновацій.

Таким чином, цілісна модель оцінки економічної ефективності, побудована на базі критеріїв та процесів, матиме такий вигляд (рисунок).

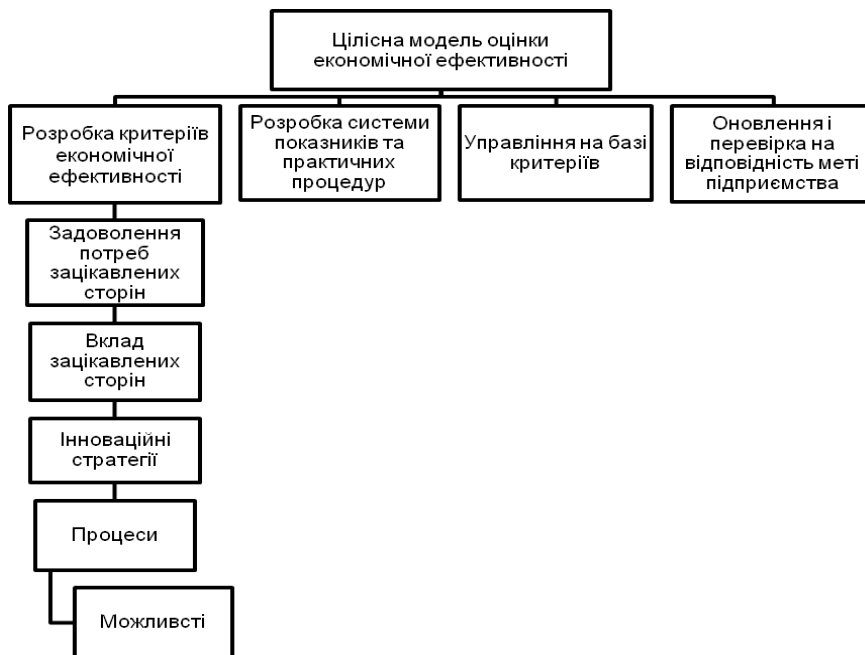


Рис. Цілісна модель оцінки економічної ефективності впровадження інновацій побудована на основі критеріїв та процесів

Отже, основними характеристиками нововведень є ефективний результат, а це перш за все пов'язано з правильною оцінкою економічної ефективності. При цьому першочерговим завданням керівників підприємств є визначення пріоритетних напрямків розвитку підприємства, забезпечення конкурентоспроможності продукції, піклування про ефективність виробництва. Таким чином, запропонована цілісна модель повинна забезпечити організаційні аспекти розробки, обґрунтування, вибору оптимального варіанта інновацій, їх впровадження на підприємстві та реалізації інноваційних виробів на ринку.

Література: 1. Власова А. М. Інноваційний менеджмент / А. М. Власова, Н. В. Краснокутська. – К. : КНЕУ, 1997. – 192 с. 2. Гойко А. Ф. Оценка экономической эффективности инвестиций на основе одного критерия [Электронный ресурс] / А. Ф. Гойко. – Режим доступа : www.stroi.ru/tsch/d935dr406305m6.html. 3. Гриньова В. М. Соціально-економічні проблеми інноваційного розвитку підприємства : монографія / В. М. Гриньова, О. В. Козирева. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 192 с.

УДК 658.15

Проскура Е. Ю.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Рассмотрены различные трактовки категории "финансовая устойчивость предприятия"; проанализированы существующие подходы к анализу финансовой устойчивости; предложен набор показателей, позволяющих оценить финансовую устойчивость отечественных предприятий.

Анотация. Розглянуто різні трактування категорії "фінансова стійкість підприємства"; проаналізовано існуючі підходи щодо аналізу фінансової стійкості; запропоновано набір показників, які дозволяють оцінити фінансову стійкість вітчизняних підприємств.

© Проскура Е. Ю., 2010



Annotation. Various interpretations of the category "the financial stability of enterprises" are considered. The existing approaches to the analysis of financial stability are analyzed. A set of indicators that allow us to assess the financial stability of Ukrainian enterprises is proposed.

Ключові слова: фінансове становище, стійкість платіжеспособність, фінансова незалежність.

Для определения финансового состояния предприятия используется ряд характеристик, которые наиболее полно и точно отражают его положение как во внутренней среде, так и во внешней среде. К таким характеристикам, как правило, относят платежеспособность и ликвидность, финансовую устойчивость, деловую активность, рентабельность. Кредиторов, в первую очередь, интересуют финансовая устойчивость и платежеспособность предприятия. Несмотря на общеизвестность данных категорий, в экономической литературе не существует единых подходов к их трактовке, а также набору показателей, с помощью которых осуществляется их количественная оценка. При этом своевременное выявление признаков неплатежеспособности или потери финансовой устойчивости предприятия позволит ему избежать возможного в этой ситуации банкротства.

Анализ экономической литературы показал, что для анализа финансовой устойчивости авторы, как правило, используют показатели анализа структуры капитала, добавляя к ним в некоторых случаях показатель покрытия процентов. Наличие больших объемов собственных средств, безусловно, свидетельствует о финансовой независимости предприятия, но ее можно потерять, если предприятие не будет генерировать положительные денежные потоки и направлять часть прибыли на расширение собственного капитала. Поэтому, на взгляд автора, понятие финансовой устойчивости несколько шире понятия финансовой независимости и требует анализа дополнительных показателей.

Большинство авторов под финансовой устойчивостью понимают стабильность финансового положения предприятия в долгосрочной перспективе, которая обусловлена высокой долей собственного капитала в общей сумме источников финансовых средств [1, с. 66; 2, с. 32–33; 3, с. 349–352]. Данная характеристика частично отражает кредитоспособность предприятия, то есть его способность получить и обслуживать кредиты. Правильнее ее было бы считать характеристикой финансовой независимости предприятия от внешних источников финансирования. В этом случае оценка финансовой устойчивости связана с анализом структуры источников средств предприятия, то есть с расчетом таких показателей, как: доля собственного капитала в общем капитале, соотношение заемных и собственных средств, доли краткосрочного и долгосрочного капитала и т. п.

Существует и несколько иное определение финансовой устойчивости, которое тесно связано с понятием платежеспособности предприятия. Так, авторы [4, с. 283] под финансовой устойчивостью понимают такое состояние предприятия, когда объем его имущества (активов) достаточен для погашения обязательств, то есть предприятие платежеспособно. То есть в данном случае идет полное отождествление финансовой устойчивости и платежеспособности. Но на самом деле это несколько разные экономические категории. Платежеспособность – это возможность предприятия своевременно погашать свои текущие платежные обязательства наличными ресурсами, а финансовая устойчивость – это платежеспособность на долгосрочную перспективу, которая определяется структурой источников капитала предприятия.

Схожую трактовку дает Т. А. Фролова, которая под финансовой устойчивостью понимает такое состояние предприятия, при котором платежеспособность постоянна во времени, а соотношение собственного и заемного капиталов обеспечивает эту платежеспособность [5].

Более точны те авторы, которые считают платежеспособность одной из сторон финансовой устойчивости предприятия. Так, по мнению авторов [6; 7], платежеспособность является важной характеристикой финансовой устойчивости, так как сама по себе высокая доля собственного капитала не свидетельствует о прибыльной деятельности предприятия и его возможности погашать полученные кредиты и проценты по ним. Со временем финансовая устойчивость может снизиться, но не за счет новых кредитов, а за счет потери собственных средств, которые уйдут на покрытие убытков.

Анализ платежеспособности является самостоятельным блоком при анализе финансового состояния предприятия, поэтому при анализе финансовой устойчивости достаточно оценить возможность предприятия погашать проценты по полученным кредитам за счет прибыли до выплаты процентов и налогов. Это можно сделать с помощью так называемого, коэффициента покрытия процентов [3, с. 349–352; 8, с. 307–308].

Помимо того, что финансовая устойчивость характеризует платежеспособность предприятия и наличие у него высокой доли собственного капитала, она также должна отражать стабильное превышение доходов над расходами, что обеспечит свободное маневрирование денежными средствами. Эти выводы подтверждаются авторами [7; 9], которые под финансовой устойчивостью понимают такое финансовое состояние предприятия, хозяйственная деятельность которого обеспечивает в нормальных условиях выполнение всех его обязательств перед работниками, другими организациями, государством благодаря достаточным доходам и соответствию доходов и расходов.

Таким образом, финансовая устойчивость предприятия – это такое состояние его финансовых ресурсов, их распределение и использование, которые обеспечивают развитие предприятия на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска.

В соответствии с различными подходами к трактовке категории "финансовая устойчивость предприятия" в экономической литературе существуют различные методики или наборы показате-

лей для ее оценки [1–9]. Исходя из сформулированного ранее определения, финансовую устойчивость целесообразно анализировать по трем направлениям:

1. Структура средств предприятия:

показатель финансовой автономии, который показывает долю собственного капитала в общем капитале предприятия (K_1);

показатель финансирования, который характеризует объем заемных средств на единицу собственного капитала (K_2);

показатель задолженности, который показывает долю заемного капитала в общей сумме капитала предприятия (K_3);

показатель текущей задолженности, который характеризует долю краткосрочного заемного капитала в общей сумме капитала предприятия (K_4);

доля долгосрочного привлечения заемных средств, что характеризует структуру долгосрочного капитала предприятия (K_5);

показатель структуры долгосрочных вложений, что позволяет оценить, какая часть основных фондов и прочих внеоборотных активов профинансирована внешними инвесторами, то есть принадлежит им, а не собственникам предприятия (K_6).

2. Возможность предприятия погашать проценты по полученным кредитам:

показатель покрытия процентных платежей доходами, который рассчитывается как отношение дохода до выплаты процентов и налогов к сумме процентных платежей и показывает возможность предприятия своевременно осуществлять годовую выплату процентных платежей (K_7).

3. Возможность предприятия выполнять свои обязательства перед работниками и другими организациями:

показатель маневренности собственного капитала, который показывает, какая часть собственного капитала используется для финансирования текущей деятельности, то есть вложена в оборотные средства, а какая часть капитализирована (K_8);

чистый денежный поток по операционной деятельности, который показывает разницу между суммой денежных средств, полученных от реализации продукции, и суммами денежных средств, выплаченных за приобретение сырья, в качестве заработной платы и уплаты налогов (K_9);

показатель реинвестирования чистого денежного потока, который позволяет получить представление об уровне эффективности денежного потока (K_{10});

показатель объемов нераспределенной прибыли и дополнительного капитала, который характеризует объемы прибыли, которая остается в деятельности предприятия и не выплачивается его собственникам (K_{11}).

Анализ данных показателей на взаимную корреляцию осуществлялся по данным 9 предприятий Харьковской области за 2007 – 2008 гг. Результаты анализа позволили установить, что наибольшую взаимную зависимость имеют следующие показатели: K_1 и K_3 (значение коэффициента парной корреляции составляет $-0,999$), K_2 и K_8 ($0,96$), K_5 и K_6 ($0,91$), K_5 и K_8 ($-0,84$), K_2 и K_5 ($0,79$), K_1 и K_2 ($-0,72$), K_2 и K_3 ($0,72$).

Таким образом, для проведения анализа финансовой устойчивости отечественных предприятий целесообразно использовать следующие показатели: показатель финансовой автономии, показатель текущей задолженности, показатель покрытия процентных платежей доходами, чистый денежный поток по операционной деятельности, показатель реинвестирования чистого денежного потока, показатель объемов нераспределенной прибыли и дополнительного капитала. В отличие от существующих методик анализа финансовой устойчивости использование данных показателей позволит анализировать не только структуру капитала, но и способность предприятия в своей деятельности генерировать положительные денежные потоки, выполнять все свои обязательства перед кредиторами и осуществлять самофинансирование за счет прибыли.

Литература: 1. Гриньова В. М. Тлумачний словник економічних термінів : навчальний посібник / В. М. Гриньова, В. О. Коюда. – Харків : Гриф, 2001. – 184 с. 2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 1999. – 528 с. 3. Финансы : учебник. / под ред. В. В. Ковалева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК "Велби", Изд-во "Проспект", 2007. – 610 с. 4. Фінанси підприємств : навч. посіб. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : МАУП, 2004. – 328 с. 5. Фролова Т. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Электронный ресурс] / Фролова Т. А. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2006. – Режим доступа : <http://www.aup.ru/books/m167/>. 6. Проект ООО "Константа" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.finanalit.ru/litra/395/2998.html>. 7. Центр информационных инноваций ООО БК-Аркадия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bp-arkadia.ru/publication37.htm>. 8. Гриньова В. М. Фінанси підприємств : навч. посібн. / В. М. Гриньова, В. О. Коюда. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Знання-Прес, 2004. – 424 с. 9. Словарь аудитора и бухгалтера / Л. Ш. Лозовский, М. В. Мельник, М. Е. Грачева и др. – М. : ЗАО "Изд. "Экономика", 2003. – 446 с.



Секція 2

"Мотиваційна стратегія управління персоналом підприємства як складова розвитку підприємства"

Гук Л. П.

УДК 331.101.262

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РОЗВИТОК НЕСТАНДАРТНИХ ФОРМ ЗАЙНЯТОСТІ

Анотація. Присвячено дослідженню проблеми впливу інформаційних технологій на трансформацію зайнятості в Україні. Розглянуто розвиток нових форм організації праці і зайнятості, зокрема дистанційної зайнятості.

Аннотация. Посвящено исследованию проблемы влияния информационных технологий на трансформацию занятости в Украине. Рассмотрено развитие новых форм организации труда и занятости, в частности дистанционной занятости.

Annotation. The article is devoted to the research of the technologies information influence on transformation of employment in Ukraine. Development of the new labour organization forms and employment, in particular distance employment are considered.

Ключові слова: інформаційні технології, нестандартні форми зайнятості, дистанційна зайнятість

Сучасні інформаційні і телекомунікаційні технології (ІТТ) з їх стрімко зростаючим потенціалом і витратами, що швидко зменшуються, відкривають великі можливості для появи нових форм організації праці і зайнятості в рамках як окремих підприємств, так і суспільства в цілому.

Сьогодні йде пошук гнучких, реалістичних і ефективних способів вирішення проблем, що виникли на новому етапі науково-технічного прогресу, який, як і в минулому, порушує сформований баланс у сфері соціально-економічних відносин. З'явилось безліч песимістичних і оптимістичних інтерпретацій наслідків *нововведень*. Знову відродилися катастрофічні сценарії, що пророкують "кінець праці" [1], у той же час посилюється прагнення до створення нового інформаційного суспільства.

Починаючи з середини 80-х років ХХ ст., загальним стає поширення персональних комп'ютерів та інформаційних мереж – спочатку на підприємствах, потім серед фахівців і в домашніх господарствах – це дозволило не стільки автоматизувати, скільки інформатизувати робочі місця; при цьому комп'ютеризація охопила всі сфери діяльності підприємств та організацій.

ІТТ змінили сам підхід до роботи, розширивши можливості людей працювати як індивідуально, так і колективно. Індивідуалізація праці в трудовому процесі означала фундаментальну трансформацію роботи. У цілому мова йде про значну зміну змісту праці, виникнення нових форм зайнятості [2, с. 54], оскільки суттєві зміни у технологіях вимагали пошуку нових форм організації праці, режимів роботи, адекватних новим формам організації виробництва.

У 90-ті роки завдяки інформаційним мережам користувачі отримали доступ до потужних інформаційних систем через робочі станції і персональні комп'ютери. ІТТ впливають на організаційні моделі підприємств, змінюючи і спрощуючи функціональні ієрархічні структури, пропонуючи на основі мережових рішень альтернативні форми взаємодії як всередині підприємства, так і з зовнішнім світом, змінюючи методи контролю й управління та поступово долаючи обмеження, що обумовлюються необхідністю знаходитися у фізичному контакті при спільній роботі.

Темпи переходу до використання нових мережових послуг залежать від різних факторів, зокрема, від економічних переваг, які забезпечує нова послуга порівняно з традиційною; від легкості навчання користувачів новим видом послуги; від стабільності технологій, на яких заснована послуга; від доступності відповідної комунікаційної інфраструктури.

Найважливішу роль у швидкому поширенні нових видів послуг відіграє навчання потенційних користувачів, тобто інвестиції в людський капітал. Новим послугам властивий тісний взаємозв'язок "культури користування" і "культури розвитку", і на відміну від промисловості споживання в цьому

© Гук Л. П., 2010

секторі не так чітко відділено від виробництва. Це – проблема не просто адаптації споживачів до нових процесів і продуктів, але, швидше, взаємодії методів "навчання в ході роботи" і "навчання в ході користування".

Сьогодні ІТТ можуть зробити вирішальний внесок у зміцнення взаємозв'язку між зростанням продуктивності праці, обсягів виробництва, інвестицій і зайнятості. Нові види послуг, які поширюються по мережах, здатні створити чимало робочих місць, що підтверджує практика останніх років.

Серед можливостей інформаційних мереж слід особливо відзначити підтримку дистанційної (надомної) роботи. Це – частина процесу децентралізації службової діяльності у часі і просторі. Незважаючи на всі складнощі, пов'язані з упровадженням цієї новації, підприємствам воно може дати не тільки організаційні, але й економічні переваги.

Багато успішних експериментів, проведених у різних країнах світу, підтвердили, що дистанційна робота не тільки означає можливість працювати вдома, вона сприяє забезпеченню більш гнучкого підходу до виконання працівником своїх функцій, оптимізуючи співвідношення робочого часу і часу, що витрачається на поїздки на роботу. Молоді професіонали нерідко надають перевагу гнучкій дистанційній формі зайнятості й роботі неповний день, щоб вести незалежний спосіб життя. Поширення надомної роботи вимагає досягнення згоди між працівниками і роботодавцями та перегляду їхніх стосунків. Часткова зайнятість все більше розглядається як результат сучасних структурних зрушень в економіці, а не як нова форма експлуатації трудящих. Заохочення до незалежної роботи в інформаційних мережах приведе до збільшення частки самозайнятих порівняно з часткою найманих працівників.

Хоча широке використання нових технологій відкриває величезні можливості для економічного зростання, для України характерні як загальне відставання в цій галузі, так і відсутність стратегічної ініціативи, необхідної для розвитку сектору послуг. Загострення проблем інноваційного розвитку в промисловості стосується зниження темпів відновлення промислової продукції, зменшення кількості НДДКР, що в кінцевому підсумку позначається на конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. У зміцненні конкурентних позицій на ринку значну роль відіграють нововведення, які визначаються в якому-небудь оформленні новизни виробу, що підвищує ефективність його застосування [3, с. 182]. З точки зору створення нових продуктів і послуг та формування навичок користування ними в цілому умови в Україні менш сприятливі, ніж у Європі та США. Слід також відзначити недостатньо високий рівень комп'ютерної грамотності, малу насиченість домашніх господарств електронними технологіями, слабкий розвиток таких видів послуг, як комп'ютерна торгівля, дистанційна зайнятість, обмін інформацією між органами влади, громадянами і підприємствами.

Існують й інші проблеми, пов'язані зі створенням відповідної нематеріальної інфраструктури: модернізація шкільного навчання, формування сприятливого для інноваційного підприємництва середовища та орієнтація фінансової системи на сприяння реалізації нових ідей та ініціатив. В іншому випадку нам загрожує втрата накопиченого технологічного потенціалу, а втрачені можливості реалізувати вже не вдасться.

У світлі сказаного вважається за доцільне проведення таких заходів:

усебічне сприяння прискореному поширенню високотехнологічних послуг на українському ринку праці (наприклад, комп'ютерна торгівля та дистанційна зайнятість) і в адміністративних структурах (електронна документація, обмін інформацією між різними суб'єктами, інформаційні системи для громадян і підприємств, електронні бібліотеки та музеї і т. д.);

повна лібералізація послуг та інформаційних мереж, стимулювання справжньої конкуренції як на локальному, так і на національному рівнях. Робочі місця створюються тоді, коли товари і послуги виробляються в конкретних місцевостях, але піддаються впливу глобальної конкуренції і відповідають вимогам світових ринків, у тому числі і в галузі управління. При цьому необхідно уникати спокусу субсидування і протекціонізму;

вироблення чітких селективних стратегій розвитку науково-технічної сфери, узгодження їх зі спеціальними програмами застосування ІТТ;

вдосконалення системи освіти на основі впровадження нових інформаційних технологій, перенавчання вчителів, забезпечення доступу всіх шкіл до Інтернету;

надання організаційної та фінансової підтримки молодим підприємцям, які працюють у сфері інформаційних послуг.

Література: 1. Rifkin J. The End of Work. The Decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-Market Era / J. Rifkin. – N. Y. : G. P. Putnam's Sons, 1996. 2. Кастельс М. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель / М. Кастельс, П. Химанен ; пер. с англ. А. Калинина, Ю. Подороги. – М. : Логос, 2002. – 219 с. 3. Смирнова Л. Д. Концепция гибкого контроллинга в системе управления процессом производства / Л. Д. Смирнова, В. Н. Тимохин // Модели управления в рыночной экономике : сборник научных трудов. – Днепропетровск, 2004. – Вып. 2. – С. 256.

МОТИВАЦІЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Присвячено вирішенню практичних завдань управління трудовою діяльністю персоналу підприємства шляхом застосування нових соціально-економічних методів мотивації праці, які надали б змогу підвищити економічну зацікавленість працівників продуктивно та якісно працювати.

Аннотация. Посвящено решению практических заданий управления трудовой деятельностью персонала предприятия путем применения новых социально-экономических методов мотивации труда, которые предоставили бы возможность повысить экономическую заинтересованность работников производительно и качественно работать.

Annotation. The article is dedicated to the decision of practical tasks of personnel labour activity management on the enterprise by application of new socio-economic methods of labour motivations, which would give possibility to promote the economic personal interest of workers to work productively and high-quality.

Ключові слова: мотивація, стратегія, управління персоналом, правила керування мотивацією.

Сучасні темпи економічного розвитку вимагають вирішення практичних завдань управління трудовою діяльністю персоналу підприємства шляхом застосування нових соціально-економічних методів мотивації праці, які надали б змогу підвищити економічну зацікавленість працівників продуктивно та якісно працювати. Мотивація персоналу – один зі способів підвищення продуктивності праці. Мотивація праці персоналу є ключовим напрямом кадрової політики будь-якого підприємства. Найбільш ефективною системою мотивації співробітників є "мотивація на результат". Результати роботи співробітників і мотивація персоналу дозволяють істотно поліпшити ефективність і продуктивність роботи компанії. Більшість теоретиків систем мотивації приходили до висновку, що тільки мотивація на результат є правильною системою, тому що обґрунтовує виплати винагород бізнесу, а співробітникам дає можливість одержувати й збільшувати дохід у чіткій залежності до прикладених зусиль.

Мотивація – це потужний інструмент впливу, сфера впливу якого виходить далеко за межі традиційних подань про неї як спосіб стимулювання персоналу до роботи [1]. З її допомогою, наприклад, можна змусити людину більш завзято трудитися, а команду людей діяти більш згуртовано. Можна переконати персонал компанії прийняти на віру амбіційні плани й устремління її директорської ради.

Сама система мотивації в цілому – досить широка тема, охопити яку в одній статті неможливо. Тому потрібно сконцентруватися на одному з її аспектів, а саме – матеріальному стимулюванні. Отже, основна мета єдиної системи мотивації в компанії – стимулювання виконавців за те, на що вони реально мають вплив. Наприклад, співробітники, що мають вплив на прибуток (витрати, строки, якість і обсяги), мотивуються саме за досягнення запланованих показників з прибутку, витрат, обсягів, якості. Співробітники, що мають реальні важелі впливу на економію трудозатрат, витрат матеріалів, комплектуючих, коштів, мотивуються за досягнення встановлених показників у цій сфері. Нарешті, всі співробітники, що працюють у компанії, мотивуються за дотримання встановлених регламентів і інструкцій. Тільки при такому розподілі повноважень і відповідальності матеріальне стимулювання персоналу стане базисом для побудови ефективної системи мотивації.

Найпотужніший вплив на уявлення керівників про природу трудової мотивації персоналу зробили ідеї, висловлені Фредеріком Тейлором на початку ХХ століття [2]. Тейлор стверджував, що найбільшим нещастям, від якого страждають як хазяї фабрик і заводів, так і робітники, є недолік відсутності бажання трудитися з повною віддачею, свідомо уповільнена робота з метою знизити денне виробництво, "солдатська робота". Тейлор ставив перед собою високі цілі: "Знищення "проходності" і різних причин повільності в роботі, – писав він, – повинне настільки знизити витрати виробництва в промисловості, що наші ринки, як внутрішній, так і зовнішній, значно розширяться, і ми зможемо конкурувати більш ніж на рівних умовах з нашими суперниками".

Серед сучасних науковців, які висвітлювали дане питання, слід виділити Весніна В. Р., Дмитренка Г. А., Каліну А. В., Колота А. М., Кулікова Г. Т., Лагутіна В. Д., Монастирську Г. В., Сладкевича В. П., Уманського О. Г. та ін.



При цинічному погляді на мотивацію вона представляється у вигляді якоїсь витонченої маніпуляції людьми; інакше кажучи, мотивація є способом змусити інших робити те, що хочеш, при цьому, в ідеальному випадку, вони не повинні цього навіть усвідомлювати. Щоб мотивуючий вплив був глибшим і тривалішим, він повинен стати чимсь більшим: щось на зразок винагороди за працю всім учасникам цього процесу. Безумовно, всі особи, які беруть участь у мотивації інших людей хочуть отримати з неї якусь користь, а не просто підвищити ефективність праці або поліпшити якість продукції, що випускається, і звичайно, вони не прагнуть створити команду роботів, яка сліпо когось підкоряється. Вони хочуть, щоб люди, спонукувані до дії, одержували дійсне задоволення від своєї праці.

Незалежно від застосовуваних прийомів мотивації потрібно враховувати певні правила керування мотивацією, які базуються на особливостях людської психіки. Вони відображають накопичений управлінський досвід і забезпечують ефективність застосовуваних методів мотивації. Найбільш важливі із цих стратегій можуть бути сформульовані в такий спосіб:

1. Позитивне підкріплення ефективніше й конструктивніше негативного, особливо в довгостроковій перспективі.

Американський психолог Б. Скіннер пише: "Людина, яка була покарана, не стає в силу цього менш схильною поводитися як і раніше, у найкращому разі вона навчиться, як уникати покарання" [3]. Позитивне підкріплення активно формує поведження в бажаному напрямку, підвищує самооцінку, мотивує оволодіння новими навичками, збільшує ініціативність. Люди рідко вважають, що їх покарали справедливо, тому в довгостроковому аспекті негативне підкріплення викликає відкритий або прихований опір.

2. Непередбачені й нерегулярні заохочення стимулюють краще, ніж очікувані й прогнозовані.

Люди швидко звикають до сформованої системи стимулювання. Якщо заохочення стає очікуваним, воно швидко втрачає свою мотивуючу чинність – людина просто перестає реагувати на нього. Більш того, відсутність очікуваного заохочення буде сприйматися як несправедливість. Так що замість стимулюючого наступає гальмуючий ефект. Яскравим прикладом дії даного правила є часто застосовувана в попередні роки система "прогресивок", коли за виконання плану підприємством всі його працівники одержували певну надбавку до заробітної плати. Оскільки план виконувався практично завжди, дана надбавка розглядалася як складова частина заробітної плати й мало стимулювала працівників. Її ж рідка відсутність викликала невдоволення серед працівників. Отже, системи заохочення працівників, що навіть довели свою ефективність, необхідно час від часу міняти [4].

3. Заохочення повинне бути конкретним і невідкладним; чим більше часовий інтервал, тим менше ефект.

Людині повинно бути зовсім точно відомо за що конкретно відбулося заохочення. Тоді ці бажані дії будуть закріплені й одержать подальший розвиток. Негайне заохочення сильніше стимулює працівників, ніж відкладене на тривалий строк. Воно може приймати різні форми. Наприклад, випускання чеків прямо на робочому місці.

4. Великі й ті, які рідко кому дістаються, нагороди звичайно викликають заздрість, а невеликі й часті – задоволення.

Свої досягнення люди переважно оцінюють шляхом порівняння з результатами інших, а не за абсолютними показниками. Різниця між власним заробітком і заробітком колеги є часом більш стійким фактором задоволеності, ніж сам заробіток. Високі нагороди, що рідко кому дістаються, спантеличують інших співробітників, всіх тих, хто їх не одержав. Вони викликають напруженість серед персоналу, приводять до погіршення взаємин. У той же час невеликі, часто й багатьма одержувані заохочення позитивно впливають на індивіда й колектив у цілому.

Мотивація стратегії управління персоналом підприємства базується на тому, що керівник повинен мати здатність чути й вчасно реагувати на всі зміни в житті й роботі співробітників, які можуть породити нові вимоги з їх боку і жадати змін, як вимог до співробітника (тобто тій складовій психологічного контракту, що йде від організації), так і вимог до організації. Це дозволить протягом тривалого часу підтримувати на високому рівні готовність працівника до співробітництва з керівництвом і його прихильність компанії, та підвищити продуктивність праці.

Література: 1. Материал из Википедии – свободной энциклопедии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org>. 2. Тейлор Ф. Принципы научного управления [Электронный ресурс] / Фредерик Тейлор. – Режим доступа : <http://www.improvement.ru/bibliot/taylor/index.shtml>. 3. Скиннер Б. Ф. Наука и поведение человека / Б. Ф. Скиннер // Science and Human Behavior. – New York : Macmillan, 1953. 4. Управление персоналом организации. Практикум : учебное пособие / под ред. д.э.н., проф. А. Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 326 с.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ

Аннотация. Обоснована необходимость разработки программ развития предпринимательских качеств с использованием методов интенсификации обучения, базирующихся на познавательной мотивации.

Анотація. Обґрунтовано необхідність розробки програм розвитку підприємницьких якостей з використанням методів інтенсифікації навчання, що базуються на пізнавальній мотивації.

Annotation. The necessity of the enterprise qualities development program with the use of methods of the intensification teaching, which are based on cognitive motivation, is grounded.

Ключевые слова: развитие предпринимателей, методы интенсификации обучения, познавательная мотивация.

Лауреат Нобелевской премии в области экономики Милтон Фридмен говорил, что все достижения человечества стали возможными благодаря накоплению двух видов капитала: человеческого и физического [1]. При этом, распределение всех доходов от рыночных сделок осуществлялось непропорционально, ибо в странах с развитой экономикой и рынком на личные производственные возможности индивидуума приходится около 75 % всех доходов. Очевидно, что качество существующего человеческого капитала в нашем обществе требует расширения спектра подходов к выявлению и формализации содержательных признаков его эффективности. Отказ от традиционных методов формализации вынуждает обратить внимание на предпринимателей как наименее изученный слой населения Украины, но становящийся от этого наиболее перспективным и существенным признаком благополучия.

Вопросами технологии развития персонала занимались много иностранных и отечественных ученых, таких, как: М. Армстронг, Д. Паркер, Кибанов О. Я., Базаров Т. Ю., Еремин Б. Л. и др. Определенное внимание в трудах Пономаренко В. С., Пушкаря А. И., Гриневой В. Н., А. Митиной, Н. Солодовой, Гавкаловой Н. Л., Ю. Токарева и многих других уделено антикризисному управлению персоналом. Однако в определенном внимании нуждается поиск средств интенсивного формирования знаний, умений и навыков, которые отвечали бы функционально-прикладному и психологическому содержанию профессиональной деятельности.

Практическое применение теоретических знаний необходимо и целесообразно, поскольку "научное описание позволяет покончить с тем, что кажется очевидным" [2]. Реальная практика ведения дел в среде предприимчивых людей говорит нам о том, что существующие теоретические модели в большей мере идеализированы, отстают от практики, основаны на опыте, и самое существенное – они разработаны для развитого рынка и определенного экономического уровня [3]. Инерционность экономической деятельности не позволяет субъектам реагировать на изменения в экономической жизни и это происходит до тех пор, пока потребность в принятии нового решения не становится слишком очевидной [4]. Данная практика существенно усложняет жизнь предпринимателю и требует чего-то большего, поскольку он, как элемент легальной общности, является носителем самоопределяющейся культуры и потребует дидактической защиты в целях борьбы за признание не только классовое, но и профессиональное.

Практическая когнитология [5] и экономика знаний решают одну общую задачу – сделать развитие человека не только успешным, но и эффективным. И такое возможно, достаточно ограничить распространение лопаласовского принципа объектного воздействия на человека в среде предприимчивых индивидов, и перейти к работе с этими людьми в контексте предметного воздействия и влияния, поскольку языковое сознание признает право человека на самосознание, саморегуляцию, на то, чтобы быть просто субъектом.

Субъектность предпринимательской деятельности основывается, в том числе, и на определенной системе организации сознания предпринимателя [6]. Принадлежность к данному виду деятельности позволяет обратить внимание и заметить то, что именно предприниматель склонен замечать в мире, а к чему он функционально более или менее слеп, к чему он "устойчив" или "чувствителен", а к чему устойчив в том смысле, что невосприимчив, поскольку просто не располагает необходимой системой категоризации мира. Данная система категоризации является ориентировочной основой деятельности, и формируется она традиционным путем через практическое усвоение теоретических знаний.

Как показано выше, только здравый смысл и опыт предыдущей деятельности не способны обеспечить предпринимателю эффективность капитала как ключевого фактора успешности профессиональной деятельности, поскольку последняя обладает признаками продуктивности, интенсивности, надежности, точности, организованности, квалифицированности и ситуативной обусловленности [7].



Таким образом, можно допустить возможность решения конкретной задачи, которая обусловлена социальными факторами. Социальные ценности задают ориентиры и основу для сознательного выбора профессии [8]. Существующая мода на профессии, общественный престиж, стремление к материальному благополучию обеспечивают выбор предпринимательской деятельности как основной модели жизни. Однако основанный на поверхностном и чисто внешнем впечатлении выбор сам по себе недостаточен, поскольку романтика быстро проходит, и остаются "серые будни", которые и являются определяющими в реализации намеченных профессиональных целей. В этой связи нам видится очень важным проверить гипотезу о наличии структуры познавательной мотивации у предпринимателей, которая позволит разработать частный метод профессионального обучения для предприимчивого человека и внедрить иерархическую классификацию профессии "Предприниматель", состоящую из совокупности профессиональных знаний, навыков и умений.

С целью проверки гипотезы был проведен следующий эксперимент. Выборка испытуемых состояла из 42 человек, в возрасте от 28 до 45 лет. Все респонденты считают себя предпринимателями с ясной карьерной перспективой, которая не предполагает профессиональную переориентацию, а именно – модель жизни "работа на зарплату". Каждому в рамках углубленного интервью задавался вопрос следующего содержания: "Что не хватает Вам лично для успешного ведения своего бизнеса?". В результате частотного анализа содержания высказываний обнаружено: а) каждый из респондентов понимает, что предпринимательство есть конкретная практическая деятельность; б) эта деятельность состоит из набора простых операций; в) структура и порядок простых операций обусловлены совокупностью практических задач; г) каждая практическая задача имеет отношение к одной или нескольким теоретическим и дидактическим предметным областям.

В результате исследования доподлинно установлено, что таксономия целей, составляющих ориентировочную основу практической деятельности предпринимателя, соответствует конкретной дидактической совокупности:

1. Управление фирмой.
2. Управленческий учет.
3. Продвижение и сбыт.
4. Работа с персоналом.

Таким образом, попытка выявить профессиональную иерархическую классификацию дает основания и возможность разработки программ развития предпринимателей с использованием методов интенсификации обучения.

Литература: 1. Фридмен М. О свободе / М. Фридмен, Ф. Хайек // Серия "Философия свободы". – М. : Социум ; Три квадрата, 2003. – Вып. II. – 182 с. 2. Хойруп Т. Модели жизни / Т. Хойруп. – СПб. : Книгоиздательство "Всемирное слово", 1998. – 220 с. 3. Гончарук В. А. Развитие предприятия / В. А. Гончарук. – М. : Дело, 2000. – 208 с. 4. Дейнека О. С. Экономическая психология : учебное пособие / О. С. Дейнека. – СПб. : Изд. С.-Петерб. ун-та, 2000. – 160 с. 5. Червинская К. Р. Психология извлечения экспертных знаний субъектов труда : автореф. на соискание ученой степени докт. психол. наук / К. Р. Червинская. – СПб. , 2010. – 47 с. 6. Климов Е. А. Образ мира в разнотипных профессиях : учебное пособие / Е. А. Климов. – М. : Изд. МГУ, 1995. – 224 с. 7. Суходольский Г. В. Структурно-алгоритмический анализ и синтез деятельности / Г. В. Суходольский. – Ленинград : Изд. ЛГУ, 1976. – 120 с. 8. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы / Е. П. Ильин. – СПб. : Питер, 2000. – 502 с.

УДК 33(075.8)

Шарко А. І.

АНАЛІЗ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Проведено аналіз використання фонду оплати праці на ВАТ "Запоріжбудмаш". Спостерігається негативна тенденція зміни ефективності використання трудових ресурсів, що відзначається у зменшенні продуктивності праці персоналу. Аналіз системи оплати праці показав, що на підприємстві використовується почасово-преміальна система оплати праці.

Аннотация. Проведен анализ использования фонда оплаты труда на ОАО "Запоріжбудмаш". Наблюдается негативная тенденция изменения эффективности использования трудовых ресурсов, которая отмечается в уменьшении производительности труда персонала. Анализ системы оплаты труда показал, что на предприятии используется повременно-премиальная система оплаты труда.

© Шарко А. І., 2010



Annotation. The wage fund of JSC "Zaporizhbudmash" is analyzed. There is a negative trend in the efficiency of utilization of labor resources, which indicated a decrease in staff productivity. Analyzing the payment system, we can conclude that the company uses time-plus-bonus system of payment.

Ключові слова: фонд оплати праці, почасово-преміальна система оплати праці.

Як показав проведений аналіз, на ВАТ "Запоріжбудмаш" впродовж досліджуваного періоду спостерігалася негативна тенденція змін ефективності використання трудових ресурсів, що відзначалося у зменшенні продуктивності праці персоналу (у співставлених показниках). Це є свідченням того, що створена на підприємстві система стимулювання праці робітників у цілому не відповідає їх уявленням та інтересам, і не дозволяє повністю задовольнити їх матеріальні та нематеріальні потреби щодо нагородження за досягнуті результати праці. Однак для того щоб визначити економічну доцільність витрат на утримання персоналу підприємства, необхідно не лише відслідкувати показники продуктивності праці персоналу, але й співставити динаміку витрат, пов'язаних із матеріальним та моральним стимулюванням праці, із динамікою основних фінансово-господарських показників роботи підприємства [1; 2].

Досліджуючи систему матеріального стимулювання персоналу ВАТ "Запоріжбудмаш" необхідно проаналізувати загальний обсяг та динаміку фонду оплати праці, провести аналіз складу виплат із стимулювання персоналу, аналіз рівня та динаміки середньої заробітної плати, аналіз факторів, що обумовили зміну обсягу фонду оплати праці, аналіз ефективності стимулювання персоналу, аналіз фінансових можливостей підприємства з формування фонду оплати праці.

Розпочнемо дослідження з визначення місця фонду оплати праці ВАТ "Запоріжбудмаш" у складі витрат на утримання персоналу та розглянемо його динаміку.

Аналіз складу витрат на утримання персоналу на ВАТ "Запоріжбудмаш" у 2009 – 1 кварталі 2010 років наведено в таблиці. Динаміка структури витрат ВАТ "Запоріжбудмаш" на утримання персоналу за кварталами 2008 – 2010 років у відсотках наведено на рисунку.

Таблиця

Аналіз складу витрат на утримання персоналу на ВАТ "Запоріжбудмаш" у 1 – 4 кварталі 2009 та 1 кварталі 2010 років

№ п/п	Склад коштів	1 кв. 2009 року		2 кв. 2009 року		3 кв. 2009 року		4 кв. 2009 року		1 кв. 2010 року		Відхилення від попереднього періоду							
		сума, тис. грн	частка, %	сума, тис. грн	частка, %	сума, тис. грн	частка, %	сума, тис. грн	частка, %	сума, тис. грн	частка, %	у 2 кв. 2009 року		у 3 кв. 2009 року		у 4 кв. 2009 року		у 1 кв. 2010 року	
												в сумі, грн	у структурі, %	в сумі, грн	у структурі, %	в сумі, грн	у структурі, %	в сумі, грн	у структурі, %
1	Фонд оплати праці	316,6	71,03	289,5	71,03	304,5	71,03	315,2	71,03	334,8	71,03	-27,1	0,00	15,0	0,00	10,7	0,00	19,60	6,22
2	Обов'язкові відрахування з фонду оплати праці	129,0	28,94	118,0	28,94	124,1	28,94	128,4	28,94	136,4	28,94	-11,0	0,00	6,1	0,00	4,36	0,00	7,99	6,22
3	Комунальний податок	0,12	0,03	0,11	0,03	0,11	0,03	0,12	0,03	0,12	0,02	0,0	0,00	0,0	0,00	0,0	0,00	0,00	1,47
4	Витрати на нормалізацію умов праці	-	0,00	-	0,00	-	0,00	-	0,00	-	0,00	-	-	-	-	-	-	-	-
5	Витрати на підвищення кваліфікації	-	0,00	-	0,00	-	0,00	-	0,00	-	0,00	-	-	-	-	-	-	-	-
6	Інші витрати	-	0,00	-	0,00	-	0,00	-	0,00	-	0,00	-	-	-	-	-	-	-	-
7	Усього витрати на утримання персоналу	445,7	100,0	407,6	100,0	428,7	100,0	443,8	100,0	471,3	106,2	-38,2	0,0	21,1	0,0	15,1	0,0	27,6	6,22

Дані таблиці та рисунка свідчать, що основну частку у складі витрат на утримання персоналу підприємства посідають витрати, пов'язані з оплатою праці з яких власне і формується фонд оплати праці (70,3 – 71,0 %).

Одним із визначних інструментів впливу на підвищення результативності та ефективності праці працівників ВАТ "Запоріжбудмаш" стає заробітна плата. Однак це свідчить про недовикористання керівництвом підприємства переваг інших механізмів впливу на продуктивність праці, що і потребує розробки заходів щодо виявлення інших фінансових важелів.

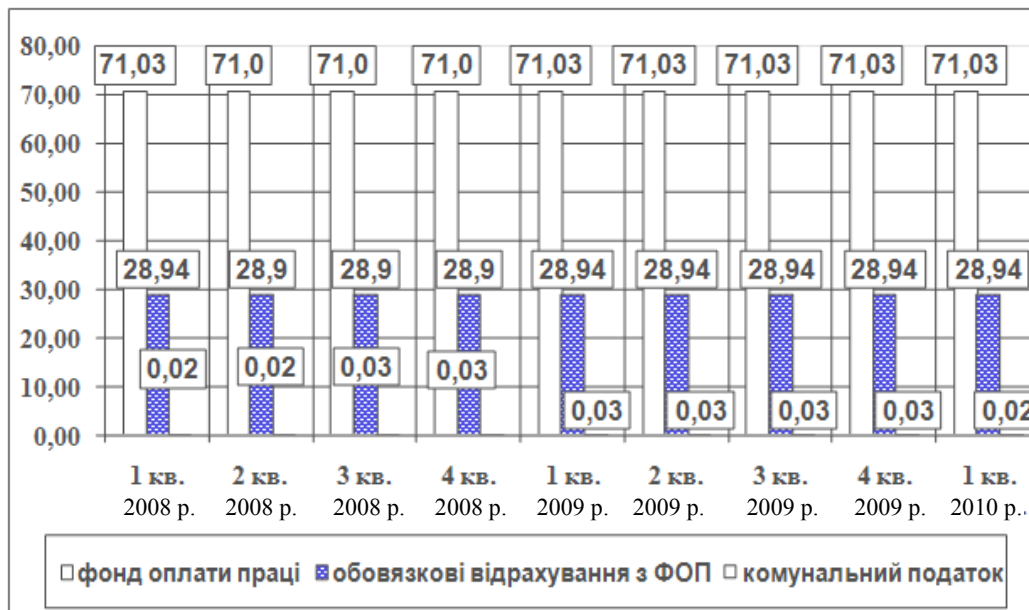


Рис. Динаміка структури витрат ВАТ "Запоріжбудмаш" на утримання персоналу по кварталах 2008 – 2010 років у відсотках

Відсутність у складі витрат на утримання персоналу інших вагомих статей, крім коштів фонду на оплату праці, вимагає проведення більш детального аналізу складу та динаміки коштів фонду оплати праці.

Аналіз складу коштів фонду оплати праці на ВАТ "Запоріжбудмаш" у 2009 – 1 кварталі 2010 років, наведений у таблиці, свідчить, що на основну заробітну плату припадало 83,9 % від загального обсягу сформованого фонду оплати праці у 1 кварталі 2008 року. У 1 кварталі 2010 року значення цієї статті становить 84,1 %.

Аналізуючи систему оплати праці, можна зробити висновок, що на підприємстві використовується погодинно-преміальна система оплати праці, за якою крім заробітної плати за фактично відпрацьований час працівники додатково одержують премію за результати праці. У складі основної заробітної плати працівників ВАТ "Запоріжбудмаш" переважну частку займає оплата за посадовими окладами. Протягом періоду, що аналізується, оклади працівників робочого персоналу майже не змінювалися.

У складі фонду додаткової заробітної плати ВАТ "Запоріжбудмаш" витрати, пов'язані із оплатою святкових та вихідних днів, склали у 1 кварталі 2009 року по 5,3 та 6,2 тис. грн відповідно. У структурному співвідношенні частка цих складових коштів у фонді заробітної плати становила 1,2 та 1,4 %. У 1 кварталі 2010 року виплати на оплату вихідних днів працівникам становлять 2,0 тис. грн (або 0,6 % від фонду оплати праці), а на оплату святкових – 2,1 тис. грн (0,6 %). Необхідність понесення даної групи витрат на утримання персоналу є очевидною та дозволяє забезпечити нормальний відпочинок працівників та відтворення їх трудового потенціалу, хоча на кінець досліджуваного періоду цей показник знизився, однак підприємство продовжує стимулювати персонал [3].

Щодо статті витрат на оплату щорічних відпусток, то традиційно як абсолютна величина, так і питома вага даної складової фонду оплати праці встановилася на максимальному рівні у 2 кварталі 2009 року (період масового виходу у відпустки на підприємстві). Так у зазначеному періоді витрати підприємства на виплату відпускних склали 21,5 тис. грн (або 4,2 % від загальної величини витрат на оплату праці).

Таким чином, на підприємстві ВАТ "Запоріжбудмаш" впродовж періоду який досліджується, спостерігається негативна тенденція зменшення продуктивності праці персоналу. У складі основної зарплати на підприємстві використовується погодинно-преміальна система оплати праці.

Література: 1. Економіка підприємства : навч. посібн. / за заг. ред. В. Г. Герасимчука, А. Е. Розенплентера. – К. : ІВЦ Видавництво "Політехніка", 2003. – 267 с. 2. Осовська Г. В. Управління трудовими ресурсами : навч. посібн. / Г. В. Осовська, О. В. Крушельницька. – К. : Кондор, 2003. – 224 с. 3. Синиця Т. В. Формування та використання трудового потенціалу промислового підприємства : рукопис дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук / Т. В. Синиця. – Харків, 2004. – 179 с.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА НЕДОЛІКИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ БАНКРУТСТВА В УКРАЇНІ

Анотація. Подано аналіз недоліків державного регулювання банкрутства в Україні на основі дослідження вітчизняного законодавства, а також практики застосування процедури банкрутства до вітчизняних підприємств.

Аннотация. Дан анализ недостатков государственного регулирования банкротства в Украине на основе исследования отечественного законодательства, а также практики применения процедуры банкротства к отечественным предприятиям.

Annotation. Analysis of lacks of government control of bankruptcy in Ukraine on the basis of research of home legislation, and also practice of application of procedure of bankruptcy to the domestic enterprises is given.

Ключові слова: банкрутство, державне регулювання банкрутства, фіктивне банкрутство.

Актуальність обраної теми полягає в тому, що до недавнього часу для більшості суб'єктів господарювання процеси банкрутства були мало відомі. Лише в період реформування економіки відчутним стало таке економічне явище, як неплатоспроможність підприємств. Кількість таких підприємств в економіці України неухильно зростає. Причому тенденції банкрутства поширюються не лише на окремих суб'єктів господарювання, а й на цілі галузі економіки.

Дослідження фінансового стану підприємств з метою виявлення ознак банкрутства є складовою частиною загального фінансового аналізу. Сьогодні існує велика кількість напрацьованих з цього приводу. Проблеми прогнозування загрози банкрутства підприємств та розробки антикризових стратегій присвячено праці таких науковців: М. Білошкурського, І. Карпунь, О. Терещенко, Н. Тюріна, Л. Фокіна, Н. Черничко та ін.

Метою роботи є визначення шляхів удосконалення проведення процедури банкрутства суб'єктами господарювання з точки зору законодавства, запобігання випадків "фіктивного" банкрутства, висвітлення основних проблем неплатоспроможності підприємств.

Проблема банкрутства підприємств є досить актуальним питанням у сьогоднішніх економічних умовах, оскільки переважна більшість українських підприємств перебуває у складному фінансовому становищі. Високі податкові ставки, взаємні неплатежі, політична нестабільність, недосконалість законодавства та неефективний менеджмент є основними причинами неплатоспроможності підприємств. Тому не дивно, що за останні роки відбулося значне зростання позовних заяв до господарських судів на предмет банкрутства. Банкрутство, як одна з юридичних підстав ліквідації підприємств, регулюється Законом України "Про банкрутство" від 14 травня 1992 р., що на сьогодні діє в редакції від 6 липня 2010 р. і називається "Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом" [1]. Цей Закон встановлює умови та порядок відновлення платоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності – боржника, або визнання його банкрутом та застосування ліквідаційної процедури, повного або часткового задоволення вимог кредиторів.

Головним поняттям відповідно до ініціювання процедур банкрутства в Україні є фінансова неспроможність суб'єкта підприємницької діяльності виконати після настання встановленого строку оплату грошових зобов'язань перед кредиторами, в тому числі з заробітної плати, а також виконати зобов'язання щодо сплати податків і зборів. Якщо це не відбувається, то з боку держави застосовується механізм антикризового державного регулювання з приводу нагляду та контролю за учасниками антикризових процедур відповідних законодавчих та нормативно-правових актів. Менеджмент на підприємстві використовує засоби антикризового управління. Слід зазначити, що у сучасних умовах ця норма закону не відповідає реаліям. У разі банкрутства суб'єктів господарювання зі спірною кредиторською заборгованістю, позов про банкрутство до суду може спричинити лише виведення ресурсів суб'єкта господарювання або це може стосуватися намірів "фіктивного" банкрутства [2].

На сьогоднішній день, виходячи із вітчизняного законодавства, порушення справи про банкрутство самим боржником надає йому преференції у вигляді мораторію з виплати заборгованості як за кредитними зобов'язаннями, так і за податковими заборгованостями. Крім того на кредиторську заборгованість не нараховуються штрафи.

Важливо зазначити, беручи до уваги міжнародний досвід, у світі є дві діаметрально протилежні концепції законодавства про банкрутство. Перша – прокредиторська, в основі якої закладено захист інтересів кредиторів. Ця концепція знайшла своє місце у Німеччині та Англії. Друга – продебіторська система, яка спрямована на захист суб'єкта підприємницької діяльності. Ця концепція поширена у США та Франції.



Але очевидно і зрозуміло, що цілеспрямованого та однозначного законодавчого підходу до цієї проблеми у жодній із країн немає. В Україні поставлені пріоритети на продебіторську концепцію. Проте, на думку автора, при сьогоdnішньому стані економіки України ефективніше було б робити ставку на прокредиторську систему, оскільки для нашої економіки важливе значення є захист інвестиції із закордону. А саме прокредиторське законодавство надає певні гарантії та захист для інвесторів [3].

На сьогодні Закон передбачає таке ефективне явище, як мирова угода. Мирова угода є оптимальним варіантом вирішення проблеми, за якого, так би мовити, і вовки (кредитори) ситі, і вівці (боржники) цілі. В Україні на даний момент діє спеціальний орган – Державний департамент з питань банкрутства при Міністерстві економіки. Його основною функцією є контроль процедури банкрутства, перш за все, на державних підприємствах з часткою державної власності понад 25 %. Але і цей департамент не завжди може впливати на ситуацію з банкрутством.

Недолік та складність регулювання банкрутства полягають в тому, що банкрутство часто ініціюється в корисливих цілях. Наприклад:

- знищення конкурента у певній галузі;
- заволодіння майном підприємства через його приватизацію;
- боротьба між акціонерами за право управління підприємством;
- відтермінування сплати боргів кредиторам для збільшення власних обігових коштів.

Оскільки банкрутство підприємств у наш час стало практично буденною подією, то це не могло не відбитись на стані економіки держави. Зараз можна спостерігати такі негативні тенденції:

- наявність недобросовісної конкуренції;
- монополізація ринків та окремих галузей вітчизняної економіки;
- високий рівень банківських процентних ставок, а це відбувається тому, що у ці ставки закладено ризики неповернення кредитів;
- зростання "рейдерських" нападів;
- розвиток корупції та тінізації економіки.

Таким чином, виходячи із вищеперерахованих аргументів, можна зробити висновок, що державне регулювання банкрутства в Україні потребує вдосконалення. Виникає низка недоліків, які необхідно обов'язково врегулювати. Ці недоліки можна розділити на дві групи: проблеми законодавчого характеру та організаційні проблеми. Вони є такими, що піддаються виправленню та корегуванню.

Очевидним є і той факт, що не існує ідеального законодавства. Проте для досягнення хороших економічних показників українська законодавча база на предмет банкрутства підприємств потребує постійного вдосконалення та оновлення. Вітчизняне законодавство у сфері банкрутства підприємств необхідно розвивати та синхронізувати з європейським правом.

Згрупування проблем, перерахованих у даній статті, дасть змогу у майбутніх дослідженнях запропонувати та вжити механізми усунення недоліків державного регулювання банкрутства в Україні.

Наук. керівн. Литвиненко А. О.

Література: 1. Закон України "Про відновлення платоспроможності боржника та визнання його банкрутом" від 14.05.1992 р. № 2244- XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua. 2. Наказ Міністерства економіки України "Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства" від 19.01.2006 р. № 14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 3. Кривицька Ю. Як вдосконалити законодавство про банкрутство? [Електронний ресурс] / Ю. Кривицька – Режим доступу : <http://yur-gazeta.com/writer/647>.

УДК 005.915

Калініченко А. Ю.

СУТЬ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА МЕХАНІЗМИ ЇХ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ

Анотація. Висвітлено сутність фінансових ризиків, особливості їх виникнення на підприємстві, їх вплив на господарську діяльність. Визначено механізм та основні методи управління ризиками.

Аннотация. Освещены сущность финансовых рисков, особенности их возникновения на предприятии и их влияние на хозяйственную деятельность. Определены механизм и основные методы управления рисками.

© Калініченко А. Ю., 2010



Annotation. The essence of financial risks, the peculiarities of their occurrence at the enterprise, their influence on economic activities are studied. The mechanism and basic methods of risk management are suggested.

Ключові слова: фінансові ризики, механізм та основні методи управління ризиками.

Фінансові ризики є невід'ємною частиною діяльності кожного підприємства, особливо на сучасному етапі розвитку економіки. Ще більшої актуальності ця проблема набула за останні роки, адже вражаюча кількість підприємств, навіть всесвітньовідомих, не змогла впоратися з наслідками світової фінансової кризи. Тому кожне підприємство, незалежно від розмірів та виду діяльності, перед прийняттям важливих рішень має проаналізувати вірогідність будь-яких ризиків та можливі наслідки.

Багато вітчизняних та іноземних науковців і державних діячів звертають увагу на проблему оцінки ризиків підприємства та управління ними. Зокрема, подібні питання розглядають у своїх працях українські дослідники Вітлінський В. В., Горячева К. С., Кірейцев Г. Г., Таран О. В. та ін.

Метою роботи є розгляд сутності фінансових ризиків підприємств в Україні, розгляд основних передумов виникнення кризових ситуацій на підприємстві та пошук шляхів управління фінансовими ризиками.

Фінансовий ризик – невід'ємна складова будь-якої фінансової діяльності, яка становить неминучі фінансові відносини, що мають різні напрями прояву через виникнення об'єктивно наявної недостатності, неточності або надмірності економічної інформації щодо здійснення певних подій або їхньої випадковості, та обчислюється на підставі оцінки імовірності втрат унаслідок здійснення під час таких подій деякої господарської діяльності [1]. Отже, фінансовим ризиком можна назвати імовірність будь-яких непередбачуваних фінансових витрат у діяльності підприємства.

Наведення визначень дає можливість стверджувати, що фінансові ризики призводять до негативних результатів, які, головним чином, мають вигляд фінансових втрат. Проте за умови своєчасного та правильного управління ними підприємство має змогу отримати додаткові вигоди. Тому ризики необхідно сприймати не лише як негативне явище, а і як нагоду підвищення ефективності діяльності підприємства.

Епоха інформації та використання новітніх технологій і вдосконалених засобів комунікації вивели підприємства на новий рівень. Однак разом з тим використання сучасної техніки призводить до виникнення серйозної проблеми – ускладнення контролю за інформаційним середовищем підприємства. Адже усі документи, фінансові звіти, бізнес-плани, підписані договори й угоди оформлюються та зберігаються в електронному вигляді, а отже, можуть бути скопійовані і використані не на користь підприємству. Зрозуміло, що повністю мінімізувати ризики просочення інформації, особливо у великих компаніях, дуже важко, а інколи зовсім неможливо. Тому керівництво має приділяти належну увагу цьому питанню, використовувати заходи із захисту інформаційного середовища. Наприклад, комплекс організаційно-технічних засобів, що забезпечать конфіденційність інформаційних ресурсів підприємства (шифрування, обмеження доступу, аудит інформаційної безпеки) та дозволяють уникнути просочування інформації [2].

Для того щоб діяльність підприємства була ефективною, необхідне впровадження особливо-го механізму, який забезпечуватиме можливість приймати керівні рішення з урахуванням розрахованих ризиків. Такий механізм включає аналіз імовірності ризику, його розміру, стратегію управління. Політика управління ризиками має бути складовою загальної політики підприємства.

До основних методів управління фінансовими ризиками належать:

1. Уникнення ризику. Використання цього методу полягає в передбаченні виникнення певних видів ризиків. Наприклад, відмова співпраці з партнерами, що порушують умови контракту, відхилення тих проектів реалізації господарських операцій, рівень фінансового ризику за якими перевищує максимально прийнятну величину, вибір із сукупності альтернативних сценаріїв, що відповідають критерію максимально прийнятного рівня ризику, варіант із найменшим рівнем фінансового ризику.

2. Диверсифікація ризику. Диверсифікація – один зі способів мінімізації фінансових ризиків, який полягає в розподілі ризиків шляхом розширення об'єктів капіталовкладень, асортименту товарів і послуг, фінансових інструментів тощо [3]. Диверсифікація активів може здійснюватися шляхом їх розподілу між найбільш безпечними і прибутковими категоріями, наприклад: кошти на поточних рахунках, банківські вклади, нерухоме майно, цінні папери, що передбачають одержання прибутку, готівка в межах лімітів залишків каси.

3. Хеджування. Це метод страхування цінного ризику за угодами на біржі (товарній, фондовій) [4]. Механізм хеджування фінансових ризиків полягає в обґрунтуванні управлінських фінансових рішень щодо здійснення зустрічних торговельних операцій з купівлі-продажу базових активів на основі сукупності похідних фінансових інструментів. До таких інструментів відносять:

форвардні контракти (засвідчують зобов'язання особи придбати (продати) цінні папери, товари або кошти у визначений час та на певних умовах у майбутньому з фіксацією цін);

ф'ючерсні контракти (засвідчують зобов'язання з купівлі (продажу) відповідної кількості базового активу (цінних паперів, товарів, валютних цінностей) у встановлений час та на визначених умовах у майбутньому з фіксацією ціни активу);

опціони (дають його власнику право (але не зобов'язання) купити або продати цінні папери, товари або валютні цінності за визначеною ціною протягом встановленого періоду) та ін.

4. Встановлення певних меж. Лімітація здійснюється шляхом введення граничних розмірів здійснення певних операцій, наприклад, максимальний розмір кредиту або депозитного внеску.

5. Страхування ризиків поділяється на самострахування і комерційне страхування. Самострахування передбачає створення резервних фондів для нейтралізації наслідків настання ризиків і покриття можливих збитків. Тобто джерелом формування фінансових ресурсів є виключно внутрішні ресурси суб'єкта господарювання. Комерційне страхування передбачає передавання всього фінансового ризику суб'єкта господарювання спеціалізованій фінансовій установі – страховій компанії. У цьому випадку джерелом покриття збитків є страхова компанія.

Об'єднання усіх прийомів та методів складають систему управління ризиками. Таким чином, можна сказати, що управління ризиками є невід'ємною частиною фінансової діяльності підприємства.

Будь-яка підприємницька діяльність так чи інакше пов'язана з ризиками, а тому потребує значної уваги з боку фінансових менеджерів. Існування певного рівня ризику операцій зовсім не означає, що від них треба відмовитися. Оскільки відмова від ризику означає не лише уникнення збитків, а й відмову від потенційного прибутку. Тому важливо вчасно адаптуватися до змін та віміти використовувати їх на користь.

Політика управління фінансовими ризиками є складовою загальної фінансової стратегії підприємства і полягає в розробці цілої системи заходів з виявлення фінансових ризиків, оцінювання рівня їх концентрації, попередження небажаних наслідків ризикових подій та компенсації понесених втрат. Механізм нейтралізації фінансових ризиків передбачає використання сукупності методів управління. Їх вибір значною мірою залежить від специфіки підприємницької діяльності суб'єкта господарювання, стратегії досягнення цілей, конкретної ситуації.

Наук. керівн. Литвиненко А. О.

Література: 1. Таран О. В. Сучасні питання проблематики ризиків фінансової сфери діяльності підприємств: теоретичні узагальнення та прикладний аналіз / О. В. Таран. – Харків : Константа, 2004. – 108 с. 2. Ігнатенко А. В. Механізм нейтралізації фінансових ризиків українських підприємств в умовах глобалізації / А. В. Ігнатенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5. – С. 136. 3. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент / Г. Г. Кірейцев. – Житомир : ЖІТІ, 2001. – 440 с. 4. Вітлінський В. В. Концептуальні засади ризикології у фінансовій діяльності / В. В. Вітлінський // Фінанси України. – 2003. – № 3. – С. 3–7. 5. Горячева К. С. Механізм управління фінансовою безпекою підприємства : автореф. дис., на здобуття наук ступеня канд. екон. наук / К. С. Горячева. – К. : КНУТД, 2006. – 16 с. 6. Диба М. І. Суть та види фінансових ризиків у системі ризик-менеджменту підприємства / М. І. Диба // Фінанси України. – 2009. – № 5. – С. 101.

УДК 334.716:331.101.3

Мачтакова О. Г.

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Анотація. Зроблено огляд методологічних підходів вітчизняних та зарубіжних авторів до визначення мотивації та запропоновано власну дефініцію цього поняття. Визначено базові поняття мотивації, та вказано основні напрями формування ефективного мотиваційного механізму у стратегічному управлінні підприємством.

Аннотация. Сделан обзор методологических подходов отечественных и зарубежных авторов к определению мотивации и предложена своя дефиниция этого понятия. Определены базовые понятия мотивации и указаны основные направления формирования эффективного мотивационного механизма в стратегическом управлении предприятием.

Annotation. The review of methodological approaches of home and foreign authors to determination of motivation is made and the definition of this concept is offered. The base concepts of motivation are determined and basic directions of effective forming motivational mechanism in a strategic management of enterprise are considered.

Ключові слова: мотивація, мотиваційний механізм, стратегічне управління підприємством.

До початку світової фінансово-економічної кризи менеджери та власники більшості підприємств були задоволені поточним станом ведення бізнесу, серйозно не замислювалися про визначну роль й значення розробки та реалізації стратегії компанії, не приділяли цьому аспекту достатньої уваги. Але в умовах нової економічної реальності менеджери та науковці постали перед фактом того, що досконало розроблена стратегія – це є лише половина успіху. Її необхідно вдало реалізува-



ти, і це можна зробити тільки за допомогою усіх працівників підприємства на кожному робочому місці з нижньої до верхньої ланки. Ось чому перед наукою управління давно постало завдання пошуку та розробки ефективного мотиваційного механізму, за допомогою якого мають бути реалізовані стратегії підприємства.

Мотивації персоналу присвячують свої публікації такі зарубіжні економісти та соціологи, як Й. Кондо, Р. Шпренгер, М. Зайферт, Е. Кон та Ф. Уайтлі. Проблеми мотивації персоналу вивчають також російські вчені: Кібанов А. Я., Виханський О. С., Шапіро С. А. та ін. В Україні дослідженням мотивації займаються Богиня Д. П., Колот А. М., Семікіна М. В., Лісогор Л. С., Новак І. Н. та ін. Незважаючи на певне поживлення інтересу до проблеми мотивації персоналу з боку українських вчених, про що свідчать чисельні наукові публікації останніх років, тематика дисертацій та монографій, переконливо стверджувати про досягнуті суттєві зрушення в її розв'язку підстав немає.

У колі науковців та менеджерів-практиків і досі немає єдності у вживанні самого поняття "мотивація"; часто воно помилково утотожнюється із поняттям "стимулювання".

Завданням статті є визначення понятійного апарату мотивації персоналу у стратегічному управлінні, зокрема, надання визначення таким основним поняттям, як: "мотивація", "мотивування", "мотив", "стимулювання", "потреба", "мотиваційний механізм" та інших, з метою усунення непорозумінь у процесі подальших розробок у напрямі формування ефективного мотиваційного механізму на підприємстві.

Уперше термін "мотивація" вжив німецький філософ А. Шопенгауер у своїй дисертаційній роботі від 1813 року. Він писав: "мотивація – це казуальність, яка є видимою зсередини". Мотив, на його думку, – це причина, отже, мотивація є причинністю [1, с. 101].

З точки зору теорії управління мотивація розглядається як процес формування у працівників мотивів для діяльності з метою досягнення особистих цілей чи цілей підприємства. Мотив – це спонукання до дії, яке пов'язане із задоволенням потреб людини. На думку автора щодо тлумачення поняття "мотив", найбільш прийнятним є визначення, наведене у словнику Петровського А. І. і Ярошевського М. В. У його основу покладено ступінь реалізації людських потреб шляхом спрямованої діяльності, у тому числі трудової діяльності. Мотив (від лат. "movere" – приводити у рух, штовхати) – це: 1) спонукання до діяльності, що пов'язана із задоволенням потреб суб'єкта, сукупність зовнішніх та внутрішніх умов, які викликають активність суб'єкта і визначають спрямованість його дій; 2) спонукання та визначення вибору спрямованості діяльності на предмет (матеріальний та ідеальний), заради якого вона здійснюється; 3) усвідомлена причина, що лежить в основі вибору дій та вчинків особи [2, с. 219].

Необхідність розуміння сутності мотивації вимагає з'ясування ролі такого важливого елементу детермінації трудової діяльності, як "потреби". Звертання до сучасних економічних словників засвідчує, що потреби – це відчуття фізіологічного, соціального або психологічного дискомфорту через брак чогось, це необхідність у чомусь, що потрібне для створення і підтримання нормальних умов життя і функціонування людини. На думку Рофе А. І. та Жукова А. Л. "потреби – першоджерело мотивації, це необхідність у тому, що важливо для існування особистості (колективу), суспільства та їх нормального функціонування" [3, с. 224]. Мочерний С. В. серед кола потреб відокремлює потреби економічні, визначає їх як передумову, і внутрішні спонукальні мотиви розвитку матеріального та духовного виробництва. У якості усвідомлених вони перетворюються в економічні інтереси [4, с. 260].

В економічній та психологічній літературі надані визначення ряду понять елементів мотиваційних процесів та зроблена спроба показати їх взаємозв'язок. Проте основне поняття мотивації трактується по-різному. Перш за все, немає єдності у вживанні самого поняття "мотивація". Так, Афонін А. С. стверджує, що мотивація – це процес стимулювання кого-небудь (окремої людини чи групи людей) до діяльності, яка спрямована на досягнення цілей організації [5, с. 40]. За визначенням американського фахівця у сфері менеджменту М. Мескона, "мотивація – це процес спонукання себе й інших до діяльності для досягнення особистих цілей і цілей організації" [6, с. 350]. З точки зору професора Річарда Л. Дафта, під мотивацією розуміють сили, існуючі всередині чи зовні людини, які збуджують у неї ентузіазм та завзятість у виконанні певних дій [7, с. 499]. Російський професор Омаров А. М. під мотивацією розуміє працю свідомості, в ході якої людина робить вибір – віддає перевагу якій-небудь потребі, стримуючи інші [8, с. 64]. Психолог Занюк С. С. визначає мотивацію як сукупність спонукальних факторів, які визивають активність організму та визначають його спрямованість [9, с. 5]. Український вчений, економіст Куліков Г. Т. у своїй монографії визначає поняття мотивації таким чином: "Мотивація – це процес спонукання людини, соціальної групи чи людської спільноти, до здійснення спадково закріплених чи набутих з досвідом дій, які спрямовані на задоволення різного роду потреб та досягнення особистих, групових та суспільних цілей [10, с. 37]. Колот А. М. пише, що у загальному розумінні мотивація – це сукупність рушійних сил, які спонукають людину до виконання певних дій. Ці сили можуть мати як зовнішнє, так і внутрішнє походження, і змушувати людину свідомо чи несвідомо робити ті чи інші вчинки [11, с. 47]. З точки зору автора статті, всі вищенаведені визначення безумовно підводять нас до розуміння сутності мотивації, проте не розкривають до кінця сенсу цього поняття в сучасному контексті стратегічного управління.

У радянській економічній системі поняття "мотивація" вживалося у психології, соціології, педагогіці, проте в економічних науках цей термін підмінявся терміном "стимулювання". Подібна обмеженість розуміння мотиваційного процесу приводила до орієнтації на короткострокові цілі, на досягнення не стратегічних, а проміжних результатів. Стимулювання – спонукання до дії. Але на відміну від мотивації, це процес спонукання ззовні, за допомогою зовнішніх подразників, внутрішні фактори кожного окремого індивіда чи колективу при цьому залишаються незадіяними. Стимулювання можна охарактеризувати як нав'язування індивіду чи групі індивідів якоїсь моделі поведінки, яка не є для них природною, притаманною апіорі. Отже, такий спосіб спонукання за визначенням не здатний сприяти досягненню високих результатів та може діяти лише у короткостроковому періоді, адже індивід завжди намагатиметься повернутися у стан рівноваги. Німецький фахівець з мо-



тивації Р. Шпренгер пише, що "мотивація визначається як самоврядування індивіда, і тому належить тільки йому самому", у той час як "мотивування як навмисний механізм дії керівника чи функціонування систем стимулювання виступає в якості зовнішнього регулювання" [12, с. 10].

Таким чином, у результаті дослідження методологічних підходів до визначення понятійного апарату мотивації персоналу у стратегічному управлінні, автор дійшов таких висновків:

1. Відшукування індивідуальних національних, ментальних та фізіологічних розбіжностей у працівників не є конструктивним засобом для будівництва ефективного мотиваційного механізму на підприємстві. Для цього необхідно знайти та розвинути спільні риси, зокрема, мотиви та потреби.

2. Мотив – це усвідомлена причина, що лежить в основі вибору дій та вчинків індивіда. Потреба – це першоджерело мотивації, нестача, брак чогось, що важливо для існування індивіда (колективу) та його нормального функціонування. Стимулювання – це спонукання індивіда (колективу) до дії за рахунок зовнішніх подразників. Мотивування – це навмисний механізм дії керівника, який виступає в якості зовнішнього регулювання. Мотивація персоналу у стратегічному управлінні підприємством визначається як процес, направлений на актуалізацію внутрішніх матеріальних та, насамперед, духовних потреб співробітника чи групи співробітників з метою їх перманентного задоволення в процесі реалізації стратегій підприємства. Мотиваційний механізм – це сукупність дій та заходів менеджменту у певному обсязі та послідовності, які спрямовані на актуалізацію внутрішніх потреб персоналу з метою їх перманентного задоволення в процесі реалізації стратегії підприємства.

3. Мотивація може належати тільки самому індивіду, але метою ефективного управління є пробудження цих внутрішніх мотивів та потреб та спрямування їх енергії в необхідному руслі. Завдання менеджменту – знайти засоби актуалізації внутрішніх потреб кожного працівника, тобто перенести ці потреби зі стану потенційних в область реальних, діючих, актуальних. Насамперед маєтись на увазі посилення духовних потреб індивіда, адже в їх задоволенні криється необмеженість людських можливостей; духовні потреби мають властивість задовольнятися не тільки в результаті, а й у процесі їх реалізації, отже, при ефективній мотивації працівник свідомо концентруватиметься на процесі праці, що саме і є необхідним для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Подальші розробки щодо встановлення сутності мотивації та мотиваційного механізму з метою виявлення його складових, а саме заходів, які спрямовані на реалізацію духовних потреб працівників, є необхідними та перспективними в руслі стратегічного управління підприємством.

Література: 1. Schopenhauer A. Zürcher Ausgabe. Werke in zehn Bänden. Band 5 / Arthur Schopenhauer, Zürich 1977. – 459 s. 2. Психология : словарь / под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – 2-е изд. – М. : Политиздат, 1990. – 219 с. 3. Рофе А. И. Теоретические основы экономики и социологии труда / А. И. Рофе, А. Л. Жуков. – М. : Изд. МИК, 1999. – 540 с. 4. Економічний словник-довідник / за ред. С. В. Мочерного. – К. : Феміна, 1995. – 368 с. 5. Афонін А. С. Основи мотивації праці: організаційно-економічні аспекти / А. С. Афонін. – К. : МЗУУП, 1994. – 304 с. 6. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 1997. – 704 с. 7. Дафт Р. Л. Менеджмент / Р. Л. Дафт ; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2001. – 832 с. 8. Омаров А. М. Руководитель: размышления о стиле управления / А. М. Омаров. – М. : Политиздат, 1987. – 366 с. 9. Занюк С. С. Психология мотивации / С. С. Занюк. – К. : Эльга-Н, 2004. – 352 с. 10. Куликов Г. Т. Мотивация труда наёмных работников / Г. Т. Куликов. – К. : Институт демографии и социологических исследований НАН Украины, 2006. – 244 с. 11. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 1998. – 224 с. 12. Шпренгер Р. Мифы мотивации. Выход из тупика / Р. Шпренгер ; [пер. с нем.] – Калуга : Духовное познание, 2004. – 296 с.

УДК 331.108.2

Діоба А. В.

ОЗНАКИ ТА ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДУКТИВНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Анотація. Запропоновано вдосконалені теоретико-методичні основи формування організаційного механізму забезпечення продуктивної зайнятості персоналу промислових підприємств на основі визначених загальних ознак даного механізму та науковообґрунтованої сукупності принципів його формування.

Аннотация. Предложены усовершенствованные теоретико-методические основы формирования организационного механизма обеспечения производительной занятости персонала промышленных предприятий на основе определенных общих признаков данного механизма и научнообоснованной совокупности принципов его формирования.

© Діоба А. В., 2010

Annotation. The improved theoretic-methodical bases of the organizational mechanism forming of productive employment providing of the industrial enterprises personnel are offered on the basis of certain general signs of this mechanism and scientifically-reasonable aggregate of its forming principles.

Ключові слова: продуктивна зайнятість персоналу, організаційний механізм, принципи формування та функціонування організаційних механізмів.

Об'єктивна реальність виробничої діяльності машинобудівних підприємств промисловості України потребує забезпечення продуктивної зайнятості персоналу. Продуктивна зайнятість персоналу є результатом цілеспрямованих взаємозв'язків між елементами системи її забезпечення. Такі зв'язки мають керуватися певним організаційним механізмом, який, в свою чергу, підпорядковується системі управління промисловим підприємством. Однак результати аналізу наукових джерел, що висвітлюють питання організаційного забезпечення процесу досягнення продуктивної зайнятості, свідчать про невирішеність цього питання [1 – 7].

Тому метою даної статті є вдосконалення теоретико-методичного забезпечення продуктивної зайнятості персоналу на основі обґрунтування ознак та принципів формування організаційного механізму її забезпечення. Для досягнення цієї мети були поставлені такі завдання: формування науково обґрунтованої сукупності принципів організаційного механізму забезпечення продуктивної зайнятості персоналу (ОМЗПЗП); визначення загальних ознак ОМЗПЗП.

Методичні основи формування ОМЗПЗП базуються на сукупності певних принципів, які обумовлюють функції, завдання механізму та ефективно його функціонування. Принципи характеризують одночасно зміст механізму і технологію його побудови, це обумовлює їх специфічну роль у процесі його формування. Таким чином, для забезпечення ефективного функціонування організаційного механізму його треба формувати відповідно до науково обґрунтованих принципів як основних положень, які відображають суттєві, головні сторони і прояви взаємодії, відносини і зв'язки, що встановилися в ньому [1 – 3]. Принципи формулюються в результаті пізнання природи та сутності взаємодії елементів механізму, вони відображають зміст та взаємозв'язки основних компонентів взаємодії.

Узагальнення точок зору науковців щодо визначення принципів формування та функціонування організаційних механізмів дає змогу виділити такі принципи формування та функціонування ОМЗПЗП [1 – 7] (таблиця):

Таблиця

Принципи формування та функціонування ОМЗПЗП

Принципи	Сутність принципів
Принцип системності	Поєднує взаємодію структури механізму, його функцій і методичного інструментарію. ОМЗПЗП повинен продукувати таку систему управлінських заходів, що сприятиме поліпшенню загальної ситуації на підприємстві [1; 3 – 5]
Принцип цілеспрямованості	Формування ОМЗПЗП ґрунтується на загальноприйнятій тезі, що всяка діяльність повинна мати мету і бути вмотивованою [2; 3; 5; 6]
Принцип алгоритмічності	Передбачає сукупність кроків, які необхідно зробити для досягнення бажаної мети. Ця сукупність кроків повинна виконуватися за певними правилами і в логічній послідовності відповідно до означення алгоритму [3; 5]
Принцип структурованості	Спрямований на формування чіткої й раціональної планувальної структури організаційного механізму [1; 3; 4]
Принцип ресурсозабезпечення	Передбачає обов'язкове інформаційне, кадрове, фінансове, матеріально-технічне, організаційно-управлінське забезпечення всіх етапів процесу забезпечення продуктивної зайнятості [5 – 7]
Принцип гнучкості й адаптивності	ОМЗПЗП повинен виробляти такі управлінські рішення, які були б орієнтовані або на пристосування до стохастичних змін зовнішнього середовища, або на обмежене управління цими змінами [1; 3; 5; 6]
Принцип погодженості цілей і ресурсів	Полягає у врівноваженні мети і засобів, необхідних для її досягнення, в умовах обмеження ресурсів забезпечення продуктивної зайнятості персоналу підприємства [2; 4; 6; 7]
Принцип багатоваріантності	Передбачає, що ОМЗПЗП повинен включати правила та алгоритми вибору найбільш доцільного рішення щодо забезпечення продуктивної зайнятості персоналу з урахуванням аналізу максимально можливого числа його альтернативних варіантів на підставі зіставлення їх результативності і витрат [1; 2; 3 – 6]
Принцип динамічності	Вказує на постійне оновлення і розвиток його окремих елементів [2; 3; 6; 7]. ОМЗПЗП має забезпечувати можливість пристосування до появи нових завдань, джерелами яких є зміни в середовищі функціонування підприємства, формування нових парадигм його розвитку
Принцип ефективності	ОМЗПЗП повинен підвищувати якість і оперативність управлінських рішень, пов'язаних з підвищенням рівня результативності трудової діяльності на підставі забезпечення продуктивної зайнятості персоналу [3; 5 – 7]
Принцип своєчасності	Передбачає постійний моніторинг стану промислового підприємства, раннього виявлення ознак незадовільного стану забезпечення продуктивної зайнятості, швидкого реагування на них проведенням відповідних управлінських заходів [1; 3; 4]
Принцип адекватності реагування	Використовувана система прийняття управлінських рішень щодо забезпечення продуктивної зайнятості персоналу повинна бути адекватна реальному економічному стану на підприємстві [2; 5; 7]



Таким чином, наведені в таблиці принципи дають змогу визначити загальні ознаки ОМЗПЗП: складність та багатофункціональність – можливість представлення механізму як сукупності елементів із власною структурою і функціями; об'єктивність – цілі його функціонування мають бути досяжними, чітко визначеними та формуватись з урахуванням усіх можливостей і загроз; комплексність та системність – розгалуженість структури та різноманітність взаємопов'язаних складових механізму з метою забезпечення продуктивної зайнятості персоналу; динамічність – можливість зміни структури ОМЗПЗП за умови зміни окремих чи сукупності його складових; відкритість – постійний зв'язок із зовнішнім середовищем та своєчасне отримання інформації; гнучкість – зміна структури ОМЗПЗП під впливом факторів одночасно зі стабільністю його основної функції.

Таким чином, окреслені принципи та ознаки ОМЗПЗП дають змогу визначити його як сукупність взаємопов'язаних складових елементів і способів їх взаємодії у процесі забезпечення продуктивної зайнятості персоналу підприємства, на основі певних принципів послідовної реалізації комплексу організаційних дій, спрямованих на забезпечення постійного, свідомо підтримуваного пропорційного розвитку об'єкта за допомогою використання спеціальних інструментів, методів і важелів управлінського впливу.

Література: 1. Українська Л. О. Методичні основи формування систем управління розвитком персоналу підприємства / Л. О. Українська, О. В. Курінний // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2009. – № 28. – С. 198–202. 2. Гавкалова Н. Л. Соціально-економічний механізм ефективності менеджменту персоналу: методологія та концепція формування : наукове видання / Н. Л. Гавкалова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – 400 с. 3. Захарчин Г. Механізм формування організаційної культури на підприємстві / Г. Захарчин // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – № 19. – С. 241–248. 4. Пономаренко В. С. Механізм санаційного управління підприємством : монографія / В. С. Пономаренко, О. В. Раєвнева, С. О. Степурина. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2009. – 304 с. 5. Козак І. І. Удосконалення організаційного механізму державного управління аграрним сектором (на прикладі Львівської області) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. упр. : спец. 25.00.02 "Механізми державного управління" / І. І. Козак. – Львів, 2006. – 20 с. 6. Новікова М. М. Вдосконалення методологічних основ організаційного механізму забезпечення продуктивної зайнятості персоналу / М. М. Новікова, А. В. Діоба // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2008. – Т. 2. – № 245. – С. 341–349. 7. Гриньова В. М. Ринок праці: теоретико-методологічні засади та напрямки розвитку : монографія / В. М. Гриньова, В. В. Самойленко. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – 167 с.

УДК 005.7:005.33.6.4

Заславська К. А.

РОЗВИТОК САМООРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ЗНАНЬ

Анотація. Розглянуто передумови самоорганізації підприємств як механізму їх розвитку, визначено особливості економіки знань.

Аннотация. Рассмотрены предпосылки самоорганизации предприятий как механизма их развития, определены особенности экономики знаний.

Annotation. Pre-conditions of enterprises self organization as the mechanism of its development are considered, the features of knowledge economy are certified.

Ключові слова: економічні знання, самоорганізація, механізм розвитку підприємства.

Перехід світової економіки в новий якісний стан безпосереднім чином пов'язаний з підвищенням значення теоретичного знання, посиленням ролі високотехнологічних галузей, процесом збільшення частки сфери послуг, тобто структурними зрушеннями в економіці, впливом інформаційних мережевих технологій. Саме це характерне для економіки знань, яка відрізняється тим, що, хоча природно-матеріальні ресурси (земля, запаси сировини і устаткування) продовжують виступати основою для створення економічних благ, зростання і розвиток всієї господарської системи забезпечуються не стільки зовнішніми, скільки внутрішніми, нематеріальними чинниками, найважливішими з яких виступають знання і людський капітал [1].

Питання самоорганізації на мікрорівні досліджували такі вчені, як: Хорєв Л. І., Воронін В. П., Овчинніков Т. І., Кричевець О. І., Л. Колеснікова, С. Массіні, Т. Нумагамі, І. Пригожин та ін. Разом з тим, не знайшли достатнього відображення питання її застосування в умовах економічних знань.

© Заславська К. А., 2010



У цьому контексті особливого значення набуває пошук механізмів розвитку підприємств за рахунок адекватного реагування усіх підсистем підприємства на динаміку ринкового середовища.

Процес розвитку економіки знань полягає в підвищенні якості людського капіталу, життя, у виробництві знань, високих технологій, інновацій і високоякісних послуг. Реальний розвиток організації, окрім цілей і умов, визначається можливостями суб'єкта впливати на об'єкт, а також має свої кордони [2]. Об'єкт як організація розвивається не стільки під цілеспрямованою дією суб'єкта, скільки в результаті еволюційних змін, що відбуваються в ньому та з ним.

Для успішного розвитку підприємств необхідні поєднання інформаційних, інноваційних, маркетингових факторів, рівнів фінансового забезпечення, сприятливі умови для ведення бізнесу тощо. Процес самоорганізації виступає механізмом реалізації синергетичного ефекту таких факторів.

Під самоорганізацією розуміється властивість системи набувати просторову, функціональну, логічну або іншу структуру без специфічної дії ззовні [3]. При цьому велику роль має формування і розвиток горизонтальних зв'язків, тобто зв'язків між елементами одного рівня, заснованих на спільності інтересів.

У процесі самоорганізації підприємство самостійно адаптується до змін у зовнішньому середовищі, формує відповідну стратегію. Для побудови самоорганізації підприємства повинні бути виконані такі вимоги:

- скорочення обсягів управлінської роботи керівника шляхом делегування частини його повноважень на нижчі рівні управління;

- розділення управлінських завдань за функціональною ознакою;

- додання управлінню правового характеру, регламентація управлінського процесу;

- порядкування управлінського процесу, наділення його ознаками автоматизму;

- створення можливості зв'язку управління з мотивами трудової діяльності працівника;

- передача на нижні рівні управління не лише частини розпорядних функцій, але і відповідальності за їх виконання;

- розширення можливостей самоконтролю працівника, який у ряді випадків стає єдиним способом оцінки ефективності та якості праці.

Самоорганізація в організаційно-особистому сенсі виявляється в тому, що в кожній людині, в кожному працівнику закладені величезні творчі можливості не лише виконання трудових завдань, але й налагодження самого процесу організації роботи, здатність управління своїм потенціалом не за вказівкою зверху, а виходячи з власних цілей. Реалізація творчого потенціалу працівників є передумовою інтегрованої взаємодії всіх підсистем підприємства, що надає додаткові конкурентні переваги за рахунок синергетичного ефекту.

Таким чином, в умовах економіки знань самоорганізація є тим механізмом, що дозволяє підприємству гнучко реагувати на зміну середовища та кон'юнктури ринку, сприяє розвитку персоналу, формуванню компетенцій та найбільш повній реалізації можливостей середовища.

Література: 1. Касьянова А. К. На пути к экономике знаний: институционально-теоретический и практический подходы / А. К. Касьянова, М. В. Ченцова. – М. : МАКС Пресс, 2008. – 162 с. 2. Латфуллин Г. Р. Теория организации / Г. Р. Латфуллин, А. В. Райченко. – СПб. : Питер, 2004. – 395 с. 3. Тренев Н. Н. Методология стратегического управления предприятием на основе самоорганизации [Электронный ресурс] / Н. Н. Тренев // Аудит и финансовый анализ. – 2001. – № 4. – Режим доступа : <http://www.auditfin.com>.

Дериховська В. І.

УДК 005.95: 005.21

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто сутність стратегічного управління персоналом та виявлено його відмінності від стратегії управління персоналом, обґрунтовано першочергове значення стратегічного управління персоналом як для всебічного розвитку трудового потенціалу, так і для стабільного, успішного функціонування підприємства на ринку, а, отже, і його цілісного розвитку та процвітання.

Аннотация. Рассмотрено сущность стратегического управления персоналом и выявлены его отличия от стратегии управления персоналом, обосновано первостепенное значение стратегического управления персоналом как для всестороннего развития трудового потенциала, так и для стабильного, успешного функционирования предприятия на рынке, а, следовательно, и его целостного развития и процветания.

© Дериховська В. І., 2010

Annotation. The essence of strategic human resource management is considered and its differences from human resources strategy are revealed, the paramount strategic meaning of human resource management for the comprehensive development of labor potential and for a stable, successful operation on the market and, consequently, its integral development and prosperity is grounded.

Ключові слова: стратегічне управління персоналом, стратегія управління персоналом.

Кожне підприємство у своїй діяльності орієнтується на тенденції та плани довгострокового розвитку, що обумовлює досягнення не тільки поточних, але й перспективних цілей функціонування. У зв'язку з цим, набуває особливого значення зміцнення та збереження конкурентоспроможності підприємства у зовнішньому середовищі за рахунок стратегічного управління, особливе місце у якому відводиться управлінню персоналом. На сучасному етапі управління персоналом повинно бути скоординовано відповідно до концепції розвитку підприємства, тобто має бути чітко узгодженим та підпорядкованим його стратегії, забезпечувати формування висококваліфікованого складу працівників, раціональне використання персоналу, ефективну систему мотивації та розвитку, оскільки успіх підприємства – це, перш за все, заслуга людей, які, незалежно від специфіки діяльності, виступають рушійною силою стабільного функціонування та майбутнього розвитку підприємства.

Найбільшою проблемою для керівників сучасних підприємств, на думку автора, є ігнорування процесу постійної підтримки та розвитку системи управління персоналом на перспективу, тобто відсутність бачення подальшого майбутнього стабільного розвитку концепції управління персоналом як одного із стратегічних напрямків діяльності підприємства. Тому, не випадково, особлива увага в системі стратегічного управління розвитком підприємства повинна приділятися саме стратегічному управлінню персоналом.

Слід зазначити, що питання забезпечення стратегічного управління персоналом підіймалося у роботах як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, серед яких : М. Армстронг, Г. Десслер, А. Томпсон, Дж. Стікланд, а також В. Маслов, Ю. Лисенко, А. Кібанов, Г. Лич, А. Ткаченко, А. Зут та ін. [1 – 4]. Однак і досі не існує одностайності думки вчених щодо місця стратегічного управління персоналом у системі управління розвитком підприємства в цілому.

З огляду на це, мета написання даної статті полягає в обґрунтуванні сутності стратегічного управління персоналом та визначенні його значення для розвитку підприємства.

Ураховуючи, що сучасне підприємство є складною багатофункціональною системою, залишається незмінним один факт: працівники – це основа будь-якого підприємства, а їх значущість підкріплюється тими конкурентними перевагами підприємства, які більшою мірою базуються на застосуванні персоналом необхідних знань, вмінь та компетенцій у мінливих умовах господарювання. Саме тому підтримка та розвиток конкурентоспроможного потенціалу персоналу дозволяє підприємству гнучко реагувати на мінливість навколишнього середовища, досягати стратегічних цілей та успішно, стабільно функціонувати на ринку. Лише стратегічне управління персоналом дає змогу забезпечити належний процес формування відповідної кадрової стратегії, а її вдала реалізація буде свідченням цілеспрямованого та заздалегідь продуманого процесу залучення, ефективного використання та розвитку працівників задля досягнення місії та стратегічних цілей підприємства.

Аналізуючи різні наукові джерела [1 – 4], неодноразово можна зустріти однакове тлумачення термінів "стратегічне управління персоналом" та "стратегія управління персоналом", але важливо зазначити, що відмінності між цими поняттями все ж таки існують. Так стратегічне управління персоналом слід розглядати як загальний підхід до управління людськими ресурсами відповідно до намірів підприємства щодо вибору майбутнього напрямку діяльності та розвитку [1]. Даний вид управління зосереджений на більш довгострокових кадрових питаннях, і виступає певною частиною процесу стратегічного управління підприємством у цілому.

Що стосується стратегії управління персоналом, то її основою є конкретні наміри підприємства щодо здійснення необхідних дій у межах його кадрової політики [2]. До кола питань, які охоплює стратегія управління персоналом, входять: забезпечення підприємства необхідним персоналом, його навчання, розвиток, створення дієвої системи винагороди, підтримка стабільних трудових відносин тощо. Слід зазначити, що саме вдале вирішення цих питань є запорукою успішної реалізації загальної стратегії підприємства.

Існує розмаїття, іноді навіть прямо протилежних, тлумачень сутності поняття "стратегія управління персоналом", однак, на думку автора, найбільш вдале визначення надає А. Кібанов [3, с. 210]. Автор розглядає стратегію управління персоналом як "...ретельно продуманий, розроблений керівництвом організації пріоритетний, якісно визначений напрямок дій, необхідний для досягнення довгострокових цілей зі створення високопрофесійного, відповідального та згуртованого колективу, що враховує стратегічні задачі підприємства та його ресурсні можливості...".

Важливо також усвідомлювати, що стратегія управління персоналом, виступаючи стрижнем, навколо якого побудоване стратегічне управління персоналом, повинна бути ретельно узгодженою зі всіма спеціалізованими стратегіями і бути особливо органічною частиною корпоративної стратегії, тим самим стратегічне використання та розвиток кадрового потенціалу дозволить забезпечити успішне функціонування та перспективний розвиток підприємства в цілому.

Під час розробки необхідної кадрової стратегії керівництво підприємства можуть спіткати проблеми недостатньої забезпеченості або взагалі відсутності фінансових, матеріальних, інтелектуальних ресурсів, компетентних та належним чином підготовлених спеціалістів. Це обумовлює необхідність визначення конкретних пріоритетів вибору напрямків та складових стратегії управління



персоналом. На думку автора, критеріями вибору стратегії має стати обсяг запропонованих для її реалізації ресурсів, часові обмеження, склад та рівень професіоналізму й кваліфікації персоналу тощо. Сильні сторони та конкурентні переваги підприємства, які отримані за рахунок ефективної роботи з персоналом, також безпосереднім чином будуть впливати на вибір кадрової стратегії.

З огляду на те, що працівники є вирішальним фактором збереження та нарощування конкурентоспроможності підприємства, необхідним стає впровадження дієвої системи стратегічного управління персоналом, яка шляхом безпосередньої розробки та реалізації кадрової стратегії буде спроможною гнучко реагувати на швидкі зміни умов господарювання, науково-технічний прогрес та сприяти досягненню високих результатів діяльності підприємства. При цьому важливими чинниками стають використання індивідуальних можливостей працівників, їх постійний розвиток відповідно до стратегічних цілей підприємства, а також інтеграція зусиль, потреб та запитів персоналу з його інтересами.

Отже, під стратегічним управлінням персоналом доцільно, на думку автора, розуміти складний комплексний процес щодо визначення довгострокових якісних заходів з кадрової роботи керівного складу підприємства з метою формування, розвитку та ефективного використання персоналу та забезпечення таким чином досягнення стратегічних цілей підприємства.

Слід зазначити, що реалізація стратегічного управління персоналом потребує постійної узгодженості та інтеграції з цілями загальної стратегії розвитку, врахування реальних умов функціонування підприємства, його можливостей, досвіду та аналізу впливу факторів навколишнього середовища, створення необхідних умов для впровадження ефективної стратегії управління персоналом. Оскільки саме від того, наскільки точно та правильно буде розроблена й реалізована кадрова стратегія, залежатиме удосконалення структури персоналу (за віком, категоріями, кваліфікацією, професіями тощо); оптимізація чисельності працівників з урахуванням його динаміки; підвищення ефективності витрат на персонал (оплата праці, винагородження, витрати на навчання та інші); розвиток персоналу (адаптація, навчання, кар'єрне зростання); заходи соціального захисту, система гарантій, соціальне забезпечення (медичне, пенсійне, соціальне страхування, соціально-культурне забезпечення та ін.); розвиток організаційної культури (системи норм, цінностей, традицій, правил поведінки в колективі тощо); удосконалення системи управління персоналом підприємства (складу та змісту функцій, організації, кадрового, інформаційного забезпечення тощо), а отже й успішне функціонування підприємства в цілому.

Вирішення таких розповсюджених нині проблем у сфері управління, як неефективність діяльності, неможливість досягнення динамічної рівноваги із зовнішнім середовищем, пошук шляхів виживання підприємства в умовах ринкового господарювання стає можливим для керівників за умови впровадження принципів та елементів стратегічного управління персоналом, яке має здійснюватися на постійній основі задля забезпечення адаптації підприємств до зовнішніх змін, формування стратегічного потенціалу та досягнення перспективних цілей функціонування.

Підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити, що стратегічне управління персоналом є необхідною умовою не тільки ефективного формування, використання потенціалу працівників підприємства, але й запорукою постійного всебічного розвитку особистості, розкриття ініціативності та активізації трудової діяльності персоналу. Крім того, реалізація в межах підприємства процесу стратегічного управління персоналом є однією з передумов та гарантом його успішного, стабільного функціонування на ринку, певним орієнтиром на перспективу подальшого цілісного розвитку та процвітання.

Дійсно, працівники підприємства виступають єдиним внутрішнім джерелом і двигуном його розвитку та процвітання. Від ефективності праці персоналу залежить успіх підприємства, а зацікавленість співробітників у результатах власної праці, постійне підвищення кваліфікації, розгорнуте використання знань, власного досвіду, свого робочого часу, ефективне застосування технічних засобів, раціональне використання матеріальних ресурсів, прояв творчої ініціативи – це фактори забезпечення успішної діяльності підприємства та життєво необхідні умови стрімкого розвитку його конкурентоспроможності. Тому проблема побудови дієвої системи стратегічного управління персоналом займає одне з провідних місць в оперативній діяльності вітчизняних підприємств і значною мірою впливає на їх стратегічний розвиток.

Література: 1. Морщенок Т. С. Стратегія управління людськими ресурсами / Т. С. Морщенок, В. С. Локшин, О. О. Гертнер // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Вип. 201. – Т. V. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2005. – С. 1180–1189. 2. Стратегическое управление персоналом / Ю. Г. Лысенко, В. Н. Андриенко, Т. Ю. Беликова, В. А. Голтвенко, К. Н. Манишин и др. – Изд. 2-е, пер. и доп. – Донецк : ООО "Юго-восток, Лтд", 2005. – 201 с. 3. Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 638 с. 4. Лич Г. В. Стратегія управління трудовими ресурсами підприємства / Г. В. Лич // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – № 4(35). – С. 53–56.

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ ПЕРСОНАЛУ

Анотація. Розглянуто теоретичні аспекти формування мотиваційного механізму управління поведінкою персоналу: розкрито поняття "мотивація" та "мотиваційна діяльність", розглянуто основні мотиваційні стратегії, досліджено структуру мотиву праці.

Аннотация. Рассмотрены теоретические аспекты формирования мотивационного механизма управления поведением персонала: раскрыты понятия "мотивация" и "мотивационная деятельность", рассмотрены основные мотивационные стратегии, исследована структура мотива труда.

Annotation. The theoretical aspects of motivational mechanism forming of personnel behavior management are considered: the concepts "motivation" and "motivational activity" are exposed, basic motivational strategies are considered, structure of labour motive is investigated.

Ключові слова: персонал, мотив, мотивація, мотиваційний механізм, мотиваційна стратегія.

Відкритість економіки України гостро порушує питання про конкурентоспроможність вітчизняної продукції. Основою цього є розвиток української робочої сили, підвищення її кваліфікації [1]. Саме тому мотивація працівників має бути однією з найважливіших функцій управління, бо вона вимагає спеціальних вмінь, наполегливості й розуміння людської природи. Адже в основі поведінки кожної людини лежать певні мотиви: внутрішні прагнення, які зумовлюють спрямованість їхньої активності та її форми, їх розуміння дає ключ до пояснення поведінки кожної особи і можливостей впливу на неї [2].

Соціологічні опитування показують, що навіть в умовах економічної кризи і значного зниження матеріального добробуту абсолютної більшості населення країни заробітна плата не є єдиним критерієм кількості доступної робочої сили. Для працівників також важливі лояльність відносно до наймача, сімейні традиції, умови праці, соціальна ідентифікація, стимулювання і т. п. [3].

Мотивація – це така рушійна сила, що ґрунтується на задоволенні певних потреб, примушуючи людину діяти з максимальними зусиллями для досягнення особистих чи організаційних цілей [1].

Кожен ефективний керівник намагається переконати співробітників працювати краще, створити у них внутрішні спонуки до активної трудової діяльності, підтримувати зацікавленість у праці, ініціювати переживання задоволення від отриманих результатів. Саме тому метою роботи є знаходження такого мотиваційного механізму управління поведінкою персоналу, щоб працівники під дією мотивації досягали цілей організації добровільно і творчо.

Мотивована діяльність – це вільна, обумовлена внутрішніми спонуканнями діяльність людини, спрямована на досягнення своїх цілей, реалізацію своїх інтересів. Структура мотиву праці наведена на рис. 1.

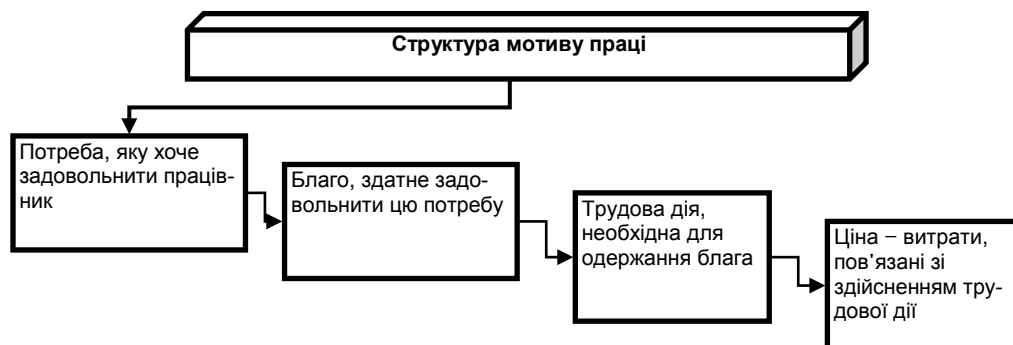


Рис. 1. Структура мотиву праці

Велике значення для формування мотивів праці має оцінка імовірності досягнення цілей. Якщо для задоволення цілей не потрібно великих зусиль, або навпаки, потрібно прикласти надто



великі зусилля, то мотив праці майже не формується. І в першому, і у другому випадках мотив до праці формується тільки тоді, коли трудова діяльність є майже єдиною, або основною умовою задоволення даної потреби. Якщо ж критерієм при розподілі служать статусні відмінності (посада, звання, належність до певної соціальної групи – ветеран, інвалід, мати-одинарка), то формуються мотиви службового просування, одержання розряду, ступеня, звання, закріплення за робочим місцем, які не обов'язково передбачають трудову активність працівника, оскільки можуть бути досягненні за допомогою інших видів діяльності [4; 5].

Мотивування працівників здійснюється відповідно до потреб організації і працівників у ній залежно від необхідності, обумовленої навколишнім середовищем. Звідси потрібно проаналізувати зміст вимог, висунутих навколишнім середовищем, у якому діє компанія, а також потреби організації; крім того, індивідуальні потреби, що дуже різні в різних людей. Одні прагнуть до безпеки, інші жадають визнання, треті хвилює рівень зарплати, четверті прагнуть до самореалізації. На рис. 2 змальовано основні підходи до вибору мотиваційної стратегії.



Рис. 2. Основні підходи до вибору мотиваційної стратегії

Мотиваційна стратегія базується на аналізі, ситуації і застосовуваному стилі взаємодії керівника з іншими людьми. Мотиваційний механізм повинен опиратися, насамперед, на діючу систему матеріального і нематеріального стимулювання. Підвищення зарплати не призводить автоматично до підвищення ефективності та продуктивності праці, хоча нестача грошей чи затримка виплати зарплати однозначно призводять до зростання невдоволення, напруженості та зниження результатів праці. Винятком служать ситуації, коли внутрішній потяг до роботи у працівника превалює над фінансовими міркуваннями.

Щоб ефективно використовувати гроші як мотиватор, варто платити конкурентну зарплату для залучення й утримання фахівців, щоб нагорода відповідала реальним зусиллям працівника. Відсутність інформації про результати власної роботи також позначається негативно. Менеджер зобов'язаний уміти висловити свою вдячність працівникові саме тоді, коли той її заслужив [3]. Працівник повинен бути впевнений, що його зусилля будуть заохочені відповідною нагородою.

Одним із дієвих засобів оцінювання кадрового менеджменту підприємства є аудит персоналу, який дозволяє всебічно аналізувати і прогнозувати трудову діяльність, розробляти рекомендації щодо управління персоналом, підвищенню ефективності соціально-трудової та економічної діяльності підприємства [6].

У багатьох теоріях робиться спроба пояснити суть мотивації. Однак слід пам'ятати, що універсального філософського підходу до мотивації не існує. Кожен керівник повинен розробити таку систему мотиваційного механізму, яка буде задовольняти індивідуальні потреби працівників, розбудить у них таланти та здібності [1].

Перспективою подальших досліджень є вивчення всіх існуючих теорій мотивації та розробка універсальної моделі мотиваційного механізму управління персоналом, враховуючи сучасні тенденції та індивідуальні потреби працівників.

Література: 1. Бондаренко М. І. Ефективність сучасного менеджменту та управління персоналом організації : збірник наукових праць / М. І. Бондаренко. – Харків : ХІЯМ, 2006. – 303 с. 2. Дроньє А. Основні принципи успішного керівництва установою : методичні рекомендації / А. Дроньє. – К. : УАДУ, 1995. – С. 51. 3. Афонин А. Основы мотивации труда: организационно-экономические аспекты / А. Афонин. – К. : АЗУ-УП, 1994. – С. 44–91. 4. Орбан-Лембрик Л. Е. Психология управления : навч. посібн. / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К. : Академвидав, 2003. – 567 с. 5. Крушельницька О. В. Управление персоналом : навч. посібн. / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – К. : Кондор, 2003. – 296 с. 6. Шлендер П. Э. Аудит и контроллинг персонала организации / П. Э. Шлендер. – М. : Вузовский учебник, 2010. – С. 3–32.

НЕОБХІДНІСТЬ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТАЛОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Присвячено визначенню необхідності розробки та реалізації маркетингової стратегії як складової процесу управління економічною сталістю підприємства.

Аннотация. Посвящено определению необходимости разработки маркетинговой стратегии как составляющей процесса управления экономической устойчивостью предприятия.

Annotation. The defining of the need to develop a marketing strategy as part of the process of enterprise economic stability management is made.

Ключові слова: маркетингова стратегія, економічна сталість підприємства.

Світова фінансова криза 2008 – 2009 років як прояв циклічності розвитку економіки на прикладі багатьох вітчизняних підприємств показала, що сталість економіки країни безпосередньо залежить від сталості її складових, тобто, в першу чергу, економічної сталості підприємств.

Скорочення обсягів виробництва та реалізації на 10 – 80 % у більшості галузей, збитковість або значне зниження рівня прибутковості діяльності поставили перед керівниками компаній проблему пошуку інструментів управління економічною сталістю підприємств, з метою уникнення або мінімізації наслідків ситуацій, за якими підприємство втрачає частку ринку або опиняється на межі банкрутства. В умовах кризи розробка та реалізація антикризових маркетингових стратегій дозволяє оптимізувати бізнес-процеси використання виробничих ресурсів та підвищувати ефективність діяльності підприємства.

Метою даної публікації є визначення необхідності розробки та реалізації маркетингової стратегії як складової процесу управління економічною сталістю підприємства.

Серед авторів, що займалися дослідженням проблем визначення поняття "економічна сталість підприємства" та розробками механізмів управління економічною сталістю, можна відзначити Кульбаку Н. А., Суміна В. О., Барканова О. С., О. Єфімову, П. Друкера, Р. Харрода.

Згідно з [1] економічна сталість підприємства – це комплексне поняття, яке характеризується системами показників, що відображають наявність, розміщення та використання фінансових ресурсів, та показників, що характеризують конкретну силу комерційної структури, динаміку самого ринку та динаміку ринкової долі комерційної структури. Тобто задача забезпечення економічної сталості може бути вирішена завдяки оперативному та стратегічному управлінню окремими складовими фінансово-господарської діяльності підприємства: виробничою, фінансовою, інвестиційною та інноваційною складовими, а також завдяки забезпеченню високого рівня конкурентоспроможності продукції. Багато авторів [2 – 4], аналізуючи проблематику економічної сталості, приділяють більше уваги її фінансовій складовій. Але неможна забувати, що системи фінансових показників, завдяки яким можна оцінити фінансовий стан підприємства, – це, в першу чергу, відображення операційної діяльності. Активний розвиток банківського сектору протягом 2003 – 2007 рр. дозволяв підтримувати високі темпи розвитку української економіки за рахунок кредитних ресурсів. Наслідком світової фінансової кризи стало значне скорочення або навіть повна зупинка кредитування реального сектора економіки з боку фінансово-кредитних установ, що поставило підприємства, які активно використовували позичковий капітал у скрутне становище. Відсутність у таких компаній необхідних фінансових ресурсів для подальшого розвитку призвело до скорочення обсягів виробництва, втрати конкурентних переваг та значного зниження рівня прибутковості. Саме тому постало питання розробки нових або актуалізації існуючих маркетингових стратегій з метою стабілізації операційної діяльності та забезпечення високого рівня економічної сталості українських підприємств.

Згідно з [5], маркетингова стратегія – це логічна схема маркетингових заходів, за допомогою яких підприємство сподівається виконати свої маркетингові завдання. Вона складається з окремих стратегій для цільових ринків, позиціонування, маркетингового комплексу і рівня витрат на маркетингові заходи. Маркетингові програми включають заходи, які варто виконати організації для стабілізації ситуації на ринку і з виходу з кризи неплатоспроможності [6].

Значення стратегічного маркетингового планування зростає у зв'язку зі зміною ринкових умов, у тому числі таких, як посилення конкуренції, зниження цін, широке впровадження інновацій, зростання спеціалізації, скорочення термінів розробки продуктів [7].

Таким чином, розробка та впровадження маркетингової стратегії дозволяє ефективно використовувати наявні виробничі ресурси з метою підвищення рівня конкурентоспроможності, збіль-



шення обсягів виробництва і реалізації продукції та підвищення рівня прибутковості операційної діяльності, що знижує залежність від кредитних ресурсів та позитивно впливає на рівень економічної сталості підприємства.

Література: 1. Улыбина Н. Г. Экономическая устойчивость предприятия: виды и структура [Электронный ресурс] / Н. Г. Улыбина, И. В. Иванцова, Е. Н. Кучерова – Режим доступа : <http://www.vfmgiu.ru>. 2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. – К. : Ника-центр, Эльга, 2001. – 528 с. 3. Мызникова Т. Н. Факторы формирования экономической устойчивости агропредприятия / Т. Н. Мызникова // Вестник Челябинского государственного университета: научный журнал. – Серия 7. – Государственное и муниципальное управление. – 2005. – № 1(4). – С. 57–60. 4. Омельченко И. Н. Финансово-экономическая стабильность как составная часть организационно-экономической устойчивости предприятий / И. Н. Омельченко, Е. В. Борисова // Вестник машиностроения. – 2007. – № 4. – С. 65. 5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2005 – 800 с. 6. Гуріна Г. С. Необхiднiсть змiни маркетингової стратегії підприємств в умовах кризи [Електронний ресурс] / Г. С. Гуріна, А. Кононова – Режим доступу : www.nbu.gov.ua. 7. Самойленко В. В. Сучасні маркетингові стратегії підприємств галузі інформаційних технологій [Електронний ресурс] / В. В. Самойленко. – Режим доступу : <http://peredovik.org>.

Самойленко В. В.

УДК 311.42

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВНОГО СПРОСА НА ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

Аннотация. Определено прогнозирование перспективного спроса на рынке труда на основе тенденций изменения занятости. Обосновано, что при прогнозировании занятости необходимо прогнозировать динамику изменения объемов производства отраслей экономики региона.

Анотація. Визначено прогнозування перспективного попиту на ринку праці на основі тенденцій зміни зайнятості. Обґрунтовано, що при прогнозуванні зайнятості необхідно прогнозувати динаміку змін обсягів виробництва галузей економіки регіону.

Annotation. Prognostication of perspective demand at the market of labour is considered on the basis of employment changes tendencies. It is grounded that while prognosing employment we need to prognose the dynamic of production volume changes in the branches of region economy.

Ключевые слова: спрос на рынке труда, развитие регионального рынка, квалифицированные специалисты, трудовой ресурс.

Изучение общих тенденций развития региональной экономики и рынка труда позволило сделать вывод о сохранении проблем в области трудоустройства квалифицированных трудовых ресурсов, которые повлияют на дальнейшее функционирование системы профессионального образования, ориентированной в настоящее время на удовлетворение потребностей регионального рынка труда на 80 – 90 %. Следовательно, в сложившихся условиях, региональный рынок является для системы профессионального образования целевым.

Необходимость разработки особого подхода по прогнозированию перспективной потребности в квалифицированных специалистах диктуется сложившимися условиями на рынке труда: предприятия и организации региона не могут оценить перспективную потребность в квалифицированных специалистах. К тому же выполняющиеся в настоящее время на региональном уровне прогнозы социально-экономического развития региона, а также прогнозы развития рынка труда, разрабатываемые службами занятости, имеют в основном характер экспертных оценок и не обеспечивают достаточной степени точности.

В таком случае, если предприятия не способны заниматься прогнозированием потребности в трудовых ресурсах, возникает вопрос на кого возлагается подобная деятельность? Если основ-

© Самойленко В. В., 2010

ными "поставщиками" квалифицированных специалистов на рынок труда являются профессиональные учебные заведения всех уровней образования, тогда именно они вынуждены заниматься проблемами прогнозирования перспективной потребности в квалифицированных специалистах с тем, чтобы эффективно осуществлять и планировать процесс подготовки и на количественном, и на качественном уровне (существующие прогнозы не могут быть использованы учебными заведениями для определения прогнозной потребности в специалистах на перспективу даже ввиду того, что структура их недостаточно детализирована). Кроме того, отраслевые органы регионального управления являются также субъектами, заинтересованными в исследовании не только текущих потребностей регионального рынка труда в специалистах, но и установлении тенденций развития определяющих отраслей экономики региона потребителей квалифицированных трудовых ресурсов.

Суть предлагаемого автором подхода сводится к следующему: прогнозировать перспективный спрос на рынке труда рекомендуется на основе определения тенденций изменения занятости в зависимости от изменения объемов производства основных отраслей экономики региона, являющихся потребителями трудовых ресурсов. Поэтому, при прогнозировании занятости, необходимо прогнозировать динамику изменения объемов производства основных отраслей экономики региона.

Состояние регионального рынка определяется динамикой состояния регионального хозяйственного комплекса: объемами производимой отраслями продукции и занятостью в отраслях экономики региона. Ситуация с занятостью на региональном рынке труда оказывает непосредственное влияние на систему профессионального образования: увеличение занятости в отдельных отраслях экономики и промышленности региона свидетельствуют о дополнительных потребностях в квалифицированных трудовых ресурсах. Для успешного функционирования системы образования необходимо располагать информацией не только о текущих, но и перспективных потребностях региона в подготавливаемых специалистах. Поэтому предлагаемый подход предполагает использование особого алгоритма прогнозирования спроса на рынке труда с использованием методики оперативного учета изменения тенденций в области производства и занятости (рисунок).

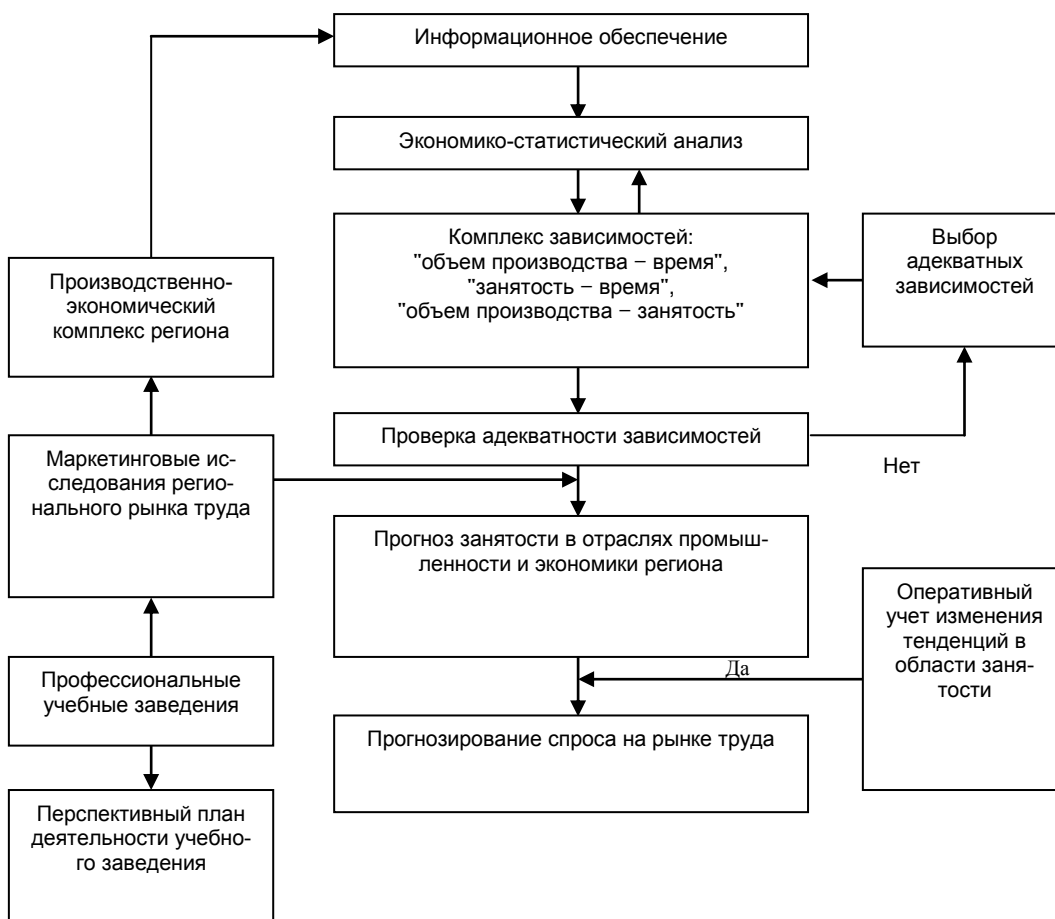


Рис. Алгоритм прогнозирования спроса на рынке труда

Методика основывается на периодическом внесении изменений в динамический ряд и отслеживании, таким образом, изменений в тенденциях еще в ретроспективном периоде.

Таким образом, улавливая изменения непосредственно еще в перспективном периоде, возможно более точно прогнозировать колебания занятости в тех или иных отраслях экономики и



промышленности и делать соответствующие выводы о перспективной потребности в трудовых ресурсах, а, следовательно, и о перспективном спросе на квалифицированные трудовые ресурсы.

Необходимо особо отметить еще ряд факторов, обусловивших выбор данного метода прогнозирования: качество построенных моделей и степень точности составленного прогноза явились довольно высокими, и, при этом, прослеживаются объективные тенденции, соответствующие во многом реальной ситуации в экономике. К тому же, в основу данного подхода автором положен достаточно четкий, отработанный статистически-математический аппарат. Следовательно, используемый метод явился максимально эффективным при высокой точности.

Прогнозируя спрос на рынке труда на основе тенденций изменения занятости, нельзя в полной мере считать, что занятость является категорией, реально отражающей спрос, поскольку на рынке труда может существовать спрос на определенные виды трудовых ресурсов, а занятость не обеспечиваться на требуемом уровне по причинам отсутствия квалифицированных специалистов, низкой оплате труда и другим, и наоборот, может поддерживаться избыточная занятость в виде сохранения рабочих мест [1]. Возникает необходимость исследования зависимости между реальным спросом и занятостью. Но, прежде всего, важно правильно оценивать как текущий, так и перспективный спрос на трудовые ресурсы со стороны рынка труда, для чего необходима проработанная и обоснованная методика его оценки.

Также одной из основных функций рынка труда является регулирование спроса и предложения рабочей силы. Однако в Украине в настоящее время отсутствует достаточно обоснованная методика оценки спроса и предложения на рынке труда. В официальную статистику уровня безработицы попадают трудовые ресурсы, зарегистрированные на бирже труда, но их количество далеко не соответствует действительному уровню предложения.

Необходимо учитывать и тот факт, что и в мире в настоящее время не существует единой официальной методики расчета уровня безработицы. В Украине официально уровень безработицы определяется как отношение числа официально зарегистрированных безработных к экономически активному населению, определяемому как сумма занятых в отраслях народного хозяйства и безработных, зарегистрированных в службе занятости.

Для определения ситуации на рынке труда в Украине, в литературе рекомендуется использовать несколько подходов:

официально учитываемый уровень безработицы, рассчитываемый по действующей методике;
фактический уровень безработицы, рассчитываемый как сумма отношения фактического количества не занятых к числу занятых в народном хозяйстве и числа фактических безработных;

уровень скрытой безработицы, рассчитываемый как отношение количества работников, занятых неполный рабочий день, неделю или находящихся в отпуске с неполной оплатой труда к общему числу занятых в народном хозяйстве, включая количество не полностью занятых работников [2]. В официальную же статистику уровня безработицы попадают только работники, уволенные с работы, зарегистрированные в центре занятости и желающие получить новое рабочее место. Таким образом, граждане, не имеющие работы, но не ждущие помощи от государства в лице его служб занятости, по действующей методике в расчет уровня безработицы не включаются. Официального учета этих категорий граждан нет и все попытки их учесть дают разные итоги по уровню безработицы, что свидетельствует о значительном несоответствии официальных данных о безработице реальной ее величине.

Информация о рынке труда, представленная в виде количества вакансий-заявок от предприятий и организаций, не отражает фактический уровень спроса на рынке труда, поскольку не все предприятия обращаются в службу занятости в целях удовлетворения спроса на рабочую силу. Анализ структуры вакансий показывает, что спрос на региональном рынке труда существует в основном на неквалифицированную рабочую силу, то есть на часть рабочих мест, не пользующихся спросом [3]. Однако подавляющее большинство подготовленных специалистов со средним и высшим профессиональным образованием все-таки трудоустраиваются на рынке труда, не обращаясь в службу занятости. Возникает проблема оценки реального спроса и, следовательно, предложения на рынке труда через определенную систему показателей труда в квалифицированных трудовых ресурсах целесообразно ориентироваться не столько на тенденции изменения занятости на региональном рынке труда, сколько изучать текущий и перспективный спрос на рынке труда, то есть проводить целенаправленные маркетинговые исследования рынка труда. Подобные исследования позволяют оценивать спрос по профессионально-квалификационным группам трудовых ресурсов. Кроме того, сочетание подхода по прогнозированию занятости в зависимости от времени и от объемов производства с конкретными целенаправленными маркетинговыми исследованиями по определению перспективной потребности в кадрах позволит получить более объективную прогнозную оценку.

Литература: 1. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посібн. / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с. 2. Лібанова М. Ринок праці : навч. посібн. / М. Лібанова. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 224 с. 3. Государственное регулирование рыночной экономики : учебное пособие. – 2-е изд. – М. : Дело, 2002. – 280 с. 4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Прогресс, 1993. – 736 с.

ДЕМОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ: СУЩНОСТЬ И ПРИЧИНЫ

Аннотация. Рассмотрена сущность демотивации персонала. Исследованы причины демотивации на основе анализа практического опыта и теорий мотивации. Классифицированы причины демотивации персонала в организации.

Анотація. Розглянуто суть демотивації персоналу. Досліджено причини демотивації на основі аналізу практичного досвіду і теорій мотивації. Класифіковано причини демотивації персоналу в організації.

Annotation. The essence of the personnel demotivation is considered. The reasons of the demotivation by the basis analysis of practical experience and theories of motivation are investigated. The reasons of demotivation of personnel in the organization are classified.

Ключевые слова: демотивация персонала, мотивационный менеджмент.

Демотивация сотрудников на сегодняшний день – одна из актуальных проблем предприятий. Как известно, успех любой компании в первую очередь зависит от эффективности работы персонала. Под эффективностью зачастую понимается именно мотивация сотрудников. Демотивация – это обратная сторона. Если мотивация – это побуждение человека к достижению цели, то демотивация – процесс, в результате которого желание действовать у человека снижается.

Вопросам мотивации персонала в настоящее время уделяется все больше внимания, как теоретиками менеджмента, так и практиками, потому что путь к эффективному управлению персоналом основан на понимании потребностей и мотивов конкретных людей – работников организации. От того, какими мотивами руководствуется человек в своей трудовой деятельности, зависит его отношение к работе.

Как отмечают специалисты по управлению персоналом, если раньше основной задачей руководителя считалось умение мотивировать персонал, то теперь – умение устранять демотивацию [1]. Многие предприятия сталкиваются с проблемой текучести персонала, вызванной растущей демотивацией [2]. Все чаще руководители предприятий обращаются к экспертам за помощью потому, что уходят ценные специалисты, уходят топ-менеджеры, а оставшиеся сотрудники не проявляют должного рвения и энтузиазма в работе [3].

Исходя из изложенного, представляется, что исследование проблемы демотивации является достаточно актуальным.

Значительное внимание вопросам демотивации уделяется специалистами в области управления персоналом, о чем свидетельствуют публикации в журналах и материалы в Интернете [1 – 6]. В учебниках по мотивации персонала, мотивационному менеджменту вопрос демотивации персонала рассматривается лишь отдельными авторами [7]. Большинство авторов затрагивают проблему демотивации поверхностно, лишь в свете рассмотрения других теоретических вопросов, таких как использование отрицательного стимулирования [8], удовлетворенность работой и производительность [9].

Учитывая теоретическую и практическую значимость данного направления исследования, представляется целесообразным рассмотреть сущность демотивации персонала, исследовать ее причины на основе обобщения опыта ведущих специалистов-практиков по управлению персоналом, классифицировать причины демотивации персонала.

Снижение мотивации и, соответственно, рост демотивации проходят несколько этапов.

Типичный признак первой стадии демотивации – недоумение и растерянность сотрудника. Внешние проявления этой стадии потери мотивации могут быть незаметными. Поэтому любые отклонения от обычного поведения должны насторожить руководителя. На этой стадии большое значение имеет управленческая и социальная компетентность непосредственного руководителя, его умение заметить то, что еще ярко не выражено.

Следующий этап демотивации проявляется в виде открытого недовольства. Его признаки могут быть различными: игнорирование рекомендаций руководства, демонстративная агрессивность, уклонение от выполнения заданий под незначительными предложениями и т. д. На этом этапе любые противоречивые указания руководителя порождают у демотивированного сотрудника чувство собственного бессилия. На этом этапе подчиненный начинает избегать контактов с непосредственным начальством и активнее интересуется поисками другой работы.

Заключительный этап потери мотивации имеет наиболее яркие внешние проявления, поскольку происходит полное отчуждение сотрудника от руководства и организации в целом. На



данной стадии сотрудник уже не пытается возродить собственный интерес к работе, а только – самоуважение. Разочаровавшись в руководстве, в организации и в своей работе, он теряет желание к сотрудничеству, что зачастую становится причиной конфликта с коллегами. Поэтому основной признак этой фазы – постоянное подчеркивание сотрудником пределов своих обязанностей, а также сужение их до минимума.

Демотивация – результат воздействия нескольких факторов, которые в своей совокупности и являются ее причинами.

Причины демотивации персонала многообразны. Некоторые авторы как причину демотивации сотрудников называют систему управления персоналом организации в целом, возлагая ответственность за демотивацию сотрудников на службу управления персоналом [4].

Сам механизм мотивирования может быть причиной демотивации, учитывая то, что каждый человек воспринимает обстоятельства по-своему, и поэтому один и тот же стимул может стать для разных людей мотивирующим и демотивирующим. В первую очередь, это зависит от персональной системы убеждений, ценностей и уровня самооценки этого человека.

Среди причин демотивации персонала, возникающих в процессе мотивации, называют такие: неиспользование каких-либо навыков сотрудника, которые он сам ценит; игнорирование идей и инициатив; отсутствие чувства причастности к организации; стиль руководства; отсутствие чувства достижения, личного и профессионального роста, признания достижений и результатов со стороны руководства, изменений в статусе сотрудника [3]. Среди наиболее распространенных причин ухода сотрудников из организации называют плохие взаимоотношения в коллективе и с руководителем, низкие возможности карьерного роста и уровень вознаграждения.

К причинам демотивации также относят страх наказания, отмечая, что при частом использовании штрафов, негативных оценок, чувствительность сотрудников к таким санкциям снижается, а затем переходит в демотивацию [5]. Следует подчеркнуть, что среди причин демотивации персонала также выделяют такие, которые могут вызвать демотивацию практически у любого человека: постоянные стрессовые нагрузки; несоответствие ожиданиям; неудовлетворенность чем-то на протяжении длительного периода; ощущение несправедливого отношения в сравнении с положением других сотрудников [6].

Демотивация представляет собой снижение уровня побуждения к достижению целей организации, обусловленное отсутствием либо ослаблением влияния сил, побуждающих человека к деятельности с затратой определенных усилий, на надлежащем уровне старания, добросовестности, настойчивости.

Причины демотивации персонала можно классифицировать по таким признакам:

обусловленные организационными факторами (реструктуризация, диверсификация, изменение политики организации, частые изменения в организации);

обусловленные несовершенством элементов системы управления персоналом (отбором, адаптацией, обучением, мотивацией и оценкой персонала).

Литература: 1. Дигун О. Современные реалии мотивации / О. Дигун // Управление персоналом. – 2007. – № 7. – С. 72–76. 2. Харьковская М. Демотивация персонала / М. Харьковская // Управление персоналом. – 2007. – № 7. – С. 14–16. 3. Андреева Т. Внутренняя демотивация персонала / Т. Андреева // Материалы сайта ИКФ "АЛБТ" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gjb.ru>. 4. Иванова С. В. Мотивация на 100 %: А где же у него кнопка? / С. В. Иванова. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 288 с. 5. Николаенко О. Демотивация на старте или как вырастить малоэффективного сотрудника / О. Николаенко // Управление персоналом. – 2007. – № 7. – С. 56–58. 6. Мокротоварова Т. Внимание: демотивация! / Т. Мокротоварова // Материалы сайта ИКФ "АЛБТ" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gjb.ru>. 7. Травин В. В. Мотивационный менеджмент : учеб.-практич. пособ. / В. В. Травин, М. И. Магура, М. Б. Курбатова. – М. : Дело, 2005. – 96 с. 8. Крючков В. Кто в ответе за демотивацию персонала // Управление персоналом. – 2007. – № 7. – С. 25–27. 9. Грабская И. Что демотивирует украинских работников? / И. Грабская // Управление персоналом. – 2007. – № 7. – С. 64–68.

Шишмарьова Л. О.

УДК 005.21

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Подано рекомендації щодо розробки стратегії розвитку підприємства. Розглянуто етапи розробки стратегії. Наведено критерії оцінювання стратегічних альтернатив і вибору стратегії.

Аннотация. Поданы рекомендации относительно разработки стратегии развития предприятия. Рассмотрены этапы разработки стратегии. Приведены критерии оценивания стратегических альтернатив и выбора стратегии.

© Шишмарьова Л. О., 2010

Annotation. The recommendations in relation to development of enterprise development strategy are given. The stages of strategy development are considered. Criteria over of strategic alternatives evaluation and choice of strategy are suggested.

Ключові слова: стратегія розвитку підприємства, стратегічна альтернатива.

Важливою проблемою сучасного етапу розвитку економіки України є досягнення підприємствами конкурентної переваги у теперішній період та на тривалу перспективу. Її вирішення вимагає застосування нової системи управління, спроможної до інноваційної, конкурентної та підприємницької реакції на зміну в зовнішньому середовищі, що дозволяє управляти цими змінами на основі наукових методів передбачення цих змін, а також регулювання та пристосування до цілей підприємства.

Метою статті є теоретичне обґрунтування стратегії розвитку підприємства та вироблення рекомендацій щодо її розробки.

Стратегія підприємства – це обґрунтований план або курс дій, необхідний для досягнення довгострокових цілей підприємства шляхом розподілення ресурсів. Вона є основною умовою стійкого розвитку та збереження підприємства у довгостроковій перспективі. Розробка стратегії розвитку підприємства передбачає виконання таких етапів [1]:

1-й етап. Формування місії та встановлення цілей. Місія підприємства – поняття, яке розкриває сенс існування і визначає в загальному вигляді сферу його діяльності. Місією корпорації "Форд" сформульовано як: "Надання людям дешевого транспорту" [2].

Місію ВАТ "Турбоатом" сформульовано так: "Сприяння піднесенню економіки України шляхом взаємовигідної співпраці з бізнес-партнерами з розробки і виробництва енергетичного устаткування, забезпечення гідного рівня життя робітників підприємства, можливості їх професійного зростання і самовираження".

Під цілями розуміють конкретні кінцеві стани, до яких у кожний момент часу прагне підприємство. Спроможність підприємства формулювати цілі відповідно до характеру змін у середовищі належить до найважливіших складових його конкурентоспроможності. Без цілей неможливо управляти підприємством.

Алексеева М. М. [3] виділяє такі напрямки встановлення цілей підприємства:

1. Становище на ринку. Цілями можуть бути: збільшення частки ринку, збільшення обсягу продажів, збільшення частки окремих продуктів у загальному обсягу продажів.

2. Інновації. Цілі пов'язані з організацією виробництва нових товарів, освоєнням нових ринків, застосуванням нових технологій або способів організації виробництва.

3. Продуктивність, яка виявляється у віддачі з кожної одиниці виробничих потужностей, обсягу продукції, яка виробляється за одиницю часу або на одного середньоспискового робітника.

4. Ресурси. Цілі встановлюються стосовно збільшення або скорочення ресурсної бази, забезпечення її стабільності.

5. Прибутковість. Цілі включають такі показники, як досягнення певного рівня прибутку, рентабельності.

6. Персонал. Цілі стосовно персоналу можуть бути пов'язані із збереженням робочих місць, забезпеченням прийнятної рівня оплати праці, поліпшення умов і мотивації праці.

7. Соціальна відповідальність. Цілі можуть містити в собі заходи щодо формування сприятливого іміджу підприємства, збереження природного середовища.

2-й етап. Стратегічний аналіз середовища містить аналіз зовнішнього середовища опосередкованого або безпосереднього оточення підприємства та аналіз внутрішнього середовища. Його метою є змістовий та формальний опис об'єкта дослідження, виявлення особливостей, тенденцій і напрямків розвитку цього об'єкта.

3-й етап. SWOT-аналіз (Strength – сила, Weakness – слабкість, Opportunity – можливість, Threat – загроза) дозволяє провести спільне вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Методологія SWOT-аналізу передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, а також загроз і можливостей та встановлення ланцюжків зв'язку між ними, які використовуються для формулювання стратегії підприємства.

4-й етап. Наступним етапом розробки стратегії є вироблення стратегії, аналіз та оцінювання стратегічних альтернатив. Стратегічні альтернативи – це можливі курси дій у рамках обраної стратегії та обмежень на використання наявних ресурсів або набір різних окремих стратегій для досягнення стратегічних цілей підприємства. На цьому етапі з урахуванням факторів зовнішнього і внутрішнього середовища розробляються можливі (альтернативні) способи досягнення поставлених цілей. Оцінювання стратегічних альтернатив здійснюється за певними критеріями. Основними з них є [1; 4; 5]:

1) відповідність стратегії цілям;

2) відповідність стратегії зовнішньому оточенню;

3) відповідність стратегії потенціалу підприємства, тобто можливість використання сильних сторін і нейтралізація слабких сторін;

4) здійсненність стратегії. Оцінюється достатність наявних ресурсів, технологічна база для реалізації обраної стратегії, кадровий потенціал, загальний обсяг фінансових коштів, можливість залучення додаткових джерел за допомогою кредиту;

5) очікувані економічні показники: збільшення частки ринку та обсягу виробництва товарів і послуг, можливе зростання продуктивності праці, зменшення собівартості продукції, збільшення прибутку і рентабельності продукції і виробництва, кількість додаткових робочих місць;



- 6) прийнятність ризику, закладеного у стратегії;
 - 7) урахування синергичного ефекту, фактору часу і його найважливішої характеристики – життєвого циклу продукції;
 - 8) час, необхідний для впровадження стратегії;
 - 9) показники, які застосовуються для оцінки ефективності інвестиційних проектів. Стратегії можна розглядати як інвестиційні проекти, і, отже, для їх оцінки можна застосовувати ті ж самі методи, що й для оцінки ефективності інвестиційних проектів (NPV – чисту поточну вартість, PI – індекс дохідності інвестицій, IRR – внутрішню норму дохідності, термін окупності).
- 5-й етап. Після оцінювання стратегічних альтернатив здійснюється вибір стратегії із низки можливих альтернатив, які найбільшою мірою відповідають розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.
- 6-й етап. Реалізація стратегії. Це етап, у ході якого здійснюється впровадження рішень стратегії. Вона повинна забезпечити підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг, а також посилення конкурентних переваг підприємства на ринку.
- Можна погодитися з авторами роботи [5], які вважають, що для реалізації стратегії і контролю за її здійсненням на підприємстві треба проводити необхідні зміни, розробляти систему взаємопов'язаних планів, які відображають прийняті стратегічні рішення і розподілення ресурсів.
- Таким чином, розробка стратегії дозволить визначити основні напрямки розвитку підприємства, сконцентрувати зусилля на пріоритетних ділянках для досягнення поставлених цілей. Основа ефективною стратегії полягає в тому, щоб підприємство зайняло сильну позицію на ринку і могло успішно працювати, незважаючи на непередбачені обставини, велику конкуренцію та внутрішні проблеми.

Література: 1. Хміль Т. М. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Т. М. Хмиль, С. К. Василик, Л. О. Шишмарёва. – Харьков : ИД "ИНЖЭК", 2004. – 136 с. 2. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 1992. – 704 с. 3. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы : учебн.-метод. пособ. / М. М. Алексеева. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 248 с. 4. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент : курс лекций / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2000. – 228 с. 5. Поршнев А. Г. Управление организацией : учебник / А. Г. Поршнев, З. П. Румянцева, Н. А. Саломатин. – 2-е изд. перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 672 с.

Шульга Г. Ю.

УДК 055.32:331.101.3

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотация. Розглянуто мотиваційну стратегію, яка передбачає порядок дій щодо стратегії управління персоналом на підприємстві з урахуванням стимулів до праці.

Аннотация. Рассмотрена мотивационная стратегия, которая предусматривает порядок действий при формировании стратегии управления персоналом с учетом стимулов к труду.

Annotation. Motivational strategy which foresees the order of actions at forming of management strategy by a personnel taking into account stimuli to labour is considered.

Ключові слова: стимулювання персоналу, мотиваційна стратегія.

У період реструктуризації економічної системи країни, що призводить до суттєвих змін у функціонуванні суб'єктів господарювання, актуальності набуває дієва система мотивації персоналу, яка сприяє досягненню високих результатів трудового вкладу робітників. Незважаючи на значну кількість наукових праць таких видатних вчених, як: Баран Р. М. [1], Ф. Герцберг [2], Колот А. М. [3], А. Кутас [4], В. Сорока [5], Слиньков В. Н. [6], А. Фридман [7] та інших, в яких висвітлюються питання формування та оцінки стимулів, методи мотивації, значне коло питань залишаються не розкритими. Особливе місце в цих питаннях займає раціональний підхід щодо розробки мотиваційної стратегії підприємства.

Саме це і визначило мету написання даної статті – розробка заходів щодо формування мотиваційної стратегії управління персоналом на підприємстві.

© Шульга Г. Ю., 2010

Зацікавленість працівників у роботі та успішність її виконання залежать від кількості наданих пільг і послуг, у тому числі прямо непрописаних у чинному законодавстві. Це призводить до скорочення плинності кадрів, забезпечення додаткового доходу працівникам у випадку невисокого рівня заробітної плати (наприклад, на державних підприємствах), а також дозволяє зберегти кваліфіковану робочу силу.

Але розробку заходів щодо мотивування персоналу необхідно починати з визначення мотиваційної стратегії, яка передбачає певний порядок дій в напрямку стимулювання персоналу, спрямований на підвищення їх трудового вкладу. При формуванні мотиваційної стратегії повинні виконуватись певні правила, основними з яких є такі:

персонал підприємства повинен відчувати визнання свого вкладу в діяльність підприємства; за результати праці персонал повинен отримувати справедливу винагороду; персонал повинен усвідомлювати особливості діючої системи мотивації персоналу; методи мотивації повинні бути зрозумілими та задовольняти основні стимули персоналу до праці. Порядок дій при формуванні мотиваційної стратегії управління персоналом наведено на рисунку.

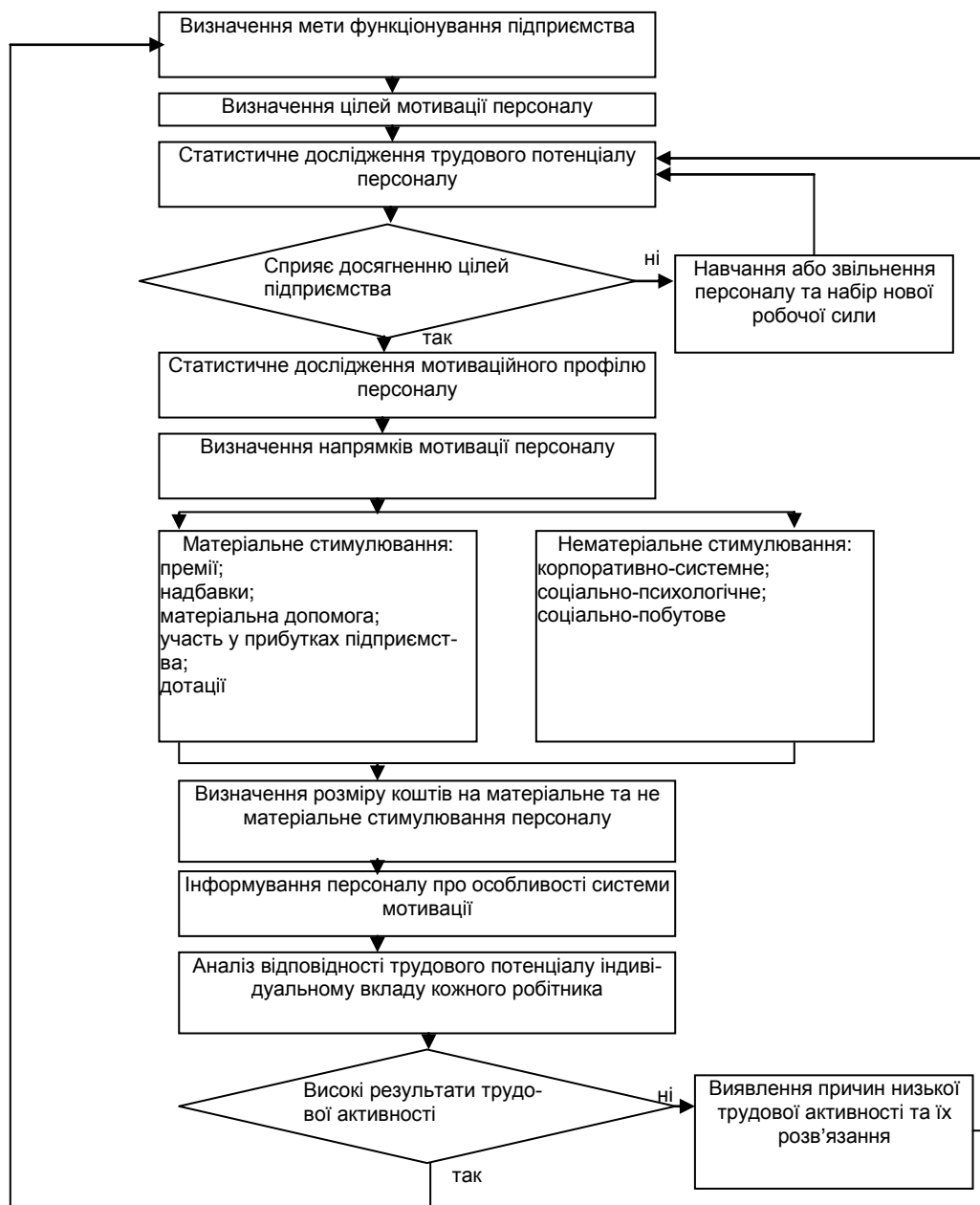


Рис. Порядок дій щодо розробки мотиваційної стратегії управління персоналом на підприємстві

Розглянемо кожен з наведених етапів більш докладно. Як основні цілі мотивації персоналу можуть виступати: досягнення цілей підприємства, підвищення ефективності праці, утримання досвідчених та кваліфікованих співробітників, стимулювання бажаної організаційної поведінки працюю-



ючих, справедливий розподіл фонду оплати праці та інші. Як вже було зазначено, мотиваційні заходи повинні задовольняти основні стимули до праці працюючого персоналу. Враховуючи це, необхідно провести статистичні дослідження щодо визначення трудового потенціалу та мотиваційного профілю персоналу. Під мотиваційним профелем доцільно розуміти перелік основних стимулів, що сприяють підвищенню результативності праці. Мотиваційні заходи розбито на дві групи: матеріальне та нематеріальне стимулювання. Зупинемось більш детально на заходах нематеріального стимулювання. На рисунку вони розбиті на три групи: корпоративно-системні (організаційні, творчі, стимулювання вільним часом, корпоративна культура, підвищення по службі, стимулювання навчання, делегування повноважень, участь в акціонерному капіталі); соціально-психологічні (визнання, подарунки за високі досягнення у праці, стимулювання відповідальності, можливість спілкування з керівництвом напругу, комфортні умови праці); соціально-побутові (соціальні пільги, гнучкі соціальні виплати).

Матеріальне стимулювання у грошовій формі може передбачати: виплати на придбання власності та майна підприємства (придбання працівниками акцій підприємства за зниженою ціною); надання пільгових кредитів; витрати на недержавне медичне страхування; туристичне страхування; страхування майна працівників; оплачуване тимчасове звільнення від роботи (наприклад, при одруженні); оплата навчання працівників на різних курсах або в навчальних закладах; надання на пільгових умовах місць у дитячих дошкільних установах і їхня оплата; грошові винагороди й компенсації, надавані у зв'язку з особистими святами, круглими датами трудової діяльності, смертю членів родини, екстремними випадками — крадіжками, пожежами й іншими (грошові суми); додаткові компенсаційні виплати (наприклад, компенсація на проїзд залізницею у період чергової відпустки); дотації на харчування у столових підприємства; оплата комунальних послуг; оплата рахунків мобільного зв'язку при підключенні до корпоративного тарифу; оплата проїзду до місця роботи й по місту; надання в користування службового автомобіля; оплата автопаркінгу співробітникам; прогресивні виплати за вислугу років; виплата декількох посадових окладів при виході працівника на пенсію працівників у старості; корпоративна пенсія – доповнення до державної пенсії з фондів підприємства; одноразова винагорода пенсіонерам з боку підприємства.

Матеріальне стимулювання у негрошовій формі може бути таким: користування соціальними установами організації; користування будинками відпочинку, дитячими оздоровчими таборами (для дітей співробітників) за пільговими путівками; придбання продукції, виробленої підприємством, за цінами нижче відпускнуої або безкоштовно, а також винагороди, пов'язані зі зміною робітником місця; підвищення технічної обладнаності й комфортності робочого місця; поліпшення соціальних умов праці; підвищення гнучкості графіка роботи; введення скороченого робочого тижня або дня; забезпечення безкоштовної передплати на періодичні видання; надання квитків на відвідування різних культурних заходів; безкоштовного доступу в Інтернет та інші.

Для усунення фізичного й морального дискомфорту працівників, доцільно щомісяця інвестувати невеликі суми грошей у забезпечення можливостей відпочинку. Наприклад, одна з останніх новинок – це влаштування на підприємствах спеціальних кімнат для відпочинку співробітників. Частиною соціальної політики підприємства є загальнофірмові заходи – наприклад, свята, присвячені випуску нової моделі продукції, дні підприємства, екскурсійні поїздки, оплачувані централізовані обіди, вечірки. Також на підприємстві повинно бути присутнім: стабільне й своєчасне матеріальне стимулювання й планомірне підвищення зарплати відповідно до результатів роботи й рівня кваліфікації працівників; заохочення вдосконалювання майстерності, кваліфікації працівників; відтворення умов робочого місця, які сприяють зростанню мотивації; надання можливості саморозвитку й підвищення професіоналізму; надання ініціативи в новаторстві й удосконаленні способів розв'язки складних індивідуальних і колективних завдань; самостійність й автономність службовців на розумному рівні; повага особистості співробітників; стимулювання співробітників до пошуку нових, перспективних ідей з удосконалення діяльності підприємства й матеріальне (моральне) заохочення креативності на робочому місці.

Наступним етапом є вияв відповідності трудового потенціалу індивідуальному внеску кожного працівника за допомогою аналізу виконуваних ним функцій відповідно до посади. Якщо співробітники крім функцій, виконання яких вимагає займана ними посада, виконують додатково ще ряд функцій, то це свідчить про ефективність діючої системи мотивації, що сприяє підвищенню результатів діяльності як персоналу, так і підприємства в цілому. Коли кількість виконуваних функцій не перевершує посадові обов'язки чи менше їх, то це говорить про слабку мотивуючу роль діючої системи і вимагає проведення повторного соціального дослідження персоналу, з метою вияву причин, виникнення низьких трудових результатів.

Причинами низького рівня трудового потенціалу працівників можуть бути низька інформованість про принципи функціонування даної системи, невідповідність результатів праці розміру матеріальної та моральної винагороди і необхідність підвищення рівня кваліфікації.

При формуванні мотиваційної стратегії також важливо враховувати стадії життя підприємства. На стадії зародження діяльності підприємства необхідно сприяти активній особистій позиції співробітників, заохочувати участь персоналу у прибутках підприємства та використовувати заходи морального стимулювання.

На стадії інтенсивного зростання необхідно використовувати стабільне матеріальне стимулювання за високі трудові результати.

На стадії стабілізації підприємства проводити моральне та матеріальне стимулювання працівників до пошуку нових перспективних та оригінальних ідей з удосконалення діяльності підприємства.

На стадії спаду – використовувати моральне та частково матеріальне стимулювання за нововведення, аргументувати гарантії підвищення матеріальних стимулів після впровадження нововведень.

Запропонований підхід до розробки мотиваційної стратегії підприємства дозволить:
чітко узгодити мету роботи конкретного співробітника, структурного підрозділу й підприємства в цілому, а також способи їх досягнення;
розв'язати проблеми із плінністю кадрів, утримуючи висококваліфікованих фахівців;
скоротити тимчасові й фінансові витрати на пошук, добір й адаптацію персоналу;
сформувати згуртований колектив однодумців, підтримувати у ньому впевненість у професійній затребуваності з боку роботодавця й бажання працювати на даному підприємстві ефективно, з повною віддачею, з мотивацією на результат.

Література: 1. Баран Р. М. Досвід закордонних країн у системі мотивації та стимулювання персоналу / Р. М. Баран // Регіональна економіка. – 2005. – № 1. – С. 169–176. 2. Герцберг Ф. Мотивация к работе / Ф. Герцберг. – М. : Вершина, 2006. – 240 с. 3. Колот А. М. Мотивация персонала : підручник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с. 4. Кутас А. Система мотивации от простого к сложному [Электронный ресурс] / А. Кутас – Режим доступа : <http://www.ubo.ru>. 5. Сорока В. Карта мотивов и пресловутая кнопка [Электронный ресурс] / В. Сорока – Режим доступа : <http://www.ubo.ru>. 6. Слинков В. Н. Мотивация, стимулирование и оплата труда: практические рекомендации / В. Н. Слинков. – К. : Дакор ; КНТ, 2008. – 336 с. 7. Фридман А. Управленческий характер – методы развития / А. Фридман // Кадры. – 2010. – № 9. – С. 28–31.

УДК 658.56

Птащенко О. В.

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТОВАРНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ УПРОВАДЖЕННЯ БРЕНД-САЙТА

Анотація. Розглянуто особливості здійснення маркетингової діяльності у мережі Інтернет. Запропоновано методичні рекомендації щодо вдосконалення маркетингового забезпечення товарної інноваційної політики підприємства шляхом впровадження бренд-сайта.

Аннотация. Рассмотрены особенности маркетинговой деятельности в сети Интернет. Предложены методические рекомендации по усовершенствованию маркетингового обеспечения товарной инновационной политики предприятия путем внедрения бренд-сайта.

Annotation. The features of realization of marketing activity in the Internet are considered. Methodical recommendations to perfection of the marketing providing of product innovative policy of enterprise by introduction of brand site are offered.

Ключові слова: бренд-сайт, Інтернет-маркетинг, інноваційна політика.

На теперішній час одним із найбільш потужних та одночасно найбільш доступних інформаційних джерел є глобальна мережа Інтернет. У цьому зв'язку підвищується значущість ефективного управління комунікаціями, постає необхідність розробки нових принципів, методів та моделей управління маркетинговими комунікаціями.

Дослідженнями питань здійснення ефективної маркетингової діяльності в мережі Інтернет (Інтернет-маркетингу) займаються такі вчені, як: Ф. Котлер, У. Юбенкс, Ойнер О. К., Р. Лаутерборн, Попов Є. В., В. Холмогоров та інші [1; 2].

Саме тому впровадження Інтернет-маркетингу як частини маркетингового забезпечення товарної інноваційної політики набуває сьогодні особливого значення.

Метою дослідження у роботі є теоретичне обґрунтування та розробка рекомендацій щодо впровадження бренд-сайта, як частини Інтернет-маркетингу та інструмента вдосконалення маркетингового забезпечення товарної інноваційної політики підприємства.

Практичне використання каналів зв'язку Інтернету у маркетинговій діяльності сучасних суб'єктів господарювання дає змогу досягати підвищення ефективності комунікаційного процесу та скорочення витрат часу на забезпечення прямого контакту між продавцем та покупцем. При цьому для оптимізації процесу Інтернет-маркетингу, доцільним постає дотримання таких етапів прийняття управлінських рішень [2]:

визначення ефективної корпоративної стратегії (треба розмежувати усі напрямки бізнесу та встановити найбільш пріоритетні для підтримки за допомогою Інтернет-маркетингу) та бізнес-одиниці (стратегічні проблеми та заходи для їх вирішення);

аналіз можливостей (ринкові можливості підприємства та напрямки зниження ризиків прийняття стратегічних рішень);
 формування маркетингової стратегії;
 оцінка цільових та потенційно-цільових споживачів;
 розробка маркетингового плану;
 впровадження маркетингового плану через створення споживчого інтерфейсу (початковий етап розробки сайту);
 оцінка маркетингового плану з точки зору споживачів та рентабельності маркетингової діяльності у глобальній мережі Інтернет (одночасно офф-лайн та он-лайн складові маркетингового комплексу в Інтернеті).

Таким чином, стає доцільним звернути увагу, як приклад, на одну зі складових цього процесу – інформаційне забезпечення управління інноваційним розвитком, діяльністю та безпосередньо товарною інноваційною політикою. Ця складова відіграє одну з ключових позицій становлення ефективного забезпечення товарної інноваційної політики на підприємстві. На рисунку наведено алгоритм впровадження бренд-сайта (веб-представництва) підприємства у межах формування маркетингового забезпечення товарної інноваційної політики та з урахуванням сучасних ринкових потреб.

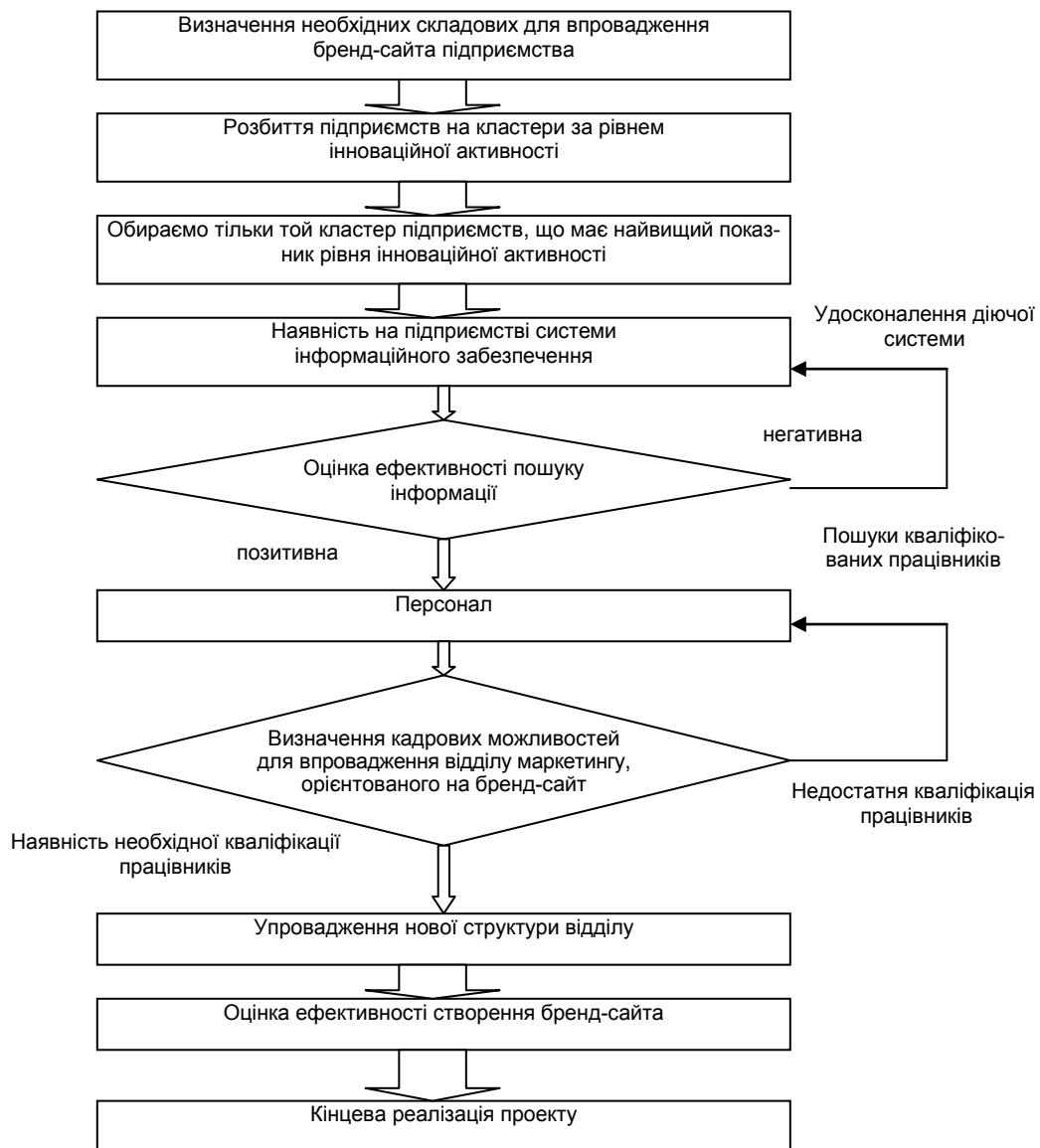


Рис. Алгоритм впровадження бренд-сайта підприємства

Необхідність впровадження бренд-сайта для підприємства постає лише тоді, коли підприємство є конкурентоспроможним на ринку, інноваційно активним, має інновації, котрі необхідно виводити на ринок та реалізовувати, щоб звільнити місце для наступних інноваційних розробок. За такої ситуації й постає необхідність для формування не тільки маркетингового забезпечення товарної інноваційної політики, а й впровадження нових маркетингових інструментів до яких і відноситься Інтернет-маркетинг у загальному своєму розумінні.

Для підприємства стає ефективним організувати своє "віртуальне" представництво або просто відкрити в мережі свій інформаційний сайт (бренд-сайт). Цей сайт буде мати таке саме брендове ім'я, унікальний дизайн та головне, що на ньому буде розміщена інформація про усю гаму товарів та характеристик до них, які виробляє або продає те чи інше підприємство.

Література: 1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. — СПб. : Питер Ком, 1999. — 896 с. 2. Лаутерборн Р. Новая парадигма маркетинга / Р. Лаутерборн. — М. : ИНФРА-М, 2004. — 232 с.

УДК 331.556

Струк С. І.

ФАКТОРИ, ЩО ФОРМУЮТЬ ЗМІНИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ

Анотація. Присвячено виявленню, обґрунтуванню та класифікації факторів, що формують зміни трудового потенціалу території під впливом міграції. Особливої уваги приділено факторам, які є умовами та мотивами процесів і напрямків міграції та формуються підприємствами.

Аннотация. Посвящено выявлению, обоснованию и классификации факторов, которые формируют изменения трудового потенциала территории под воздействием миграции. Особенное внимание уделено факторам, которые являются условиями и мотивами процессов и направлений миграции и формируются предприятиями.

Annotation. The article is dedicated to the exposure, ground and classification of factors which form the changes of labour potential of territory under migration act. Special attention is paid to the factors which are terms and reasons of processes and directions of migration and are formed by enterprises.

Ключові слова: трудовий потенціал, міграційний процес, кваліфікаційний рівень.

Підвищення ефективності управління змінами трудового потенціалу території забезпечується на основі виявлення факторів, що їх формують. Під фактором, що формує зміни трудового потенціалу, пропонується розуміти причину, рушійну силу процесу міграції. У даний час існує безліч таких факторів, що розрізняються за природою походження, силою дії на величину і якість трудового потенціалу території, різнонаправленістю й іншими ознаками. Виділення факторів, що формують процеси міграції трудового потенціалу за місцем їх виникнення, обумовлено необхідністю визначення складу факторів, залежних від управління територією і породжених ним. Відповідно до названої ознаки фактори слід підрозділяти на зовнішні і внутрішні.

Зовнішніми факторами є умови формування міграційних процесів трудового потенціалу території, що створюються міжнародними організаціями, державою, іншими господарючими суб'єктами, навчальними закладами. До зовнішніх факторів можна віднести:

рівень розвитку науки і техніки (сучасний стан науково-технічного прогресу) і характер цього розвитку (еволюційний або революційний). Так, у період появи принципово нових науково-технічних рішень (продукції, що випускається, технології її виготовлення, способів передачі інформації тощо) і, як наслідок, зміни вимог до конкурентоспроможності підприємства, виникає необхідність у формуванні нової якості трудового потенціалу в тому числі за рахунок міграції фахівців. У період до удосконалення і використання наявних технічних рішень зазвичай відбувається підтримка досягнутого рівня розвитку трудового потенціалу, що зазвичай не веде до міграційних зрушень;

якість освіти, що визначає професійний склад і кваліфікаційний рівень працівників території, а також навчальність знань і роботу за фахом без включення у міждержавні міграційні процеси;

науково-технічну політику держави, що визначає пріоритети і темпи НТП у країні і її регіонах і, відповідно, створює фінансові та нормативно-правові умови для формування певних властивостей трудового потенціалу;

стан нормативно-правової бази формування трудового потенціалу території;

податковий режим, встановлений у країні, стимулюючий або такий, що ускладнює реалізацію трудового потенціалу в підприємстві, самозайнятості без залучення працівника у міграційні процеси;

політику держави у сфері підготовки кадрів галузей народного господарства. Зниженню міграції трудового потенціалу сприяє підтримка державою програм навчання і працевлаштування дипломованих фахівців, що навчалися за замовленням підприємств, на загальнонаціональному і регіональному рівнях;

кон'юнктуру ринку. Наприклад, зміна вимог споживачів може зумовити необхідність формування заділу науково-технічних ідей, а отже, додання трудовому потенціалу таких властивостей, які дозволили б створювати перспективні НІОКР й оперативно використовувати їх у виробничій практиці; стан інфраструктури ринку освітніх, науково-дослідних, інформаційних, консультаційних послуг.



Внутрішніми факторами є умови формування процесів міграції трудового потенціалу, що створюються підприємствами в рамках території. У цю групу необхідно віднести:

науково-технічну, інноваційну, кадрову політику підприємства, яка може сприяти або стримувати формування і розвиток тих або інших властивостей трудового потенціалу;

використовувані підприємством маркетингові і господарські стратегії (наприклад, вихід на ринок з новим товаром, диверсифікація), які можуть зажадати забезпечення більшої якості трудового потенціалу, ніж сформований, що дозволяє вирішувати поставлені завдання;

технічний рівень виробництва. Чим вище рівень наукоємкої продукції, що випускається, ступінь механізації і автоматизації НДДКР і виробництва, тим вище вимоги до рівня якості науково-інформаційної, кадрової складової трудового потенціалу;

стан управління трудовим потенціалом, зокрема стан організації науково-інформаційного забезпечення, організації навчання, прогнозування і планування змін трудового потенціалу, стимулювання підвищення якості трудового потенціалу, розвиненість системи управління якістю трудового потенціалу, що визначає своєчасність, достатність, ефективність формування і розвитку необхідних властивостей трудового потенціалу;

фінансовий стан підприємства. Високий ступінь платоспроможності, рентабельності, ефективності використання активів і власного капіталу може свідчити про достатність оборотних коштів і платіжних можливостей, стійкість і позитивні перспективи економічного розвитку підприємства. У таких умовах перед підприємством відкриваються широкі можливості формування власного трудового потенціалу, що забезпечує високий рівень конкурентоспроможності. Погіршення фінансового стану, як правило, відсовує формування якості трудового потенціалу на останній план, що, у свою чергу, створює негативні передумови в області міграції;

менталітет українських підприємств, що відображає специфіку мислення і стереотипи виробничо-господарської, управлінської діяльності, що склалися. Вивчення практики цієї діяльності показало, що даний фактор має в основному негативний вплив на формування якості трудового потенціалу сучасних підприємств і збільшує як зовнішні, так і внутрішні міграційні потоки. Характерними особливостями менталітету сучасних виробників продукції, на думку автора, є превалювання поточних виробничих завдань над довгостроковими, відсутність довгострокових цілей; опір необхідним змінам, прагнення діяти відповідно до стереотипів, що склалися; прагнення виправдати власні невдачі зовнішніми непереборними причинами; верховенство функції контролю за якістю і нерозвиненість таких управлінських функцій, як прогнозування, планування, регулювання якості; відсутність "процесного мислення", побудованого на постійному і всесторонньому поліпшенні всіх видів діяльності підприємства; розгляд формування якості трудового потенціалу як витрат, а не інвестицій, ігнорування факту високої ефективності вкладень у людський капітал (тоді як на думку фахівців у сфері управління якістю "...при високому рівні міграції робочої сили, можливості інвестицій в освіту, підготовку і перепідготовку персоналу близькі до японських" [1, с. 270]); побудова управління підприємством на рівні інтуїції, думок, а не фактів і розрахунків; неувага до створення корпоративної культури, заснованої на співпраці, пошані, довірі, творчості, ініціативі, та існування атмосфери побоювань, бар'єрів між підрозділами підприємства й ієрархічними ступенями; прагнення до примусового встановлення норм, завдань, невизначених цілей та завдань і потурання у вимогах до компетентності тих, що формують ці норми і цілі управлінців; відсутність прагнення до самоосвіти, самоудосконалення та ін.

Такі умови значною мірою стримують формування і розвиток властивостей трудового потенціалу території, що забезпечують конкурентоспроможність сучасних підприємств, створюють перешкоди для зниження рівня трудової міграції.

Література: 1. Лапидус В. А. Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях / В. А. Лапидус. – М. : ОАО "Типография "Новости", 2000. – 432 с.

Стеблинченко Г. В.

УДК 330.46:658.3

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ МОТИВУЮЧИХ ФАКТОРІВ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Запропоновано методичний підхід до визначення основних мотивуючих факторів персоналу підприємства, а також пріоритетність складових (матеріальної та нематеріальної) мотивації персоналу з урахування приналежності працівників до певної вікової групи.

Аннотация. Предложен методический подход к определению основных мотивирующих факторов персонала предприятия, а также приоритетность составляющих (материальной и нематериальной) мотивации персонала с учетом принадлежности работников к определенной возрастной категории.

© Стеблинченко Г. В., 2010

Annotation. The article deals with the methodical approach to identifying the main motivating factors for company personnel and the priority components (tangible and intangible) of motivation of personnel in view of belonging to a particular age group.

Ключові слова: персонал підприємства, мотивація, теорії мотивації.

Успішна діяльність підприємства за умов жорсткої ринкової конкуренції значною мірою залежить від творчої активності працівників. Тому одним із головних завдань менеджменту підприємств є ефективна мотивація персоналу, метою якої є забезпечення високої творчої активності та спрямованості дій персоналу на досягнення поставлених цілей організації. Питанням мотивації персоналу присвячено багато наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених [1 – 6].

Мотивація – процес заохочення людей до діяльності, спрямованої на досягнення цілей організації шляхом формування мотивів, тобто внутрішніх бажань людини діяти певним чином. Поведінкою людини керують особливості кожної людини, а також незадоволені потреби, які залежать від певної ситуації. Тому система мотивації персоналу повинна будуватися на всебічному вивченні та врахуванні потреб робітників.

Наявність великої кількості теорій мотивації не надає єдиної універсальної методики мотивації персоналу на конкретному підприємстві, але узагальнення основних положень цих теорій дає змогу узагальнити перелік найсуттєвіших факторів, які впливають на організаційну поведінку людини та на ефективність її праці (табл. 1).

Таблиця 1

Основні мотивуючі фактори персоналу відповідно до теорій мотивації

Автор теорії мотивації	Зміст мотиваційної теорії
1. А. Маслоу [1]	Послідовне задоволення потреб відповідно до ієрархії
2. Д. МакКлелланд [2]	Необхідність забезпечення потреби в успіху, владі і визнанні
3. Ф. Герцберг [3]	Співвідношення сприятливого набору гігієнічних факторів з відповідною мотивацією
4. В. Врум [4]	Очікування достатньої винагороди за працю порівняно з докладеними зусиллями
5. Теорія справедливості [5]	Порівняння з іншими співробітниками
6. Теорія Л. Портера і Е. Лоулера [6]	Співвідношення витрачених зусиль, якостей і здатностей працюючого та усвідомлення його ролі у робочому процесі

З метою виявлення значущості кожного фактора як мотиватора персоналу було проведено анкетування працівників корпорації "Укренергоінжиніринг" за такими категоріями: управлінці, спеціалісти та службовці, виробничий персонал. В анкеті респондентам пропонувалося розташувати фактори за зменшенням ступеня їх значущості (пріоритету) як мотиватора. Розрахунок зваженої оцінки мотиватора проводиться за формулою (1):

$$Z_{mi} = \Pi_i \times B_j \quad (1)$$

де Z_{mi} – зважена оцінка і-мотиватора;
 Π_i – пріоритет і-мотиватора для співробітника;
 B_j – питома вага j-категорії співробітника.

Результати оцінки мотиваторів персоналу наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Оцінка основних мотиваторів персоналу за категоріями

Мотиватор	Оцінка мотиватора категоріями персоналу					
	управлінці		спеціалісти та службовці		виробничий персонал	
	Питома вага категорії персоналу в загальній середньосписковій чисельності працівників					
	0,059		0,18		0,761	
	Пріоритет	Зважена оцінка	Пріоритет	Зважена оцінка	Пріоритет	Зважена оцінка
1	2	3	4	5	6	7
1. Задоволення фізіологічних (первинних) потреб	3	0,18	8	1,44	13	9,89
2. Безпека життєдіяльності	6	0,35	7	1,26	12	9,13
3. Соціальна захищеність	4	0,24	6	1,08	8	6,09
4. Спілкування з колегами	7	0,41	9	1,62	7	5,33
5. Повага	11	0,68	10	1,8	9	6,85
6. Самовираження	9	0,53	12	2,16	1	0,76
7. Можливість досягнення успіху	13	0,76	5	0,90	2	1,52

1	2	3	4	5	6	7
8. Влада	10	0,59	4	0,72	3	2,28
9. Визнання	12	0,71	3	0,54	4	3,04
10. Задовільні умови праці	2	0,12	11	1,98	11	8,37
11. Сподівання на значну винагороду	5	0,29	13	2,34	10	7,61
12. Перевага над колегами	8	0,47	2	0,36	6	4,57
13. Незначні зусилля щодо виконання виробничих завдань	1	0,06	1	0,18	5	3,81

Хоча з точки зору розробки системи мотивації персоналу підприємства сумарна оцінка не є інформативною, оскільки пріоритети відрізняються для співробітників різних категорій працюючих, вікових та освітніх груп, тим не менше вона дає загальне уявлення про систему цінностей в організації і дає змогу подальшого визначення стадії життєвого циклу організації (табл. 3).

Таблиця 3

Значущість мотиваторів праці для персоналу корпорації

Мотиватор	Значущість
1. Задоволення фізіологічних (первинних) потреб	11,51
2. Безпека життєдіяльності	10,75
3. Соціальна захищеність	7,40
4. Спілкування з колегами	7,36
5. Повага	9,30
6. Самовираження	3,45
7. Можливість досягнення успіху	3,19
8. Влада	3,59
9. Визнання	4,29
10. Задовільні умови праці	10,45
11. Сподівання на значну винагороду	10,25
12. Перевага над колегами	5,40
13. Незначні зусилля щодо виконання виробничих завдань	4,04

Результати свідчать, що в числі п'яти найбільш значущих пріоритетів мотивації праці персоналу підприємства є: задоволення фізіологічних потреб, безпека життєдіяльності, задовільні умови праці, сподівання на значну винагороду за працю та повага. Визначимо шляхом опитування структуру системи мотивації праці персоналу Інжинірингового центру корпорації (табл. 4).

Таблиця 4

Реалізація основних мотиваторів персоналу через складові системи мотивації праці

Основні мотиватори персоналу підприємства	Значущість для персоналу підприємства	Ймовірність реалізації через складові системи мотивації праці	
		матеріальну	нематеріальну
1. Задоволення фізіологічних (первинних) потреб	11,51	0,90	0,10
2. Безпека життєдіяльності	10,75	0,50	0,50
3. Задовільні умови праці	10,45	0,50	0,50
4. Сподівання на винагороду	10,25	0,90	0,10
5. Повага	9,30	0,10	0,90
РАЗОМ, зважена:	-	31,12	21,15
Частина складової у системі мотивації праці персоналу	-	0,60	0,40

З табл. 4 видно, що основні очікування працюючих відносно роботи на підприємстві реалізуються на 60 % за рахунок матеріальної і на 40 % – за рахунок нематеріальної мотивації праці. Це означає, що систему мотивації персоналу зміщено у бік матеріального стимулювання.

Дослідження відношення різних вікових груп персоналу до пріоритетності матеріальної чи нематеріальної складових мотивації персоналу дало такі результати (табл. 5).

**Визначення пріоритетності складових мотивації персоналу
Інжинірингового центру корпорації "Укренергоінжиніринг"**

Складова мотивації	Питома вага вікових груп працюючих				Разом, зважена
	18 – 30 років	31 – 40 років	41 – 55 років	56 – 70 років	
	0,17	0,18	0,39	0,26	
Матеріальна	0,8	0,7	0,68	0,52	0,66
Нематеріальна	0,2	0,3	0,32	0,48	0,34

Таким чином, на підприємстві діє комплексна система мотивації – комбінується матеріальне і нематеріальне стимулювання праці, але ця система не спирається на визначення пріоритетів співробітників, з одного боку, і не пов'язана з результируючими показниками діяльності підприємства в цілому, підрозділів та окремого працюючого, з іншого. Запропонований підхід дозволив визначити значущість кожного фактора як мотиватора персоналу, а також визначити пріоритетність матеріальної мотивації для кожної вікової групи персоналу. Тому керівництву підприємства необхідно зосередитися на матеріальній мотивації персоналу.

Література: 1. Maslow A. H. *Toward a Psychology of Being* / A. H. Maslow. – 2-d ed. – New York : Van Nostrand Reinhold, 1968. – 124 p. 2. МакКлелланд Д. Мотивация человека / Д. МакКлелланд. – СПб. : Питер, 2007. – 672 с. 3. Herzberg F. *The Motivation to Work* / F. Herzberg. – Kennedy, 1991. – 62 p. 4. Vroom V. H. *Work and Motivation* / V. H. Vroom. – New York, 1964. – 110 p. 5. Rawls J. A. *Theory of Justice* / J. A. Rawls. – Cambridge, Massachusetts : The Belknap Press of Harvard University Press, 1971. – 186 p. 6. Porter L. W. *Managerial Attitudes and Performance* / Lyman W. Porter and Edward E. Lawler. – Homewood, III : Irwin, 1968. – 165 p.

УДК 005.32:331.101.3

Селезньова Г. О.

МОТИВАЦІЯ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Проведено дослідження процесу формування ключових компетенцій підприємства як основи його стійких конкурентних переваг. Виявлено особливості системи мотивації в забезпеченні та підтримці ключових компетенцій підприємства, яка повинна враховувати не тільки специфіку цього процесу, але й умови діяльності вітчизняних підприємств.

Аннотация. Проведено исследование процесса формирования ключевых компетенций предприятия как основы его стойких конкурентных преимуществ. Обнаружены особенности системы мотивации в обеспечении и поддержке ключевых компетенций предприятия, которая должна учитывать не только специфику данного процесса, но и условия деятельности отечественных предприятий.

Annotation. Research of process of forming of key competences of enterprise as the basis of its consistent competitive advantages is done. The features of the system of motivation (which has to take account of not only the specifics of this process but also of terms of activity of domestic enterprises) in providing and support of key competences of enterprise are revealed.

Ключові слова: мотивація, ключові компетенції підприємства, приховані компетенції.

Останнім часом теоретиками і практиками управління розвитком організацій все більше уваги приділяється питанням формування й управління конкурентними перевагами підприємства, основою яких є ключові компетенції. Ключові компетенції є результатом інтеграції й комбінації різних ресурсів підприємства. При цьому завданням менеджменту є ідентифікація, розвиток і використання ключових компетенцій для підтримки довгострокового ринкового успіху підприємства, що неможливо без використання мотивації як цілісного комплексного інструментарію з перетворення потенційних можливостей персоналу в безпосередню дію. Усе це обумовлює необхідність подальшого вивчення методів мотивації для забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства.



Дослідженню діяльності компетентних організацій та формуванню їх компетенцій присвячені наукові розробки таких вчених, як: К. Прохалад, Г. Хемел, Хедріх К. Г., Т. Йернер, Ф. Котлер, П. Друкер, В. Єфремов, І. Хаников, І. Піддубний та ін. Багато вітчизняних та зарубіжних вчених присвятили свої роботи проблемам мотивації праці як основі формування конкурентоспроможного персоналу. Але специфіка використання методів мотивації у процесі формування ключових компетенцій потребує подальших досліджень.

Метою даної роботи є дослідження особливостей системи мотивації у процесі формування та підтримки ключових компетенцій підприємства.

Під ключовими компетенціями розуміється сукупність навичок, здібностей, ноу-хау, технологій, установок і процесів, що складно імітувати конкурентам, які задовольняють першочергові потреби споживачів і дають можливість виходу на різні ринки.

Значення ключових компетенцій визначається їх унікальністю, складністю копіювання конкурентами, проте ці характерні риси необхідно підтримувати для того, щоб забезпечити їх на тривалий період. Це викликає необхідність розробки системи заходів, направлених на сприяння ключовим компетенціям, таким, як створення ефективної системи мотивації робітників, перш за все, менеджерів – носіїв компетенцій, забезпечення достатнього рівня фінансування розвитку виявлених компетенцій, розвиток здібностей реагування на зміни зовнішнього середовища [1].

Особливе значення має система мотивації, спрямована на підтримку наявних і формування нових ключових компетенцій, при створенні якої слід враховувати, що саме організації повинні бути платформою для людини, а не людина ресурсом для організації. Крім того, діяльність робітників більш ефективна, коли вони мають внутрішню мотивацію до дій і навчання (якщо тільки організація систематично не обмежує їх можливості), ніж при зовнішній мотивації за допомогою винагород [2].

Наявні або придбані компетенції не принесуть ніякої користі, якщо фахівці, які ними володіють, не зацікавлені реалізувати їх з максимальною віддачею (ефективністю). Задачі управління персоналом полягають в оптимізації результативності його дій, залежної від мотивації і компетенції.

Важливо, щоб діюча система управління персоналом забезпечила відповідність між тими компетенціями, які необхідні для реалізації основної мети підприємства, і співробітниками – носіями цих компетенцій.

Крім того, разом з явними ключовими компетенціями, такими, як технології або ноу-хау, існують приховані компетенції, до яких відносять специфічні здібності та досвід окремих індивідумів і/або їх груп. Саме приховані компетенції відіграють все більш значущу роль, оскільки саме у прихованих компетенціях виявляється специфічний, унікальний характер підприємства.

В основі прихованих компетенцій лежить сукупність неявних знань, які відносяться до практичних навичок індивідуума і виражаються в орієнтації на дію. Неможливість використання прихованого знання як такого обумовлена його природою: численні аспекти розуміння навичок і здібностей індивідуума досить складно виразити у словах, а, отже, неможливо або можливо лише меншою мірою визначити якість такого знання (ми знаємо більше, ніж можемо розказати) [3]. Крім того, неявне знання дуже суб'єктивне, тому іноді його співвідносять з інтуїцією, тобто його повністю не можна визначити, але можна на нього покластися. Отже, приховане знання неможливо вербалізувати і формалізувати, що робить його непридатним об'єктом для управління. Але правильно підібрані методи мотивації мають націлювати робітників на реалізацію своїх прихованих знань на практиці.

Оскільки ключові компетенції – результат колективного досвіду організації в цілому, то на підприємстві потрібно створити такі умови, які забезпечать можливість розвитку й обміну досвідом. Вирішальну роль у створенні сприятливих умов для передачі досвіду і знань відіграють канали навчання і засоби комунікації. Доцільно також використовувати різні методи навчання персоналу і підвищення його кваліфікації, а також створити систему підтримки і розвитку творчого потенціалу співробітників, перш за все, носіїв ключових компетенцій.

Таким чином, система мотивації у процесі формування ключових компетенцій повинна включати заходи, які забезпечать:

по-перше, зацікавленість співробітників – носіїв ключових компетенцій, у практичній реалізації наявних і прихованих компетенцій;

по-друге, розвиток наявних здібностей і навичок, а також формування нових, необхідних для розвитку підприємства;

по-третє, підтримку бажання робітників поділитися своїми знаннями та досвідом.

Отже, в організації повинні бути створені такі умови, щоб працівники мали нагоду і бажання навчатися і розвивати свої компетенції. При цьому слід враховувати особливості функціонування вітчизняних підприємств і достатньо низьку заробітну платню навіть у висококваліфікованих працівників, тобто в цих умовах велике значення має і зовнішня мотивація. У зв'язку з цим, слід погодитися з Петровою І. Л., на думку якої підхід до управління, заснований на компетенції, обумовлює такі суттєві зміни в мотиваційній системі [4]:

суттєво зростає роль нематеріальних засобів мотивації (підвищення професійної майстерності, компетентність, упевненість, самореалізація, відчуття єдності з іншими співробітниками). Організація може впливати на внутрішню мотивацію через проектування робочих місць, навчальних програм, участь у прийнятті рішень, створення сприятливого соціального середовища;

у систему оплати праці необхідно включати стратегічні стимули, які безпосередньо пов'язані з компетенціями і враховують не тільки наявність у працівників компетенцій, але й їх зростання шляхом особистого розвитку. Оплата праці повинна враховувати не тільки те, що зроблено, але і те, що очікується від працівника в майбутньому. Крім того, необхідно розмежовувати і погоджувати винагороди за результати (які носять більшою мірою тимчасовий характер і для їх стимулювання



необхідні гнучкі, тимчасові форми компенсації) і за компетенції (які звичайно є більш тривалими і вимагають більш стабільних стимулів, часто введених в основну заробітну платню).

Таким чином, у роботі виявлено особливості системи мотивації у процесі формування і розвитку ключових компетенцій, яка повинна враховувати не тільки специфіку цього процесу, але й умови діяльності вітчизняних підприємств. Система мотивації, сформована на основі визначених положень, дозволить підвищити зацікавленість працівників у постійному розвитку і підвищенні рівня своїх компетенцій.

Література: 1. Селезньова Г. О. Особливості формування стратегії розвитку компетентної організації / Г. О. Селезньова // Економіка розвитку. – 2010. – № 3. – С. 26–29. 2. Ходкінсон Дж. Компетентная организация. Психологический анализ стратегического менеджмента / Дж. Ходкинсон, П. Сперроу. – Харьков : Гуманитарный центр, 2007. – 392 с. 3. Уиддет С. Руководство по компетенциям / С. Уиддет, С. Холифорд. – М. : НИРО, 2003. – 327 с. 4. Петрова І. Л. Управління персоналом, засноване на компетенції / І. Л. Петрова // Вісник Прикарпатського університету; Серія: Економіка – 2009. – Випуск 7. – С. 160–166.

УДК 331.108.2

Грузіна І. А.

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Виявлено та обґрунтовано фактори, оцінка впливу яких є обов'язковою при формуванні персоналу промислових підприємств України та розробці стратегії управління ним як невід'ємного елемента стратегії розвитку підприємства.

Аннотация. Выявлены и обоснованы факторы, оценка влияния которых является обязательной при формировании персонала промышленных предприятий Украины и разработке стратегии управления им как неотъемлемого элемента стратегии развития предприятия.

Annotation. Factors, an estimation of influence of which is obligatory at personnel forming of industrial enterprises of Ukraine and development of management strategy as an inalienable element of enterprise development strategy are educed and reasonable.

Ключові слова: персонал, стратегії розвитку підприємства.

Для успішного використання персоналу та виконання стратегічних завдань у галузі управління ним необхідно спочатку сформувати робочу силу підприємства у кількісному та якісному відношенні та виявити й дослідити весь комплекс факторів, що мають першочергове значення у забезпеченні ефективності даного процесу. Пріоритетним завданням у даному процесі є оцінка впливу зовнішніх факторів, заснована на вивченні демографічної ситуації у країні, аналізі сучасного стану та перспектив розвитку ринку праці, що дозволить виявити наявність потенційних співробітників.

Питанням дослідження зовнішнього середовища у процесі формування персоналу підприємства присвячено безліч наукових праць [1 – 4], однак швидкозмінне сучасне середовище вимагає постійного оновлення інформації щодо впливу зовнішніх факторів на ефективність процесу управління персоналом.

З огляду на це, метою статті є виявлення факторів зовнішнього середовища, врахування впливу яких є обов'язковим при розробці стратегії управління персоналом вітчизняних підприємств.

Демографічні фактори (загальна чисельність населення, його структура, тривалість життя, рівень народжуваності та смертності) впливають, в основному, на кількісні характеристики персоналу у процесі його формування. За якісні показники відповідає рівень якості людського капіталу (рівень життя, освіта, здоров'я, культура).

Головною складовою будь-якої держави є населення, адже саме воно формує трудовий потенціал, без якого стає неможливим розвиток жодної з країн. В Україні впродовж 2005 – 2009 рр. спостерігається диференціація демографічних процесів на фоні загального скорочення чи-сельності населення [5] (рис. 1).

© Грузіна І. А., 2010

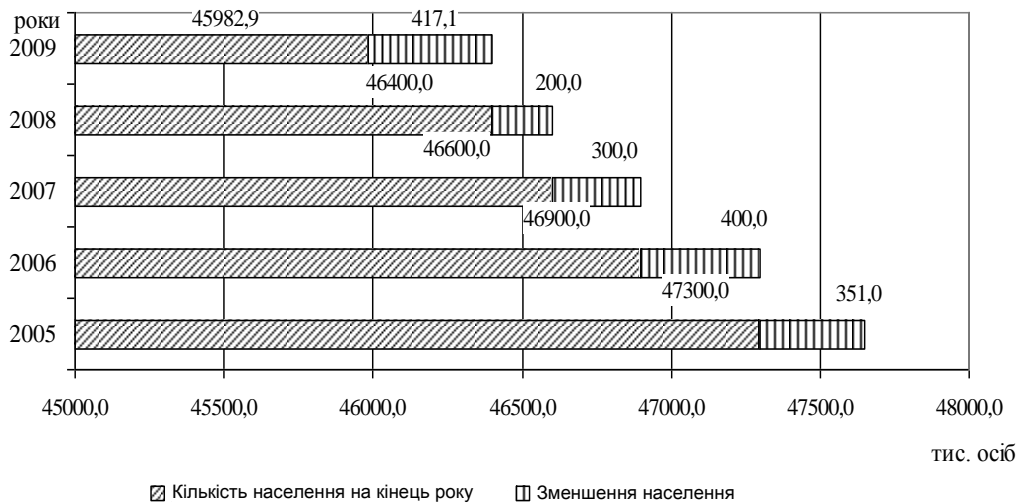


Рис. 1. Динаміка чисельності населення України у 2005 – 2009 рр.

На думку автора, скорочення чисельності населення України можна пояснити зниженням його природного приросту, механічною рухливістю та інтенсивним впливом людей молодого віку. Якщо проаналізувати основні показники, що характеризують природний рух, то стає очевидним щорічне перевищення кількості померлих над кількістю народжених [5] (рис. 2), отже можна констатувати від'ємний природний приріст населення.



Рис. 2. Природний рух населення України

Цілком правомірною є точка зору фахівців [4] щодо причин спостережаної ситуації, до яких відносять екологічну кризу через неправильну експлуатацію великої кількості "брудних підприємств" та економічну кризу, як наслідок неправомірних дій українського уряду.

Серйозною загрозою для перспектив розвитку України є постійна втрата інтелектуального потенціалу наявного населення. Невдачі економічних реформ у країні змушують українців (у найпродуктивнішому віці і з закінченою професійною освітою) емігрувати до сусідніх країн. Зовнішня міграція стає одним з основних факторів, що визначає коливання чисельності наявного населення та відіграє значну роль у формуванні персоналу вітчизняних підприємств.

Таким чином, можна дійти висновку, що чисельність населення України поступово зменшується. Занадто високі коефіцієнти смертності та низькі значення коефіцієнтів народжуваності можуть призвести до серйозних демографічних проблем у країні у майбутньому. Хоча темпи скорочення населення поступово зменшуються, не слід виключати у довгостроковій перспективі можливість значного впливу відзначеного показника на структуру та обсяг національного ринку. Отже, збереження наявних людських ресурсів та залучення їх на державні підприємства при одночасному скороченні населення має стати одним із пріоритетних загальнодержавних завдань.

Покращення негативної демографічної ситуації, яка склалася в останні роки в Україні, можливе лише шляхом виявлення, аналізу та впливу на причини, що до неї призвели. Основною проблемою, на думку автора, є збільшення коефіцієнту смертності серед населення у працездатному віці, що може негативно позначитися на формуванні трудового потенціалу сучасних вітчизняних підприємств.



дприємств. Звичайно, темп приросту трудових ресурсів, насамперед, визначає рівень народжуваності, однак, певною мірою вони залежать й від рівня смертності та інтенсивності захворювань українців. На жаль, у нашій країні ці показники залишаються одними з найбільш високих у світі [5].

На ефективність процесу формування персоналу вітчизняних підприємств значною мірою також впливають фактори, що обумовлюють стан здоров'я населення, серед яких: генетичні особливості людини, якість медичного обслуговування, екологічні умови та географічні особливості території, умови праці та побуту, соціально-економічний стан родини, соціально-правова захищеність, НТП [1]. Останнім часом фахівці [1 – 3] відзначають фізіологічну деградацію більшості населення, що характеризується погіршенням стану його здоров'я та зростанням, відповідно, рівня захворюваності. На погляд автора, однією з основних причин погіршення стану здоров'я та скорочення тривалості життя населення України є загострення екологічної проблеми, адже залежність фізичного стану людини, як і способу її діяльності, від особливостей природних умов дуже велика. На сьогоднішній день спостерігається значне забруднення відходами промислових та енергетичних підприємств повітря та водного басейну нашої країни. Особливо це стосується високоурбанізованих районів, де рівень забруднення повітря, поверхневих вод і землі перевищує можливості їх самоочищення. Це призводить до деградації навколишнього середовища, що негативно впливає на стан здоров'я населення. Україна, на жаль, належить до країн, що мають високі показники забруднення – близько 28 % стічних вод в Україні є забрудненими, майже четверта частина шкідливих викидів промислових підприємств потрапляє в атмосферу без будь-якого очищення [5 – 7].

Важливо пам'ятати, що відзначені фактори певною мірою визначають тенденції демографічного розвитку, адже, впливаючи на стан здоров'я населення, вони впливають й на його ставовікові характеристики, які мають пріоритетне значення серед демографічних характеристик населення. В Україні спостерігається перевищення чисельності жінок над чоловіками, що є характерним для нашої країни. Це пояснюється, насамперед, нижчою смертністю жінок, з одного боку, та міграцією за межі держави, що найбільше впливає на чисельність чоловіків, – з іншого, також на це впливають спосіб життя й умови праці.

На процес формування персоналу вітчизняних підприємств безпосередньо впливає також співвідношення між основними віковими групами населення – допрацевдатного, працевдатного та старшого за працевдатний віку, а точніше, кількість населення у працевдатному віці. Аналіз особливостей вікової структури свідчить про активне старіння населення – негативний природний приріст, стабільно високі показники смертності, катастрофічно низьку тривалість життя – усе це не може позитивно впливати на трудовий потенціал як окремих підприємств, так і країни взагалі. Через це також спостерігається загальне зниження здатності до освоєння нових професій і застосування нових технологій, негативний вплив на ефективність виробництва, бо з віком розмір зарплати збільшується, а продуктивність праці зменшується.

Результати аналізу демографічної ситуації як фактора впливу на процес формування персоналу сучасних вітчизняних підприємств, а також її динаміки протягом 2005 – 2009 рр. дозволяє стверджувати про наявність в Україні паралельно з соціально-економічними проблемами глибокої демографічної кризи, яка за своєю природою є більш інертною, але практично некерованою й непередбачуваною з точки зору впливу на подальший розвиток країни.

Окрім описаних явищ, на ефективність процесу формування персоналу вітчизняних підприємств безпосередньо впливають й тенденції на ринку праці України, ситуацію на якому можна впевнено охарактеризувати як позитивну, адже спостерігалось збільшення економічно активного та зайнятого населення, та відповідне зменшення безробітних і чисельності економічно неактивних українців. Різка погіршення відзначених показників зафіксовано, починаючи з 2009 року, що пов'язане, на думку автора, з негативним впливом наслідків світової економічної кризи [5; 7].

Фізичне здоров'я населення та його демографічні характеристики, є, безперечно, основою трудового потенціалу підприємства, однак, наявні освітньо-професійні знання дають змогу робітнику швидко адаптуватися на робочому місці в умовах стрімких економічних змін. Отже, є актуальна необхідність виявлення та аналізу проблем у сфері професійної освіти як найважливішого елементу системи формування персоналу українських підприємств. У сучасних умовах саме освіта та рівень професійної підготовки визначають конкурентоспроможність персоналу й є основними джерелами інтелектуального та виробничого суспільства.

Дослідження впливу основних факторів зовнішнього середовища на процес формування персоналу сучасних українських підприємств призвело до невтішних висновків: скорочення чисельності населення, зниження тривалості життя і народжуваності, зростання смертності населення працевдатного віку стали характерними ознаками демографічної ситуації України; активізація міграційних процесів та відповідне зниження сальдо міграції негативно впливають на якісний склад населення, знижують професійний та освітній потенціал України; зростання частки осіб похилого віку і зменшення активної репродуктивної та працевдатної частки у складі населення стають загальною демографічною тенденцією нашої країни; відсутність взаємозв'язку між ринком освітніх послуг та ринком праці є основною причиною безробіття молодих осіб.

Перелічені фактори у своїй сукупності визначають особливу складність демографічної ситуації в Україні, що, у свою чергу, має безпосередній негативний вплив на процеси забезпечення вітчизняних підприємств необхідними трудовими ресурсами та формування конкурентоспроможного, висококваліфікованого, відповідального персоналу. Інструментом вирішення зазначеної проблеми є активна співпраця органів державної та місцевої влади, профспілок та роботодавців, спрямована на розробку ефективної демографічної політики, створення якісних умов життя та праці, популяриза-



цію здорового способу життя, усунення диспропорцій між ринком освітніх послуг та ринком праці. Тільки за таких умов в українських підприємств з'являється реальна можливість сформувати персонал у необхідному кількісному та якісному відношенні та забезпечити таким чином своє ефективне функціонування на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Література: 1. Лич В. М. Фактори та умови, що впливають на формування та динаміку трудового потенціалу промисловості / В. М. Лич // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2006. – № 9(64). – С. 125–131. 2. Морщенок Т. С. Обґрунтування важливості формування стратегії управління персоналом для сучасного підприємства / Т. С. Морщенок // *Держава і регіони*. – 2006. – № 5. – С. 216 – 221. 3. Ткаченко А. М. Стратегічні напрями удосконалення управління персоналом : монографія / А. М. Ткаченко, Т. С. Морщенок. – Запоріжжя : Видавництво Запорізької державної інженерної академії, 2008. – 234 с. 4. Циганок О. О. Системи управління: структуризація чинників зовнішнього середовища / О. О. Циганок // *Економіка: проблеми теорії та практики* : зб. наук. пр. – Вип. 204. – Т. 5. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2005. – С. 1211–121. 5. Статистичний щорічник України за 2008 рік / за ред. О. Г. Осауленка. – К. : Техніка, 2009. – 650 с. 6. Харківська область у 2008 році (статистичний щорічник) / за ред. М. Л. Чмихала. – Харків : Вид-во "Золоті сторінки", 2009. – 580 с. 7. Промисловість Харківської області у 2001 – 2007 роках (статистичний збірник) / за ред. І. Г. Наумова. – Харків : ХГУС, 2008. – 260 с.

Касьянова А. О.

УДК 330.526

ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ ТА СВІТУ В КОНТЕКСТІ ЇЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Анотація. Розглянуто значущість розвитку та диверсифікації джерел енергопостачання і формування конкурентного ринку енергоресурсів з позиції всезростаючих проблем фінансового забезпечення народного господарства паливно-енергетичними ресурсами.

Аннотация. Рассмотрено значимость развития и диверсификации источников энергообеспечения и формирования конкурентного рынка энергоресурсов с позиции всевозрастающих проблем финансового обеспечения народного хозяйства топливно-энергетическими ресурсами.

Annotation. The significance of the development and diversification of energy sources and a competitive energy market is considered from the standpoint of emerging problems of financial provision of economy of fuel and energy resources.

Ключові слова: енергетична безпека, енергоефективність, ресурси.

Енергоресурси мають критично важливе значення для поліпшення якості життя і розширення можливостей, які відкриваються перед країнами світу, як розвиненими, так і такими, що розвиваються. Тому забезпечення ефективного, надійного і екологічно безпечного енергопостачання за цінами, що відображають фундаментальні принципи ринкової економіки, є викликом для країн з високою енергозалежністю.

Метою статті є дослідження сучасного стану енергетичного сектору в Україні і світі, надання порівняльної характеристики обсягів видобутку нафти та газу в Україні в останні 2 десятиріччя та співставлення обсягів вироблення енергії в різних частинах світу, а також висвітлення основних завдань світового та європейського масштабу стосовно покращення ситуації енергетичного сектору в національних та глобальному масштабах.

Для виконання завдання ефективного і надійного з точки зору енерго-економічної безпеки енергопостачання необхідно вирішити ряд серйозних і взаємопов'язаних проблем, таких, як:

- високі і нестійкі ціни на нафту;
- зростаючий попит на енергоресурси (за оцінками, до 2030 р. він збільшиться більш як у півтора раза, причому приблизно на 80 % цей попит задовольнятиметься за рахунок викопного палива, запаси якого обмежені) [1];
- зростаюча залежність багатьох країн від імпорту енергоносіїв;
- потреба у величезних інвестиціях у всі ланки енергетичного ланцюга;
- необхідність захисту навколишнього середовища і вирішення проблеми кліматичних змін;

© Касьянова А. О., 2010

- вразливість життєво важливої енергетичної інфраструктури;
- політична нестабільність, природні катаклізми й інші загрози.

У зв'язку з глобальним характером цих проблем і зростаючою взаємозалежністю між країнами-виробниками, транзитними країнами і державами-споживачами необхідно розвивати партнерські стосунки між всіма зацікавленими сторонами в цілях зміцнення глобальної енергетичної безпеки.

Ні глобальної енергетичної безпеки, ні цілей розвитку тисячоліття не вдасться досягти повною мірою без забезпечення стійкого доступу 2,4 мільярда чоловік до паливних ресурсів і 1,6 мільярда чоловік до електроенергії в країнах, що розвиваються, які в даний час позбавлені цього. Їх проблеми не можна ігнорувати або приділяти їм недостатню увагу.

Справедливі і конкурентні, засновані на ринкових принципах відповіді на глобальні енергетичні виклики сприятимуть запобіганню можливим деструктивним діям, які загрожують виробництву, постачанню й транзиту енергоресурсів і створенню надійної основи динамічного і стійкого розвитку суспільства в довгостроковій перспективі.

На саміті "Групи восьми" в Санкт-Петербурзі в 2006 році була вироблена спільна стратегія у сфері глобальної енергетичної безпеки, що враховує спільну зацікавленість країн-виробників і країн-споживачів у забезпеченні глобальної енергетичної безпеки і відповідає таким завданням і принципам:

потужному глобальному економічному зростанню, ефективному доступу на ринки і сприяю інвестиціям у всі ланки енергетичного ланцюга;

відкритості, прозорості, ефективності і конкурентоспроможності ринків для виробництва, постачання, використання і надання послуг у галузі транспортування і транзиту енергоресурсів, що відіграє ключову роль у забезпеченні глобальної енергетичної безпеки;

створенню прозорих, справедливих, стабільних й ефективних правових рамок і систем регулювання, включаючи зобов'язання по дотримання контрактів, у цілях залучення адекватних і стабільних міжнародних інвестицій у добування, переробку і збут енергоресурсів;

розвитку діалогу і обміну думками між всіма зацікавленими сторонами з питань посилення взаємозалежності в енергетичній сфері і безпеці пропозиції та попиту;

диверсифікації пропозиції і попиту на енергоносії, джерел енергії, географічних і галузевих ринків, транспортних маршрутів і засобів транспортування енергоносіїв;

заохоченню заходів щодо підвищення енергоефективності і енергозбереження за рахунок ініціатив, що реалізуються на національному і міжнародному рівнях;

екологічній відповідальності при добуванні й використанні енергоресурсів, впровадженню й обміну екологічно чистими енергетичними технологіями, які сприятимуть вирішенню проблеми кліматичних змін;

забезпеченню прозорості і належного управління в енергетичному секторі в цілях боротьби з корупцією;

спільним діям при ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій в енергетичній сфері, у тому числі координації планування стратегічних запасів;

забезпеченню безпеки життєво важливої енергетичної інфраструктури;

вирішенню енергетичних проблем бідних верств населення країн, що розвиваються.

Отже, об'єктивні тенденції розвитку світової економіки перетворили енергетичну сферу на один з провідних пріоритетів як світової, так і регіональної політики. Дана сфера виступає одним з основних напрямів співробітництва України з ЄС, що ґрунтується на взаємозалежності та спільних інтересах, і підкріплюється стратегічним курсом України на повноцінну інтеграцію до ЄС [2].

Україна, як і більшість держав-членів ЄС, відноситься до групи країн – чистих імпортерів первинних енергоресурсів, а отже, вони мають спільні інтереси в енергетичній сфері. Україна й ЄС зацікавлені в існуванні вільного, конкурентного та прозорого ринку енергоресурсів. У зв'язку із цим, вони підписали і ратифікували Договір до Енергетичної хартії і є членами Конференції з Енергетичної хартії як основного міжнародно-правового механізму, що юридично закріплює відкриті ринкові принципи в енергетичній сфері. Однак ефективність цього правового механізму залишається низькою через небажання основних європейських країн – експортерів енергоресурсів (Росія, Норвегія) ратифікувати Договір до Енергетичної хартії [2].

Розвиток української економіки має забезпечити необхідні кошти для відповідного розвитку енергетики і гарантування енергетичної безпеки. Пріоритетне спрямування коштів на підвищення енергоефективності дозволить знизити потреби в енергоресурсах (а звідси – частку імпорту в енергоспоживанні) і рівень забруднення навколишнього середовища. У паливному балансі пріоритет слід надати вугіллю, але при цьому необхідно вирішити соціальні та екологічні проблеми галузі. Разом з тим, потрібно збільшувати видобуток нафти та газу разом з диверсифікацією їх імпорту. У балансі електроенергії такої залежності не буде, якщо буде забезпечена прогнозована частка її виробництва на ТЕС та АЕС з подальшим нарощенням обсягів виробництва енергії з відновлювальних і нетрадиційних джерел [3].

Потенційні ресурси природного газу складають 5,4 трлн куб. м, газового конденсату – понад 400 млн тонн, нафти – 850 млн тонн. Видобуток природного газу в Україні протягом тривалого періоду скорочувався; у 1997 – 2000 рр. видобуток стабілізувався на рівні 18 млрд куб. м. на рік, а за останні вісім років він зростає й у 2009 р. склав 21,2 млрд куб. м [4].

Стан видобутку газу і нафти в нафтогазовій промисловості відображений на рис. 1 та 2.



Рис. 1. Тенденція видобутку газу в Україні в 1991 – 2009 роках [5]

Джерело: "Нафтогаз України" <http://www.naftogaz.net>.

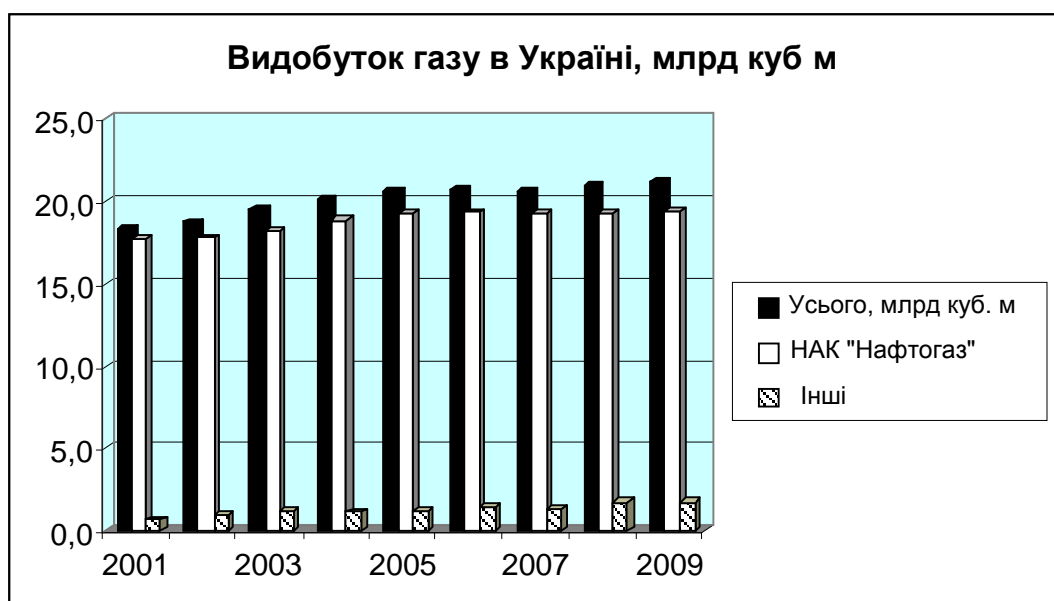


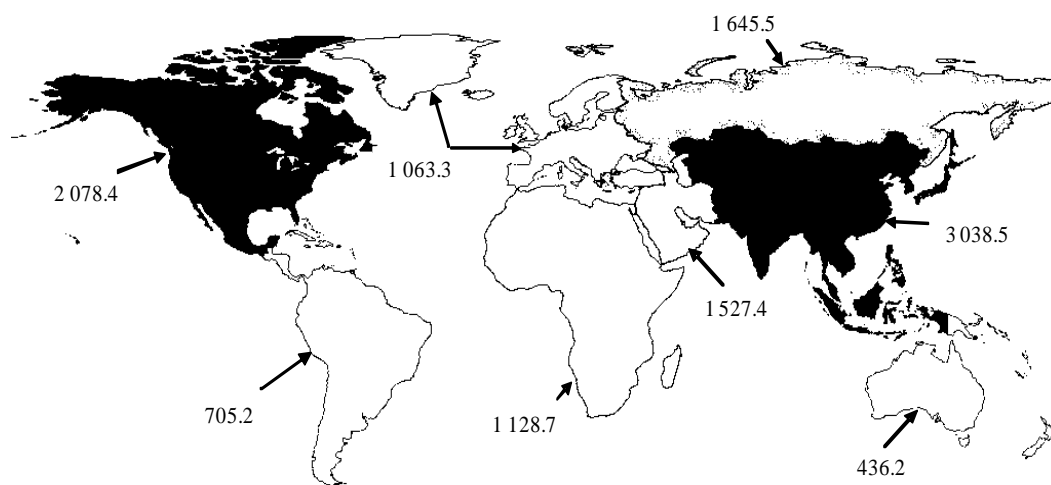
Рис. 2. Тенденція видобутку нафти в Україні в 1991 – 2009 роках [5]

Видобуток нафти та конденсату в Україні протягом 1998 – 2004 років зберігався на рівні 3,7 – 4,2 млн т на рік.

Протягом 2006 – 2009 років спостерігається стабільне зменшення видобутку нафти внаслідок декількох причин. По-перше, значна виснаженість запасів вуглеводнів на основних родовищах, по-друге, недостатні прирости розвіданих запасів [4].

Для порівняльного аналізу обсягів виробництва енергії на різних континентах світу використовується рис. 3, що становить карту, дані якої виражені у млн т нафтового еквіваленту, прийнятого як загальносвітова одиниця вимірювання даного показника.

Виробництво енергії у світовому масштабі в 2008 році
млн т нафтового еквіваленту



1 млн т нафтового еквіваленту = 11 630 ГВт/год або 107 ГКал

Рис. 3. Карта світового виробництва енергії в 2008 році: Північна Америка, Латинська Америка, Європа, Російська Федерація, Азія, Африка, Середній Схід, зона Тихого океану

Для успішного входження України на європейські та світові енергетичні ринки необхідно забезпечити співставність рівнів внутрішніх та європейських і світових цін на паливно-енергетичні ресурси (ПЕР), підвищити рівень ефективності паливно-енергетичного комплексу, зміцнити діючий оптовий ринок електричної енергії, створити дієві енергетичні ринки палива на принципах їх поетапної лібералізації та дерегуляції, забезпечити екологічну прийнятність енерговиробництва. Необхідними діями в цьому напрямі є також забезпечення відповідності енергетичної політики країни принципам Європейської енергетичної хартії та гармонізація нормативно-законодавчої бази, використання існуючих і пошук нових можливостей кооперації на взаємовигідних засадах з постачальниками та споживачами ПЕР, формування ситуацій системної взаємозалежності між ними та Україною [3].

Таким чином, істотний внесок у глобальну енергетичну безпеку робить прозорість, стабільність і передбачуваність національних систем регулювання. Зусилля щодо посилення та розширення верховенства закону, створення й зміцнення ефективних режимів оподаткування і регулювання, проведення відповідальної політики відносно попиту і пропозиції – усе це відіграє велику роль у забезпеченні глобальної енергетичної безпеки. Знижуючи рівень невизначеності, ці зусилля сприяють кращому розумінню енергетичного ринку, а отже, ухваленню зважених інвестиційних рішень та підвищенню конкурентоспроможності. При виникненні кризових ситуацій з постачанням енергоресурсів життєво важливого значення набуває узгодженість дій виробників і споживачів.

Література: 1. Глобальная энергетическая безопасность [Электронный ресурс] / Итоговый документ саммита "Группы Восьми". – Санкт-Петербург, 2006. – Режим доступа : <http://civilg8.ru/6443.php>. 2. Савін С. Співпраця між Україною та ЄС в енергетичній сфері: здобутки та перспективи [Електронний ресурс] / С. Савін // Відділ інтеграції та стратегічного партнерства / Національний інститут стратегічних досліджень. – Режим доступа : <http://www.niss.gov.ua/Monitor/april08/7.htm>. 3. Київський міжнародний енергетичний клуб. – Режим доступа : http://www.qclub.org.ua/energy_issues/energy_security/development_priorities. 4. Тенденція видобутку нафти та газу в Україні в 1991 – 2009 роках [Електронний ресурс] // "Нафтогаз України". – Режим доступа : <http://www.naftogaz.net>. 5. Нафтогаз України. – Режим доступа : <http://www.naftogaz.net>. 6. Key World Energy Statistics 2009. – Annual World Energy Outlook by OECD/IEA. – Paris, 2009.



АНАЛІЗ КАР'ЄРНОГО ЗРОСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА ОСНОВІ ДИНАМІКИ ЯКІСНОГО ТА КІЛЬКІСНОГО СКЛАДУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Обґрунтовано сукупність якісних та кількісних показників, що характеризують кар'єрне зростання персоналу машинобудівних підприємств, на основі яких визначено основні тенденції кар'єрного зростання персоналу промислових підприємств. Проаналізовано співвідношення рівня оплати праці персоналу з мінімальними соціальними стандартами.

Анотация. Обоснована совокупность качественных и количественных показателей, которые характеризуют карьерный рост персонала машиностроительных предприятий, на основе которых определены основные тенденции карьерного роста персонала промышленных предприятий. Проанализировано соотношение уровня оплаты труда персонала с минимальными социальными стандартами.

Annotation. The qualitative and quantitative indexes, which characterize the quarry height of machine-building enterprises personnel, on the basis of which tendencies of quarry height of industrial enterprises personnel are certified is reasonable. Correlation of the payment level of personnel labour with minimum social standards is analysed.

Ключові слова: кар'єрне зростання персоналу, оцінка трудового потенціалу.

Ефективне управління кар'єрним зростанням персоналу підприємств набуває все більшого значення у сучасних економічних умовах, коли зростає роль людського фактору у виробництві. Забезпечення процесу створення умов, які можуть вплинути на поведінку та зацікавленість персоналу до активної, сумлінної праці, обумовлює зростання продуктивності праці, її якість, а також формування стабільного виробничого колективу, що виявляє свою прихильність і відданість підприємства, на якому працює.

В економічній літературі кар'єрне зростання персоналу найчастіше розглядається в системі трудового потенціалу. Проблема оцінки трудового потенціалу персоналу присвячена велика кількість досліджень, зокрема таких авторів, як В. Пономаренко, В. Гавва, В. Гриньова, Г. Назарова О. Коренкова, М. Новікова, С. Писаренко, І. Отенко та ін. Але аналіз сучасної літератури показав, що досі не існує певної сукупності показників, на основі яких можна визначити основні ознаки кар'єрного зростання персоналу.

Тому метою даної статті є вдосконалення та обґрунтування показників, які характеризують кар'єрне зростання персоналу. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: обґрунтувати сукупність показників, що характеризують кар'єрне зростання персоналу; визначити та обґрунтувати тенденції кар'єрного зростання персоналу промислових підприємств; проаналізувати співвідношення рівня оплати праці персоналу з мінімальними соціальними стандартами.

На основі аналізу існуючих підходів до оцінки трудового потенціалу персоналу [1 – 6] було визначено, що кар'єрне зростання персоналу промислового підприємства поєднує в собі трудовий потенціал працівників цього підприємства та умови його побудови (рисунок). У свою чергу, трудовий потенціал персоналу складається з кількісних та якісних характеристик, а умови побудови кар'єрного зростання розділяються на ті, що залежать від підприємства, та на ті, які не залежать від нього. На основі діючих форм звітності підприємств промислової галузі комплексний аналіз поданих на рисунку показників дає можливість дослідити кар'єрне зростання персоналу підприємств та його динаміку.

Результати аналізу кар'єрного зростання персоналу машинобудівних підприємств Харківської області за період 2003 – 2009 рр. на основі дослідження якісних та кількісних характеристик трудового потенціалу та умов кар'єрного зростання дали можливість обґрунтувати загальні риси, що йому притаманні. До основних з них потрібно віднести такі:

скорочення облікової кількості штатних працівників, що означає, з точки зору кар'єрного зростання, зменшення потенційно можливої кількості персоналу рухатися кар'єрними сходами;

нерациональна вікова структура персоналу, яка характеризується старінням внаслідок відсутності можливостей його поповнення молодими кадрами;

аналіз персоналу за гендерною ознакою показав, що на розглянутих промислових підприємствах Харківської області за період з 2003 по 2009 рр. потенційно кар'єрно зростати мали можливість переважно чоловіки;

раціональна освітня структура персоналу, яка характеризується високою питомою вагою персоналу з вищою освітою, що сприяє кар'єрному зростанню персоналу;

низька творча активність персоналу, яка характеризується практично відсутністю працівників, які мають науковий ступень і звання, та винахідників і рационалізаторів у структурі персоналу машинобудівних підприємств, що негативно відбивається на кар'єрному зростанні персоналу;

низький рівень підготовки та перепідготовки кадрів, про що свідчить незначна частка працівників, які підвищили свою кваліфікацію або отримали нові професії, що негативно відбивається на кар'єрному зростанні персоналу підприємства;
 велика плинність кадрів на машинобудівних підприємствах, яка характеризує незадовільні умови кар'єрного зростання персоналу;
 рівень оплати праці персоналу багатьох машинобудівних підприємств характеризувався як той, що не мав сталого позитивного покращення умов оплати праці найманих працівників, що знижує їх мотивацію до ефективної реалізації свого трудового потенціалу та кар'єрного зростання.

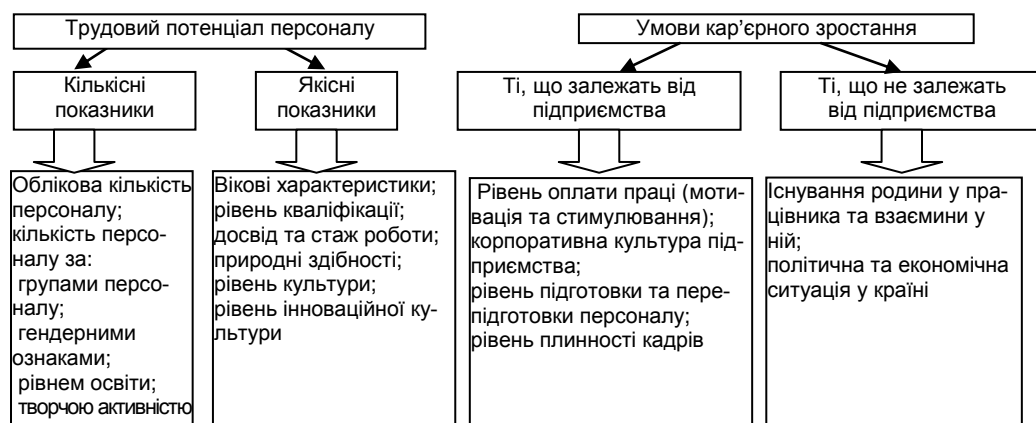


Рис. Показники, що характеризують кар'єрне зростання працівників підприємства

Слід зазначити, що проаналізовані основні показники оплати праці не дають повної уяви про умови оплати праці окремих працівників. Тому слід доповнити отримані результати аналізу даними щодо аналізу середньомісячної заробітної плати одного штатного працівника, її співвідношення з прожитковим мінімумом для працездатної особи в Україні та мінімальною заробітною платою у країні. Узагальнюючи результати зазначеного аналізу, можна відмітити, що середньомісячна заробітна плата одного штатного працівника за період 2003 – 2009 рр. складала 1 476,23 грн і коливалася від 726,39 грн до 4 107,01 грн. Середньорічна динаміка заробітної плати одного працівника мала позитивний характер та знаходилась у діапазоні від 108,01 до 145,58 %. Співвідношення середньомісячної заробітної плати одного штатного працівника з мінімальною заробітною платою в Україні у середньому за період 2003 – 2009 рр. складало 364,53 %. Тобто середньомісячна заробітна плата одного штатного працівника перевищувала мінімальну заробітну плату в Україні більш ніж у 3 рази, що з точки зору кар'єрного зростання, є позитивною умовою для реалізації трудового потенціалу працівника. Співвідношення середньомісячної заробітної плати одного штатного працівника з прожитковим мінімумом (місячний) працездатної особи в Україні у середньому за період 2003 – 2009 рр. складало 276,23 %. Це свідчить, що середньомісячна заробітна плата одного штатного працівника перевищувала прожитковий мінімум (місячний) працездатної особи в Україні у середньому більш ніж у 2 рази, що з точки зору умов кар'єрного зростання працівників є позитивним становищем.

Таким чином, умови оплати праці, що характеризуються середньомісячною заробітною платою одного штатного працівника, та співвідношення даного показника з мінімальною заробітною платою в Україні і прожитковим мінімумом (місячним) працездатної особи у країні характеризуються як ті, що носили позитивний характер, з точки зору кар'єрного зростання працівників.

Таким чином, кар'єрне зростання персоналу – це процес, який дуже складно формалізувати, але на основі аналізу трудових показників можна охарактеризувати кар'єрне зростання персоналу. Пов'язаний з цим аналіз показав, що на розглянутих машинобудівних підприємствах Харківської області за період 2003 – 2009 рр. процес кар'єрного зростання персоналу загалом можна охарактеризувати як той, що носив незадовільний характер. Становище обтяжується інтенсифікацією процесів інфляції та існуванням суттєвих диспропорцій в оплаті праці. З точки зору кар'єрного зростання, досягнення високого рівня соціальних стандартів життя потребує й подальшого удосконалення політики доходів, зростання соціальних стандартів та поетапного наближення їх до європейського рівня.

Література: 1. Управління трудовим потенціалом : монографія / В. С. Пономаренко, В. М. Гриньова, М. М. Салун, М. М. Новікова та ін. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2006. – 348 с. 2. Гавва В. Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання / В. Н. Гавва, Е. А. Божко. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с. 3. Гринєва В. Н. Механізм формування трудового потенціала промислового підприємства / В. Н. Гринєва, А. Г. Гольдфарб // Економіка розвитку. – 2005. – № 1 (33). – С. 35–38. 4. Коренков О. В. Управління потенціалом розвитку промислових підприємств : автореф. / Коренков О. В. – К. : Національний авіаційний університет, 2003. – 18 с. 5. Новікова М. М. Системне управління трудовим потенціалом підприємства : монографія / М. М. Новікова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – 212 с. 6. Отенко І. П. Методологічні основи управління потенціалом підприємства : научн. изд. / І. П. Отенко. – Харків : Изд. ХНЭУ, 2004. – 216 с.

Секція 3

"Управління розвитком підприємства в умовах економічних знань"

Жиляєва І. Ю.

УДК 331.108.2

УЗАГАЛЬНЕННЯ ДЖЕРЕЛ ПОШУКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Зазначено, що на сьогоднішній день ринок праці України пропонує різноманітний вибір методів покриття потреби підприємств у персоналі. Доведено, що успішні підприємства переважно використовують внутрішні ресурси, але за певних умов їх стає недостатньо, тому частіше за все підприємства залучаються підтримкою рекрутингових агентств.

Аннотация. Определено, что на сегодняшний день рынок труда Украины предлагает широкий выбор методов удовлетворения потребностей предприятия в персонале. Доказано, что успешные предприятия преимущественно используют внутренние ресурсы, но при некоторых условиях их недостаточно, поэтому чаще всего предприятия обращаются за поддержкой и рекрутинговым агентствам.

Annotation. It is considered that today the labour market of Ukraine offers the various choices of methods of coverage of necessity of enterprises in personnel. It is proved that successful enterprises use internal resources mainly, and there is lack of them at certain terms, that is why enterprises get consults from recruiting agencies more often.

Ключові слова: персонал, джерела пошуку персоналу, методи підбору персоналу, рекрутинг, рекрутенгові агентства.

Перехід України до ринкової економіки змусив керівників підприємств опанувати нові технології залучення персоналу. Формування штату працівників стало чи не найбільшою проблемою управління персоналом підприємства. Кожен керівник прагне створити такі колективи, котрі: були б здатні швидко адаптуватись до нових умов роботи, реагувати на будь-які зміни у навколишньому середовищі, складалися зі справжніх фахівців та володіли певними творчими здібностями. На сьогоднішній день існує різноманітний вибір методів підбору кадрів – чи то зовнішні джерела, чи внутрішні. Звісно, кожен керівник прагне утримувати у своєму штаті працівника, котрий би у потрібний момент підібрав потрібного працівника. Але на маленьких підприємствах утримувати такого працівника немає сенсу, оскільки штат невеликий, тому змінювати працівників підприємство буде нечасто. Тоді таке підприємство звертається до рекрутингових агентств, бірж та центрів зайнятості.

За основу для аналізу описаних нижче методів були взяті наукові праці таких вітчизняних вчених, як Щьокін Г. В., Аллін О. Н., А. Єрмаков, Травін В. В. та Веснін В. Р.

Метою даної роботи є теоретичне узагальнення методів підбору кадрів.

Методами покриття потреби в людських ресурсах можуть бути: відправлення заяв до навчальних закладів різних ступенів та рівнів підготовки, а також до комерційних закладів, виставлення оголошень на вакансії до міжнародного ринку робочої сили, запит до посередницьких фірм з підбору персоналу, запити до біржі праці, запит до професійних асоціацій та об'єднань; запит до організацій-родичів; звернення до вільного ринку праці та особисті внутрішні джерела.

Найпопулярнішим методом заповнення вакансій Щьокін Г. В. вважає розповсюдження інформації про відкриття вакансії із запрошенням кваліфікованих працівників. Деякі підприємства практикують повідомлення всім своїм працівникам про відкриття вакансії. Також дієвим методом є звернення до співробітників підприємства з проханням порекомендувати на роботу їхніх друзів та знайомих [1, с. 84].

Аллін О. Н. пропонує такі методи [2, с. 23]: використання власного банку даних; пошук у кадрових базах даних (на сайтах Інтернету); подача оголошень про вакансії в ЗМІ: розміщення в газеті, журналі, на радіо, телебаченні (частіше за все кабельному); звернення в районні центри зайнятості; звернення в рекрутингові та кадрові агентства.

Аналіз наукових джерел [3 – 6] допоміг виділити такі методи підбору персоналу: зовнішні методи пошуку персоналу – Інтернет, Центр зайнятості, Рекрутинг (Executive Search, Recruitment, Head Hunting), консалтинг та аутсорсинг; внутрішні методи – друковані матеріали, резервна база резюме, власні ресурси, ярмарки вакансій, ВНЗ, Інтернет, особисті контакти та ЗМІ.

© Жиляєва І. Ю., 2010



Травин В. В. виділяє активні і пасивні методи набору кадрів. Він вважає, що активний метод використовується тоді, коли попит на ринку праці на робочу силу перевищує пропозицію, а пасивний – коли виникає зворотня ситуація [6].

Як розглядалося раніше, рекрутинг для здійснення своєї діяльності також використовує певний набір методів – це Executive Search, Recruitment, Head Hunting. Найдорожчим методом є Executive Search (прямий пошук). Він становить пошук фахівців, які потенційно відповідають вимогам вакансій, через послідовний набір заходів [4, с. 112]. Цей метод передбачає пошук кращих спеціалістів на ринку праці, він дуже трудомісткий та потребує багато часу на здійснення пошуку.

Другий метод (Recruitment) – це класичний метод рекрутингу, він є найбільш простим, потребує менше часу та має великий простір для пошуку працівників. Ці працівники – це представники масових професій. Підбір відбувається за рахунок реклами, оголошень у газетах та спеціалізованих журналах та в Інтернеті. Робота рекрутерів складається з перегляду анкет і резюме, відсіювання невідповідних кандидатів, проведення співбесід з найбільш кваліфікованими фахівцями й надання Short-list-претендентів компанії-замовнику. Вартість даної послуги, як правило, визначається індивідуально та коливається в межах 10 – 20 % від річного доходу шуканого працівника [7, с. 63].

Третій метод найбільш дорогий – Head Hunting ("Полювання за головами") – становить неодмінну складову Executive Search, тому нерідко використовується у складі цього виду послуг. Проте цей метод має свої відмінності – пошук фахівців, які відбулися як ефективні менеджери і вкрай рідко шукають собі роботу, тобто це "переманювання" кращих фахівців у кращі компанії. Така процедура використовує частіше всього неетичні методи, у свою чергу в заміні отримують високий гонорар, який складає, за словами А. Єрмакова, 20 – 35 % від річного заробітку шуканого фахівця [7, с. 63]. Головна відмінність даного методу від Recruitment – цілеспрямованість пошуку у порівнянні з масовим рекрутингом.

Іванов А. Є. пропонує ще один метод рекрутингу – Executive recruiting, який передбачає підбір ключових менеджерів та спеціалістів для середніх компаній, за середніми свого рівня зарплатами за технологіями Executive Search [3].

Більшість успішних організацій переважно залучають персонал через внутрішні джерела, таким чином уникають зайвих витрат на спеціалізовані агентства. Однією з причин використання внутрішніх джерел набору персоналу є просування по службі своїх працівників, оскільки це обходиться дешевше для підприємства. Крім того, це підвищує зацікавленість працівників у роботі, поліпшує моральний клімат та посилює прив'язаність працівників до підприємства. Можливим недоліком такого методу є те, що в організацію не приходять нові люди зі свіжими поглядами, це може призвести до застою. Ось тоді і виникає потреба у зовнішньому рекрутингу персоналу, котрий має на меті підбір висококваліфікованих спеціалістів задля успішнішого функціонування підприємства.

Література: 1. Щёкин Г. В. Основы кадрового менеджмента : учебник / Г. В. Щёкин. – 5-е изд., стереотип. – К. : МАУП, 2004. – 280 с. 2. Аллин О. Н. Кадры для эффективного бизнеса. Подбор и мотивация персонала / О. Н. Аллин, Н. И. Сальникова. – М. : Генезис, 2005. – 248 с. 3. Иванов А. Е. Как закрыть вакансию. Организация рекрутера / А. Е. Иванов. – М. : Вершина, 2006. – 224 с. 4. Шипулина В. О. Новітні підходи до залучення кадрових ресурсів / В. О. Шипуліна, О. В. Каспрук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 3 – С. 111–117. 5. Веснин В. Р. Менеджмент : учебник / В. Р. Веснин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби, Изд. Проспект, 2006. – 504 с. 6. Травин В. В. Менеджмент персонала предприятия : учебно-практическое пособие / В. В. Травин, В. А. Дятлов. – 5-е изд. – М. : Дело, 2003. – 272 с. 7. Єрмаков А. Рекрутинг и обучение: украинские реалии / А. Єрмаков // Управление персоналом. – 2007. – № 3. – С. 62–64.

УДК 658.153:(477.64)

Король С. А.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ

Анотація. Розглянуто в динаміці за три роки співвідношення власного і позикового капіталу ВАМ "Мотор Січ". Запропоновано метод оптимізації структури капіталу за критерієм максимального рівня прогнозованої фінансової рентабельності з використанням механізму фінансового леввериджу.

Аннотация. Рассмотрено в динамике за три года соотношения собственного и ссудного капитала ОАО "Мотор Сечь". Предложен метод оптимизации структуры капитала по критерию максимального уровня прогнозируемой финансовой рентабельности с использованием механизма финансового леввериджа.

© Король С. А., 2010



Annotation. The ratio of own and loan capital of "Motor Sich" are considered in the three years dynamics. The method of optimizing the capital structure by the criterion of maximum projected financial viability with the use of financial leverage is proposed.

Ключові слова: капітал, структура капіталу, методи оптимізації структури капіталу, фінансовий леверидж, фінансова рентабельність.

Розвиток і успішна діяльність ВАТ "Мотор Січ" пов'язані з вирішенням проблеми фінансування його діяльності і, передусім, формування відповідної структури капіталу, яка включає власний і позиковий капітал. Динаміка структури капіталу ВАТ "Мотор Січ" наведена на рисунку.

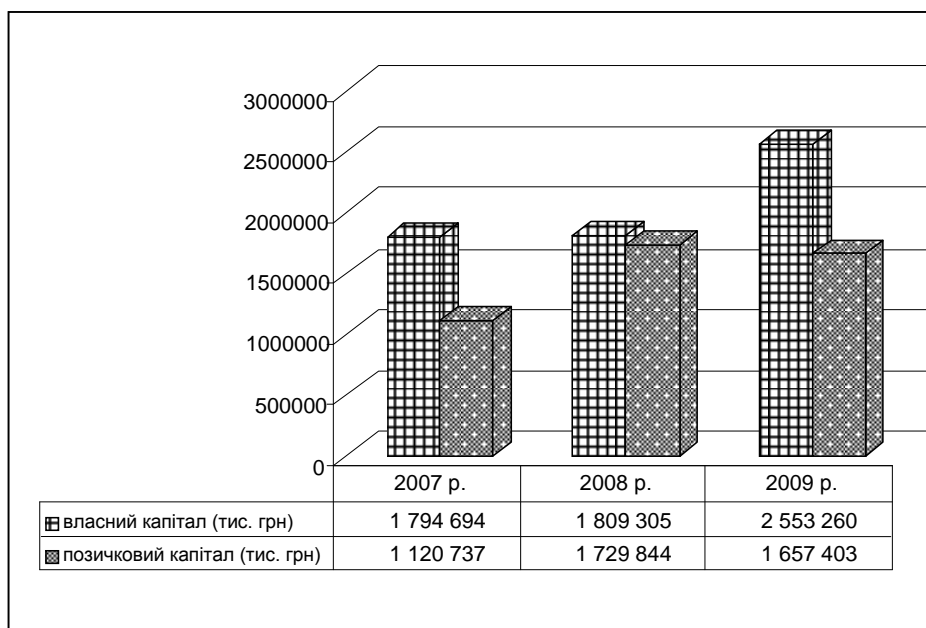


Рис. Динаміка структури капіталу ВАТ "Мотор Січ" в 2007 – 2009 роках

Виходячи з наведеного вище рисунка власний капітал в 2007 склав 62 %, позиковий відповідно – 38 %, в 2008 році частка власного капіталу зменшилась до 51 %, а позикового відповідно зросла до 49 %, в 2009 році власний капітал становив 61 % загальної суми капіталу підприємства, а позиковий – 39 %.

Мета статті – оцінити ефективність структури капіталу за максимізацією рівня прогнозованої фінансової рентабельності з використанням механізму фінансового левериджу.

Аналіз економічної літератури свідчить, що більшість авторів виокремлює три методи оптимізації структури капіталу [1; 2]:

оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності;

оптимізація структури капіталу за мінімізації її вартості;

оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації рівня фінансових ризиків.

Метод оптимізації структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності передбачає використання механізму фінансового левериджу. При цьому для розрахунку фінансового левериджу використовують формулу, за якої досягається максимальна вартість корпорації на фінансовому ринку за мінімальної ціни капіталу (таблиця):

$$W = \frac{D}{(D-E)} Kd + \frac{E}{(D-E)} Ke, \quad (1)$$

де W – середньозважена вартість капіталу;

D – борговий капітал компанії;

E – акціонерний капітал компанії;

Kd – вартість боргового капіталу;

Ke – вартість акціонерного капіталу.

Отже ефект фінансового левериджу дорівнює:

$$\text{ЕФЛ}_{2007р} = (1 - 0,25) \times (26,26 - 22) \times \frac{1120737}{1794694} = 1,99,$$

$$\text{ЕФЛ}_{2008р} = (1 - 0,25) \times (20,61 - 27) \times \frac{1729844}{1809305} = -4,58,$$

$$\text{ЕФЛ}_{2009р} = (1 - 0,25) \times (38,07 - 23) \times \frac{1657403}{2553260} = 7,34.$$

Таблиця

Формування ефекту фінансового левериджу

№ п/п	Показник	Рік			Відхилення		
		2007	2008	2009	2008	2009	У 2009 порівняно з 2007 роком
1	Середня сума всього використаного капіталу ВАТ "Мотор Січ", із неї:	2915431	3539149	4210663	623718	671514	1295232
1.1	Середня сума власного капіталу	1 794 694	1 809 305	2 553 260	14611	743955	758566
1.2	Середня сума позиченого капіталу	1120737	1729844	1657403	609107	-72441	536666
2	Коефіцієнт фінансового левериджу, %	62	96	65	33	-31	2
3	Сума валового прибутку (без урахування витрат по сплаті відсотків за кредит)	765484	729435	1602849	-36049	873414	837365
4	Коефіцієнт валової рентабельності активів (без урахування витрат по сплаті відсотків за кредит), %	26,26	20,61	38,07	-6	17	12
5	Середній рівень відсотків за кредит, %	22	27	23	5	-4	1
6	Сума відсотків за кредит, сплачена за використанням позиченого капіталу	246562	467058	381203	220496	-85855	134641
7	Сума валового прибутку з урахуванням витрат по сплаті відсотків за кредит	518922	262377	1221646	-256545	959269	702724
8	Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	280965	13985	995613	-266980	981628	714648
9	Ставка податку на прибуток	0,25	0,25	0,25	-	-	-
10	Сума податку на прибуток	73839	10142	254384	-63697	244242	180545
11	Сума чистого прибутку	207126	3843	741229	-203283	737386	534103
12	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу або коефіцієнт фінансової рентабельності, %	11,54	0,21	29,03	-11	29	17
13	Приріст рентабельності власного капіталу у зв'язку з використанням позичкового капіталу, %	1,99	-4,58	7,34	-7	12	5

Негативне значення ефекту фінансового левериджу в 2008 році показує, що збільшення позикового капіталу у структурі капіталу зменшує прибутковість активів. Тобто новий кредит не сприяв зростанню рівня ефекту фінансового левериджу, такий кредит не вигідний ВАТ "Мотор Січ".

Як видно з даних таблиці, найвищий коефіцієнт фінансової рентабельності (29 %) досягається при коефіцієнті фінансового левериджу 7,34, що визначає співвідношення позикового і власного капіталу у пропорції 39 і 61 % відповідно. Аналіз даних структури капіталу на підприємстві і визначення ефекту фінансового левериджу показав позитивний ефект залучення додаткового кредиту, тобто збільшення розміру позикового капіталу призвело до позитивних наслідків, а саме – збільшення прибутковості активів.

Визначено, що збільшення позикового капіталу у структурі капіталу зменшує прибутковість активів.



Найвищий коефіцієнт фінансової рентабельності (29 %) досягається при коефіцієнті фінансового левериджу 7,34, що визначає співвідношення позикового і власного капіталу в пропорції 39 і 61 % відповідно.

Література: 1. Семенов Г. А. Аналіз структури капіталу підприємства / Г. А. Семенов, О. О. Єропутова // Економічний вісник Донбасу. – 2007. – № 4 (10). – С. 89–98. 2. Семенов А. Г. Розвиток стратегічного управління в акціонерних товариствах : монографія / А. Г. Семенов. – Запоріжжя : ГУ "ЗІДМУ", 2007. – 520 с.

Швець Л. В.

УДК 331.108

ВЛАСТИВОСТІ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто трудовий потенціал промислового підприємства як складна, динамічна економічна система, яка володіє певними властивостями, що характеризують її загальні та часткові якості, та направленні на ефективне функціонування підприємства.

Аннотация. Рассмотрен трудовой потенциал промышленного предприятия как сложная, динамическая экономическая система, которая владеет определенными свойствами, что характеризуют ее общие и частные качества, и направленные на эффективное функционирование предприятия.

Annotation. Labor potential of the industrial enterprise as difficult, dynamic, economic system which has certain properties, that characterize its general and private qualities, and are directed on effective functioning of the enterprise are considered.

Ключові слова: трудовий потенціал, властивості трудового потенціалу, загальні властивості трудового потенціалу, часткові властивості трудового потенціалу.

Трудовий потенціал у сучасній економічній науці розглядається як складна економічна категорія, дослідження якої потребує комплексного та системного підходу [1, с. 68–72]. Потенціал промислового підприємства є складною економічною системою, що характеризує динамічний стан підприємства та володіє певними властивостями. Кожен окремий елемент у системі відіграє важливу роль та відрізняється один від одного, тому може розглядатися як самостійна система або підсистема в межах єдиної цілісної системи.

Метою даного дослідження є трактування трудового потенціалу промислового підприємства як складної економічної системи, що володіє певними властивостями.

Трудовий потенціал становить складну, динамічну, відкриту, ієрархічну, переважно стохастичну систему [2, с. 235]. За допомогою системного підходу можна виділити основні елементи трудового потенціалу, які розглядають в єдності взаємозв'язок між окремими його частинами та системи в цілому.

Трудовий потенціал як система має властивості [3, с. 13; 4, с. 298; 5, с. 28] (рисунок).

1. Загальні властивості:

цілеспрямованість – пов'язана з формуванням трудового потенціалу для задоволення потреб і спроможністю виробляти необхідну продукцію або робити послуги;

поліструктурність – характеризується одночасним існуванням у системі трудового потенціалу підсистем, що перетинаються, де кожний елемент системи одночасно входить у кілька підсистем і функціонує відповідно до їх вимог та цілей;

відкритість, що виявляється не тільки у внутрішньому обміні (русі персоналу та інформації), а й в обміні із зовнішнім середовищем;

складність, яка зумовлена основними елементами: працівниками, знаряддям і предметами праці; цілеспрямованістю, поліструктурністю, відкритістю зв'язків, великою кількістю процесів, що здійснюються в системі;

різноманітність, яка характеризується такими поняттями, як: спеціалізація, концепція, пропорційність окремих частин системи і підсистем. Ці особливості у взаємозв'язку та взаємозумовленості визначають раціональність існуючої системи та її підсистем, які відрізняються переважно характером зв'язків між елементами;

© Швець Л. В., 2010

цілісність – система трудового потенціалу є єдиним цілим, вона складається з різних компонентів, але всі вони взаємопов'язані між собою;
 здатність до розвитку передбачає, що система повинна бути здатною до навчання та розвитку для того, щоб досягти поставлені мети та завдань;
 самоорганізація, тобто процес упорядкування в системі трудового потенціалу підприємства повинен відбуватися лише за рахунок внутрішніх чинників;
 ієрархічність означає, що кожен компонент системи трудового потенціалу підприємства може розглядатися як система (підсистема) більш широкої глобальної системи;
 мобільність передбачає готовність суб'єктів системи трудового потенціалу промислового підприємства у разі необхідності змінити своє місце роботи і навіть освоїти нову професію;
 інноваційний характер, тобто структурне вдосконалення системи трудового потенціалу промислового підприємства за рахунок практичного використання нових знань;
 пріоритети якості.

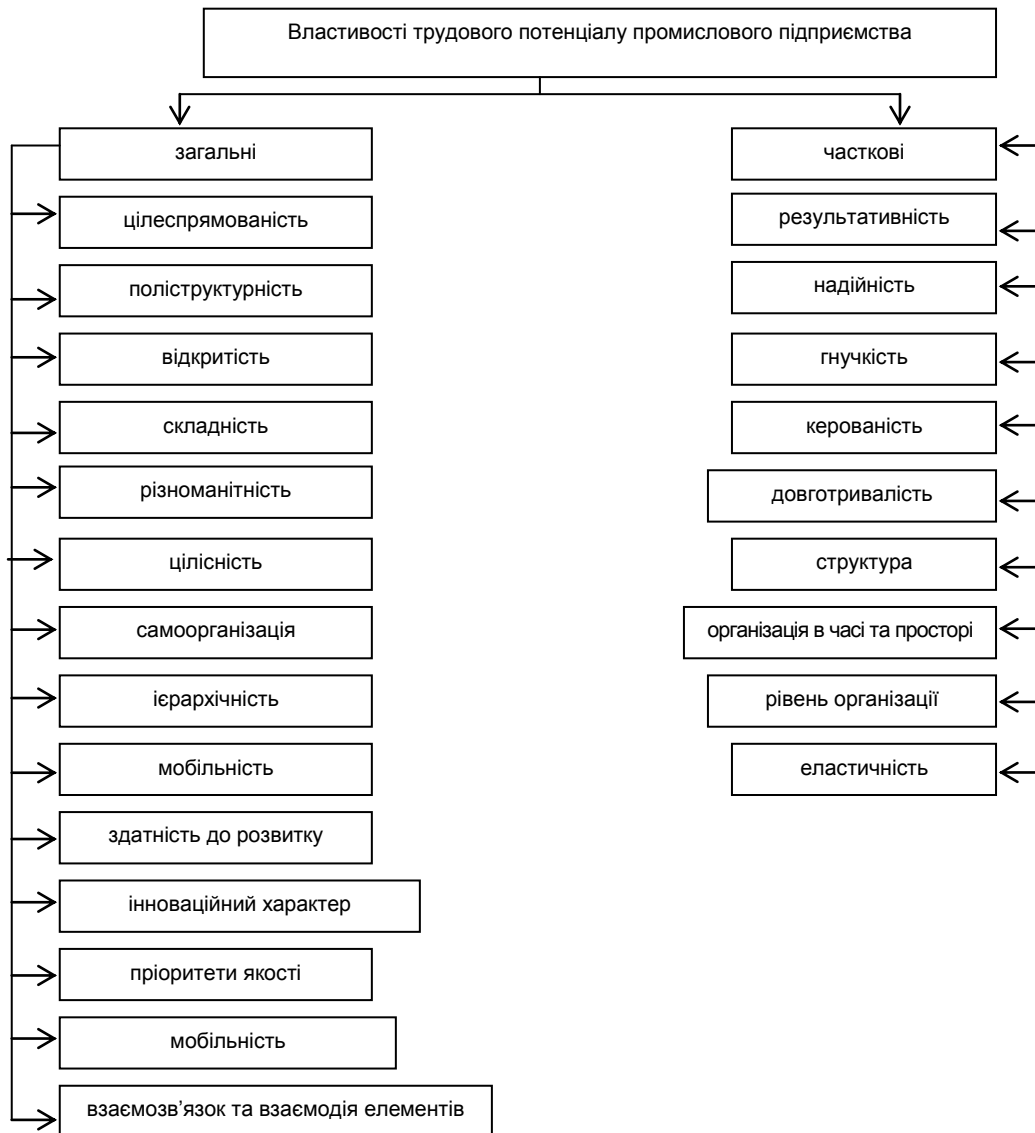


Рис. Властивості трудового потенціалу промислового підприємства як системи

2. Часткові властивості:

результативність – характеризує спроможність системи створювати продукцію, надавати послуги, виконувати функції, що необхідні споживачам. Вона забезпечується організацією трудового потенціалу системи;

надійність – передбачає стійке функціонування, здатність до локалізації у порівняно невеликих частинах системи негативних наслідків стохастичних бурень, що відбуваються як усередині системи, так і в зовнішньому середовищі. Надійність системи забезпечується внутрішньосистемними резервами, системою управління і кооперацією з іншими системами;



гнучкість – становить собою можливість пристосовувати систему до умов зовнішнього середовища, яке змінюється. Забезпечується властивостями елементів системи і внутрішньосистемними резервами;

керованість – відбиває допустимість тимчасової зміни процесу функціонування в бажаному напрямі внаслідок керуючих впливів. Забезпечується внутрішньосистемними резервами і розчленуванням системи на підсистеми, що відносно незалежні, а також обмеженням розмірів системи. Ступінь керованості визначається співвідношенням керованих і некерованих процесів у системі;

довготривалість – характеризує здатність системи протягом тривалого часу зберігати результативність;

структура – визначає ступінь взаємопов'язаних ланок елементів, що створюють систему. Загалом структуру характеризують найбільш суттєві та стійкі властивості системи, відносини між її елементами;

організація – відображає оптимізацію та координацію в часі та просторі всіх основних і допоміжних елементів системи та її підсистем;

рівень організації системи – відбиває ступінь наближення організації системи до ідеального стану;

еластичність характеризує міру чутливості однієї змінної в системі трудового потенціалу підприємства щодо іншої.

Трудовий потенціал промислового потенціалу є складною економічною системою, всі елементи якої повинні функціонувати одночасно і в сукупності, розкривати та доповняти внутрішні можливості як трудового колективу, так і окремого працівника на промисловому підприємстві, бути направлені на сприяння функціонування та розвитку підприємства.

Література: 1. Пирожков С. И. Трудовой потенциал в демографическом измерении / С. И. Пирожков ; отв. ред. И. И. Лукинов ; АН Украины. Институт экономики.– К. ; Наукова думка, 1992. – 180 с. 2. Мікловда В. В. Системна характеристика трудового потенціалу і механізми його ефективного використання / В. В. Мікловда // Проблеми регіональної економіки : зб. наук. пр. / під ред. М. І. Долішнього та ін. – Львів : Львівський інститут регіональних досліджень, 1995. – 263 с. 3. Отенко И. П. Методологические основы управления потенциалом предприятия : научное издание / И. П. Отенко. – Харьков : Изд. ХНЭУ, 2004. – 216 с. 4. Пономаренко В. С. Управление трудовым потенциалом : наукове видання / В. С. Пономаренко, В. М. Гриньова – Харків : Вид. ХНЕУ, 2006. – 348 с. 5. Арэф'єва О. В. Управление потенциалом развития промислових підприємств : монографія / О. В. Арэф'єва, О. В. Коренков. – К. : ГРОТ, 2004. – 200 с.

Литвиненко А. О.

УДК 658.7(043)

РОЗВИТОК МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ ПІДПРИЄМСТВА: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ТА МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ

Анотація. Присвячено теоретичному обґрунтуванню й розробці методичного забезпечення організації управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства. Уточнено сутність поняття "розвиток матеріально-технічної бази" й розроблено схему функціонування відповідного механізму управління, орієнтованого на виділений концепт потенціалу матеріально-технічної бази.

Аннотация. Посвящена теоретическому обоснованию и разработке методического обеспечения организации управления развитием материально-технической базы предприятия. Уточнено сущность понятия "развитие материально-технической базы" и разработано схему функционирования соответствующего механизма управления, ориентированного на выделенный концепт потенциала материально-технической базы.

Annotation. The article is dedicated to the theoretical ground and development of methodical provision of organization of management of development of material and technical base of enterprise. Essence development of material and technical base is specified, and the chart of functioning of mechanism of management that is oriented on distinguished concept of potential of material and technical base is worked out.

Ключові слова: матеріально-технічна база, підприємства (ММБП), елементи ММБП, завдання розвитку ММБП, механізм управління ММБП.

Конкурентоспроможність національної економіки та темпи її зростання значною мірою залежать від здатності промислових підприємств швидко реагувати на зміни в технічному розвитку та

© Литвиненко А. О., 2010

виготовляти високоякісну продукцію. Головним резервом підвищення ефективності їх господарювання є використання наявних можливостей ресурсозбереження та орієнтування на випереджаючий розвиток використовуваних технологій перетворення ресурсів (при прийнятті ресурсного підходу до стратегічного управління). Слід зазначити про наявність досить значної кількості досліджень, відокремлено присвячених організації управління розвитком соціально-економічних систем [1; 2] та розгляду необхідного при цьому матеріально-технічного забезпечення [3; 4]. Разом з тим розробка проблеми управління саме розвитком матеріально-технічної бази має здебільшого фрагментарний характер і здійснюється переважно в межах дослідження проблематики пошуку джерел фінансування розвитку, реалізації інвестиційно-інноваційної діяльності та управління ефективністю використання наявного потенціалу.

Метою статті є узагальнення та уточнення концептуальних засад організації управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства на підґрунті вироблення відповідного механізму.

Проведений автором семантичний аналіз категорії матеріально-технічної бази підприємства (МТБП) дозволяє наголосити на доречності її розгляду в аспектах сукупності засобів виробництва, переліку заздалегідь визначених елементів, матеріальних активів та знань про їх наявність тощо. З огляду на це у формалізованому вигляді її можна представити у вигляді множини $\{ММБП\}$ з чітко визначеними елементами у кожний момент часу t ($\{ММБП(t)\}$). На наступному рівні агрегації МТБП можна звести до такої сукупності елементів: $ММБП = \{засоби\ праці\ (ЗП),\ предмети\ праці\ (ПП),\ технологія\ (МХ)\}$ з обов'язковим виділенням часових характеристик ($\{ММБП(t)\} = \{ЗП(t)\} \cup \{ПП(t)\} \cup \{МХ(t)\}$). Подальша декомпозиція даних множин дозволяє розширити та деталізувати розуміння МТБП в аспекті засобів праці ($ЗП = \{будівлі,\ споруди,\ машини,\ устаткування,\ виробничі\ площі,\ транспортні\ засоби,\ інструменти\}$), предметів праці ($ПП = \{сировина,\ матеріали,\ напівфабрикати,\ енергія\}$) та технології ($МХ = \{у\ розрізі\ виділених\ бізнес-процесів\ підприємства\}$). Складові множин ($\{ЗП\}, \{ПП\}, \{МХ\}$) встановлюються залежно від умов діяльності конкретного підприємства.

З метою організації управління МТБП для кожного елемента вводимо характеристики якості їх використання у процесах функціонування. З точки зору виробничих площ це будуть їх достатність і пристосованість до потреб підприємства, устаткування – вік парку устаткування, технології – рівень розвитку й відповідність умовам, ресурсів – відповідність виробничій програмі.

Слід урахувати, що під час функціонування підприємства виникає ряд невідповідностей й протиріч: між поточним та бажаним рівнем розвитку складових $\{ММБП\}$; між наявними ресурсами й використовуваними технологіями (невідповідність між $\{ПП\}$ та $\{МХ\}$); між ресурсами й параметрами устаткування (невідповідність між $\{ПП\}$ та $\{ЗП\}$); між умовами технологічного процесу та парком й якістю обладнання (невідповідність між $\{МХ\}$ та $\{ЗП\}$); між параметрами продукції підприємства (продукція як результат використання МТБП) та вимогами споживачів; між вимогами технологічного укладу та стану використання результатів науково-технічного прогресу. Наявність вказаних протиріч та потреба їх подолання вимагає реалізацію процесів розвитку матеріально-технічної бази підприємства. При цьому розвиток матеріально-технічної бази підприємства зводиться до сукупності незворотних кількісних, структурних та якісних змін складових її елементів.

Зміни елементів (складових) матеріально-технічної бази відбуваються впродовж певного часового періоду, тобто відбувається перехід до стану $\{ММБП(t+1)\}$. Відповідно формалізоване відображення розвитку матеріально-технічної бази підприємства можна задати як: $\{ММБП(t)\} \rightarrow \{ММБП(t+1)\}$. Розвиток з точки зору переходу $\{ММБП(t)\} \rightarrow \{ММБП(t+1)\}$ розглядається у декількох аспектах, зазначених у таблиці. У межах кожного аспекту визначаються конкретні задачі. Розробка методики рішення деяких з цих задач, здійснена автором, містить елементи наукової новизни та практичну цінність.

Таблиця

Задачі розвитку матеріально-технічної бази підприємства

Аспект розгляду	Потреба та розуміння розвитку МТБП
Технологічний аспект	Розвиток МТБП полягає у розробці стратегії технологічного оновлення (зміна засобів праці та технологічного укладу). Визначення бажаних параметрів використовуваної технології, тобто стану $\{МХ(t+1)\}$
Ресурсний аспект	Управління розвитком МТБП полягає у визначенні складу й джерел залучення ресурсів. Прогнозування стану $\{ЗП(t+1)\}$ та $\{ПП(t+1)\}$
Інфраструктурний аспект	Перегляд параметрів зв'язків, що веде до зміни відносин між засобами та предметами праці. Упорядкування зв'язків між підприємством та власниками предметів праці
Інноваційний аспект	Пошук напрямків зміни ресурсної бази та обраної технології досягнення стратегічних цілей. Забезпечення якісних змін $\{МХ(t)\} \rightarrow \{МХ(t+1)\}$ через залучення досягнень науково-технічного прогресу. Розвиток МТБП отримує характер прогресивного радикального поліпшення
Інвестиційний аспект	Розвиток МТБ вимагає належного фінансування, а отже й пошуку належних джерел фінансування переходу $\{ММБП(t)\} \rightarrow \{ММБП(t+1)\}$
Логістичний аспект	Упорядкування бізнес-процесів й відносин з логістичними контрагентами. Забезпечення відповідності $\{ПП\}$ на вході логістичного ланцюга (бізнес-процесів підприємства) параметрам $\{ЗП\}$ та вимогам $\{МХ\}$
Соціальний аспект	Лише персонал створює умови для активізації потенціалу й реалізації можливостей, відповідно потрібна мотивація на додержання вимог переходу до нового стану МТБП (вимог $\{ММБП(t+1)\}$)
Організаційний аспект	Утворення цілісного сприйняття МТБП в процесі та після бифуркаційного періоду розвитку (організація переходу $\{ММБП(t)\} \rightarrow \{ММБП(t+1)\}$)



Для оцінки необхідності здійснення розвитку МТБП необхідне введення кількісного чи якісного критерію. За такий критерій пропонується використати потенціал матеріально-технічної бази підприємства (ПМ). ПТ визначаємо як узагальнюючу характеристику наявності у підприємства ресурсів ($\{ЗП(t)\}$ U $\{ПП(t)\}$) та можливостей їх використання ($\{МХ(t)\}$). Критерієм ефективності розвитку МТБП є умова зростання потенціалу матеріально-технічної бази після здійснення акту розвитку: $ПМ(t+1) > ПМ(t)$, тобто управління розвитком МТБП орієнтується на максимізацію потенціалу: $ПМ \rightarrow max$.

Для забезпечення розвитку матеріально-технічної бази підприємства (переходу $\{ММБП(t)\} \rightarrow \{ММБП(t+1)\}$) необхідне впровадження відповідного контуру управління. Для цього виділяємо об'єкт та суб'єкт управління, систему зворотних зв'язків та інструментарій управлінського впливу. Новизна підходу зводиться до динамічного представлення об'єкта спрямування управлінського впливу. Практичним відбиттям такого представлення є механізм управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства, який розкривається у двох аспектах: як сукупність інструментів й важелів управлінського впливу та необхідного для реалізації впливу забезпечення; як сукупність складових субмеханізмів. Представлення механізму як сукупності важелів й інструментів дозволяє подати його у вигляді схеми (рисунок).

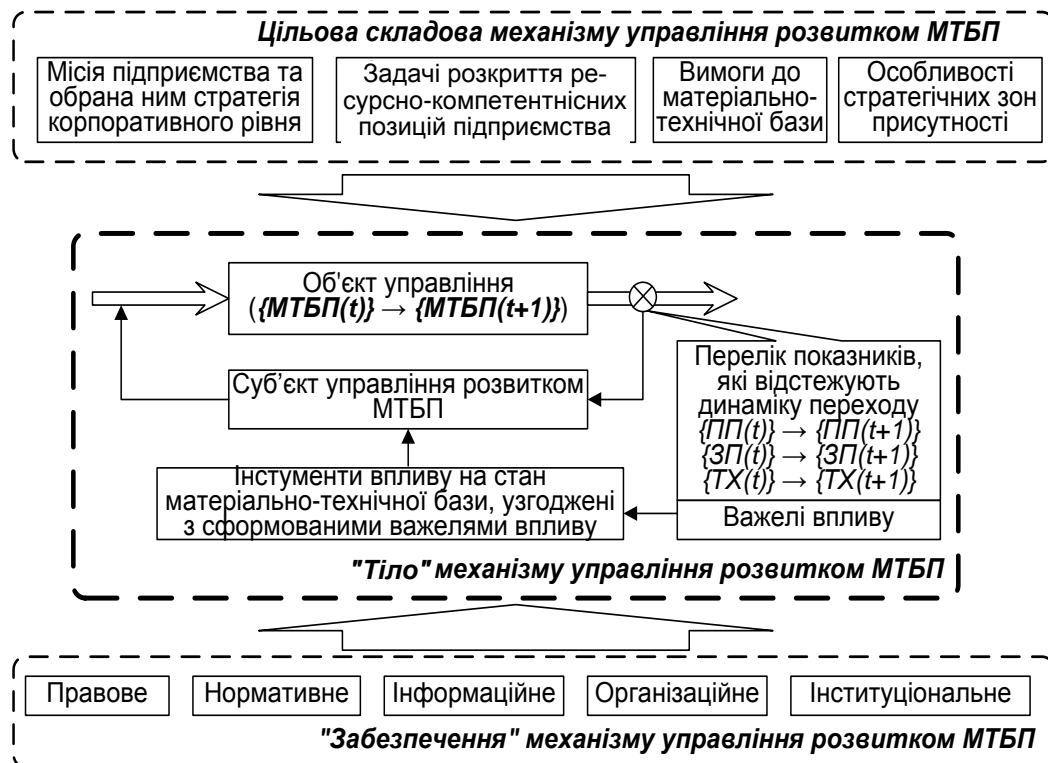


Рис. Структуризація механізму управління розвитком МТБП

Представлення механізму управління розвитком МТБП як сукупності субмеханізмів дозволяє виробляти рекомендації з його удосконалення через зміну (покращення) окремих його складових. Задля цього пропонується виділення таких субмеханізмів, як: мотиваційний субмеханізм; субмеханізм розрахунку джерел фінансування розвитку; субмеханізм інституціоналізації діяльності; субмеханізм структуризації взаємодії з контрагентами тощо.

Представлено авторський підхід до розуміння процесів розвитку матеріально-технічної бази підприємства через сукупність трансформаційних змін у структурі й напрямках використання засобів й предметів праці та пов'язаних з ними технологій. Разом з тим потребує подальшого розвитку розкриття проблематики регулювання контурів управління розвитком МТБП та переведення їх на забезпечення зростаючої віддачі.

Література: 1. Гліненко Л. К. Стратегічне управління розвитком бізнес-систем в економіці України : монографія / Л. К. Гліненко. – Львів : Новий Світ, 2009. – 776 с. 2. Ляшенко В. І. Регулювання розвитку економічних систем: теорія, режими, інститути : монографія / В. І. Ляшенко / – Донецьк : ДонНТУ, 2006. – 668 с. 3. Брегадзе И. В. Организация управления материально-техническими ресурсами на предприятиях транспорта / И. В. Брегадзе. – М. : РГОТУПС, 2006. – 54 с. 4. Мате Э. Материально-техническое обеспечение деятельности предприятия / Э. Мате, Д. Тиксье. – М. : АО ИГ "Прогресс", 1993 – 160 с.

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

Аннотация. Рассмотрена динамика темпов роста и развития машиностроительной отрасли Украины. Обозначены ключевые факторы, оказывающие влияние на снижение промышленного потенциала данной отрасли.

Анотація. Розглянуто динаміку темпів зростання і розвитку машинобудівної галузі України. Позначено ключові фактори, що впливають на зниження промислового потенціалу даної галузі.

Annotation. The dynamics of growth and development of engineering industry in Ukraine are examined. Key factors influencing the decline of industrial capacity in the industry are identified.

Ключевые слова: развитие машиностроительной отрасли, машиностроительный комплекс, промышленная продукция, факторы промышленного потенциала, устойчивый рост.

Машиностроение существует более 200 лет и остается ведущей отраслью промышленности по производству валовой продукции. Выпуская средства производства для различных отраслей народного хозяйства, машиностроение реализует достижения научно-технического прогресса и обеспечивает комплексную механизацию и автоматизацию производства.

Машиностроительный комплекс Украины охватывает 11 267 промышленных предприятий: 146 крупных, 1 834 средних, 9 287 малых, более 22 % занятого промышленно-производственного персонала, 13,4 % общего объема промышленной продукции и свыше 15 % стоимости основных производственных фондов [1].

Машиностроительный комплекс охватывает более 20 специализированных отраслей. В зависимости от того, на какой рынок ориентирована продукция, выпускаемая предприятиями машиностроительного комплекса, их условно объединяют в 4 группы:

группа отраслей инвестиционного машиностроения (тяжелое, энергетическое, транспортное, химическое, нефтяное, строительное-дорожное машиностроение), развитие которых определяется инвестиционной активностью;

группа предприятий тракторного и сельскохозяйственного машиностроения, машиностроения для перерабатывающих отраслей АПК и предприятий легкой промышленности, зависящих от платежеспособности сельхозпроизводителей и переработчиков сельскохозяйственной продукции, а также частично от спроса населения;

электротехника, приборостроение, станкостроение – группа наукоемких отраслей, так называемых комплектующих, развивающихся вслед за потребностями всех других отраслей промышленности, включая и само машиностроение;

автомобильная промышленность, выпуск продукции которой ориентирован на спрос конечных потребителей (производство легковых автомобилей), а также на потребность предприятий, фирм и исполнительных органов власти (производство грузовиков и автобусов).

В экономически развитых странах на долю машиностроения приходится от 30 до 50 % общего объема промышленной продукции. В Китае на долю машиностроения приходится 35 % от общего объема производства, в Италии – 36 %, в Великобритании – 39 %, в Германии – 53 %, в Японии – 54 %. Мировой экономический кризис особенно сказался на машиностроительной отрасли Украины.

Таким образом, целью данной статьи является проведение анализа динамики развития машиностроительной отрасли Украины, а также выявление ключевых факторов, оказывающих влияние на снижение промышленного потенциала данной отрасли.

В 2000 – 2008 гг. наблюдался рост производства машиностроительной продукции в среднем на 18,4 % ежегодно. Ввод в эксплуатацию основных фондов возрастал в среднем на 37,5 % и увеличился с 445 млн грн в 1999 г. до 3 385 млн грн в 2007 г. Прямые иностранные инвестиции в машиностроение составили к началу 2007 г. 966 млн долл. США, 2008 г. – 1013 млн долл. США и 2009 г. – 1090 млн долл. США. В 2007 – 2009 гг. удельный вес машиностроения в общем объеме иностранных инвестиций уменьшился с 3,6 до 3,1 %.

В 2007 – 2008 гг. наблюдался рост объемов реализации отечественной машиностроительной продукции. Но вследствие кризиса объемы реализации товарной продукции машиностроения за январь – июль 2009 г. в действующих ценах составили 36,1 млрд грн, что на 51,5 % меньше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Тем не менее, рентабельность операционной деятельности машиностроительных предприятий за январь–июнь 2009 г. составила 5,2 %, что лучше, чем в среднем по промышленности (1,7 %).



Если в докризисные годы экспорт по основным группам машиностроительной продукции стабильно увеличивался (на 52,7 % в 2007 г. и на 28,5 % в 2008 г.), то за 2009 г. он уменьшился на 52,2 %. Последствия кризиса сказались почти на всех видах промышленной деятельности, но в разной степени. Наибольшие потери понесло машиностроение (-52,2 %) [2]. В 2009 г. производство легковых автомобилей сократилось на 83,6 %, грузовых – на 78,7 %, грузовых вагонов – на 34,4 %, производство тракторов снизилось на 83,3 %.

Кризис существенно сказался на машиностроительной отрасли Украины.

В таблице и на рисунке представлены темпы прироста объемов производства машиностроительной отрасли в динамике за 2000 – 2010 гг.

Таблица

Динамика темпов прироста машиностроительной отрасли 2000 – 2010 гг.

Период	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Темп прироста к предыдущему периоду (%)	15,3	18,8	11,3	35,8	28	7,1	28,6	28,6*	-11,2	-52,2	32,7*

*Данные за январь–август

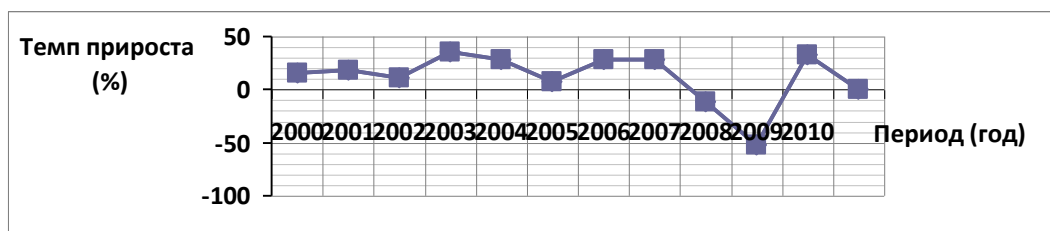


Рис. Темпы прироста объемов производства машиностроительных предприятий за 2000 – 2010 гг.

В 2010 г. объемы выпуска продукции увеличились на 32,7 %, в том числе на предприятиях по производству железнодорожного подвижного состава – на 163,2 %, машин и оборудования для сельского и лесного хозяйства – на 76,8 %, для добывающей промышленности и строительства – на 50,2 %, аппаратуры для радио, телевидения и связи – на 27,8 %, электрических машин и оборудования – на 17 %, машин и оборудования для металлургии – на 10,4 %, контрольно-измерительных приборов – на 5,5 %, автомобильного транспорта – на 3,7 %. За январь–август 2010 г. произведено 2,5 тыс. тракторов для сельского и лесного хозяйства, 642 верстаки для обработки дерева, 40,1 тыс. легковых автомобилей, 1,6 тыс. автобусов [2; 3]. К сожалению, положительная динамика по сравнению с прошлым годом обусловлена низкой базой сравнения.

В результате анализа динамики развития машиностроительной отрасли Украины были выявлены ключевые факторы, оказывающие влияние на снижение промышленного потенциала данной отрасли. К ним следует отнести:

- 1) изменение структуры конечного потребления, в которой доля товаров инвестиционного характера резко снизилась, что произошло под влиянием всемирного кризиса;
- 2) уменьшение платежеспособного спроса со стороны отечественных предприятий продукции машиностроительной отрасли;
- 3) сокращение доходов машиностроительных предприятий, в результате чего угасла собственная инвестиционная деятельность, которая содействует росту промышленного потенциала отрасли;
- 4) дефицит квалифицированных кадров.

Необходимо обновление технической базы, обновление основных фондов, проведение активной инновационной деятельности и, конечно же, привлечение инвестиций в тяжелые отрасли машиностроения. Учет выявленных факторов при формировании стратегии развития машиностроительного комплекса Украины является необходимым условием для обеспечения его устойчивого роста. Перспективами дальнейших исследований может быть разработка мероприятий по систематизации и мониторингу выявления внешних и внутренних условий, негативно влияющих на функционирование предприятий машиностроительной отрасли, что в свою очередь обеспечит своевременное реагирование и стабилизацию деятельности предприятий.

Литература: 1. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи / під заг. ред. чл.-кор. НАН України Б. М. Данилишина. – Ніжин : ТОВ "Видавництво "Аспект-Поліграф", 2007. – 308 с. 2. Государственный комитет статистики в Украине. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 3. www.news.finance.ua.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ ЗНАНИЯ ЕГО СИСТЕМНОГО СОСТОЯНИЯ

Аннотация. Представлен конструктивный системный подход к управлению конкурентоспособностью отечественных предприятий, учитывающий их системное состояние. Предложена модель оценивания уровня системного состояния и показано его (уровня) влияние на конкурентоспособность предприятия как открытой системы.

Анотація. Наведено конструктивний системний підхід до управління конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств, що враховує їх системний стан. Запропоновано модель оцінювання рівня системного стану і показано його (рівня) вплив на конкурентоспроможність підприємства як відкритої системи.

Annotation. A constructive systematic approach to managing the competitiveness of domestic enterprises, taking into account their system state presented. A model estimating the level of the system is shown state is suggested and its effect (of the level) on the competitiveness of the enterprise as an open system is shown.

Ключевые слова: системный подход, конструктивный системный подход, системная модель организационно-экономических систем, предприятия.

В рыночной экономике стратегической целью предприятия должно быть достижение долговременной конкурентоспособности в мировой рыночной среде. Поэтому для стратегического менеджмента предприятий актуальной является проблема выбора эффективной стратегии достижения этой цели. Особенно актуальным является выбор оптимальной стратегии для постсоветских отечественных предприятий, пораженных системным кризисом. Причинами возникновения системного кризиса стали нарушения системных принципов создания предприятий как искусственных организационно-экономических систем (ОЭС) и нарушений системных закономерностей при организации их функционирования [1]. Именно они являются ответственными за низкий уровень системного состояния отечественных предприятий. В свою очередь, низкий уровень системного состояния отрицательно влияет на традиционные показатели конкурентоспособности. Следовательно, возникает объективная потребность знать уровень системного состояния предприятия с целью учета его в управлении и выборе оптимальной стратегии.

Как известно, традиционный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия сводился к воздействию на управляемые параметры двух показателей: конкурентоспособность продукции и эффективность деятельности. Однако среди управляемых параметров не учитывались параметры показателя уровня системного состояния предприятия, такие, как уровень системной открытости, уровень стратегичности управления, уровень соответствия структуры системы ее целям функционирования, уровень системного потенциала, уровень системного совершенства предприятия и уровень благоприятности внутренней среды [2]. Следует отметить, что значения перечисленных параметров системного состояния для отечественных предприятий существенно ниже значений перечисленных параметров западных аналогов. Поэтому наблюдается значительная разница в показателях конкурентоспособности отечественных постсоветских предприятий в сравнении с зарубежными аналогами [3].

Системное состояние есть категория системная и определяется как состояние множества элементов системы и связей между ними [1]. Поэтому названные выше системные параметры определяются относительно системных состояний работников предприятия как активных функциональных элементов и внутрисистемных связей между ними. А поскольку уровни функциональных системных состояний активных элементов на отечественных предприятиях из-за системных нарушений в организации функционирования, а также их крайне низкой мотивации были и есть низкими, то, как следствие, высокие их вклады в понижение показателей конкурентоспособности продукции и эффективности деятельности. Кроме того, отсутствие строго определенных внутренних системных связей между работниками из-за отсутствия внутренних системных регламентов взаимодействия приводит к отрицательным значениям эффекта синергии ($2+2<4$), что усиливало негативное влияние системных состояний и внутрисистемных связей активных элементов на конкурентоспособность предприятия. Следовательно, можно утверждать, что традиционный подход к управлению конкурентоспособностью является бессистемным и неадекватным реальному состоянию объектов управления.



И хотя в постсоветской науке проводилось достаточно много исследований по совершенствованию теории и практики управления конкурентоспособностью, о чем свидетельствует множество публикаций по данной проблематике, тем не менее радикальных сдвигов в повышении эффективности управления конкурентоспособностью отечественных предприятий они не привели.

Так, в относительно свежей фундаментальной монографии [3] ее автором предложены системный и стратегический подходы к совершенствованию управления конкурентоспособностью отечественных предприятий, которые на поверку оказались не более чем декларативными по форме и ошибочными по содержанию. Более подробный анализ ошибочности и неконструктивности предложенных подходов будет приведен в докладе.

Системный анализ основных причин неудач в традиционном подходе к управлению конкурентоспособностью отечественных предприятий дает однозначный ответ, что ими являются, как было выше сказано, нарушения системных принципов создания предприятий и системных закономерностей организации их функционирования.

В презентуемых исследованиях автором предлагается подход к совершенствованию управления конкурентоспособностью отечественных предприятий, базирующийся на учете знаний системных принципов и закономерностей и их соблюдения при создании и организации функционирования предприятий как рыночных открытых систем. В докладе будет представлен конструктивный системный подход к управлению конкурентоспособностью ОЭС "Предприятие", суть которого тезисно сводится к следующему.

В опубликованных работах автора [2 – 7] описаны результаты исследований по использованию конструктивного системного подхода в стратегическом управлении и управлении стратегическими изменениями в ОЭС "Предприятие". В основу конструктивного системного подхода положены адекватная системная модель ОЭС "Предприятие", кибернетический метод параметрической идентификации объекта управления, системные иерархические модели оценивания обобщенных системных параметров управляемого объекта в сочетании со слабоформализованными (экспертными) методами оценивания количественных значений дифференцированных системных параметров.

По результатам исследований объекта управления и его функции преобразования входных ресурсов предприятия в конкурентоспособный выход была установлена системная взаимосвязь показателей уровня системной конкурентоспособности предприятия как системы ($U_{OЭС}$) с частными показателями уровней конкурентоспособности продукции ($U_{кп}$), системного состояния ($U_{сс}$) и эффективности деятельности ($U_{эд}$), определяемыми следующим выражением:

$$U_{OЭС} = \sum (k_{кп} \cdot q_{кп} \cdot U_{кп} + q_{сс} \cdot U_{сс} + k_{эд} \cdot q_{эд} \cdot U_{эд}),$$

где $k_{кп}$, $k_{эд}$ – коэффициенты внутрисистемного влияния показателя $U_{сс}$ на частные показатели $U_{кп}$ и $U_{эд}$, соответственно (принимает значения в интервале 0 : 1);

$q_{кп}$, $q_{сс}$ и $q_{эд}$ – коэффициенты системного вклада соответствующих частных показателей в обобщенный показатель $U_{OЭС}$ (определяются из условия нормировки системной целостности и системной равнозначности частных показателей $q_{кп} = q_{сс} = q_{эд} = 1/3$).

Из формулы видно, что на показатель $U_{OЭС}$ влияет не только традиционно оцениваемые показатели $U_{кп}$ и $U_{эд}$, но и дополнительный системный показатель $U_{сс}$. Что же касается взаимного влияния частных показателей, то здесь имеет место одностороннее влияние показателя $U_{сс}$, как формирующего функцию преобразования объекта, на показатели $U_{кп}$ и $U_{эд}$, как выходные системные показатели процесса преобразования, которые обратного влияния на показатель $U_{сс}$ не имеют. А поскольку влияние показателя $U_{сс}$ на последующие два определяется коэффициентами $k_{кп}$, $k_{эд}$, которые для отечественных предприятий (в силу наличия существенных системных нарушений) имеют значения меньше единицы, то значения традиционно определяемых показателей $U_{кп}$ и $U_{эд}$ будут соответственно ниже. Это и наблюдается на практике при их оценивании традиционными методиками, не учитывающими показателя $U_{сс}$ и коэффициентов его влияния $k_{кп}$ и $k_{эд}$.

Таким образом, имея измеренные при помощи предлагаемого системного инструментария количественные значения всех управляемых параметров-факторов объекта, появляется возможность его научного управления с выработкой обоснованных эффективных стратегий и управленческих решений.

Данный системный инструментарий был опробован на аналогичных приложениях студентами магистерских программ в рамках выполнения индивидуальных учебно-исследовательских заданий и показал свою практическую пригодность.

Литература: 1. Кобзев П. М. Стратегическое управление рыночной трансформацией предприятий на базе системного подхода / П. М. Кобзев // Экономика развития. – 2005. – № 1 (32). 2. Кобзев П. М. Концепция параметрической идентификации информационной открытости и рыночных отношений в ОЭС и СЭС / П. М. Кобзев // Экономика развития. – 2010. – № 2(54). 3. Кобзев П. М. Определение уровня системного совершенства предприятия на основе иерархической модели оценочных показателей / П. М. Кобзев // Управления развитием. – 2004. – № 1. 4. Кобзев П. М. Системная модель оценки соответствия структуры предприятия его цели функционирования / П. М. Кобзев // Экономика развития. – 2008. – № 3(42). 5. Коб-

зев П. М. Системно-кибернетический подход к стратегическому управлению системным потенциалом предприятия / П. М. Кобзев // Управління розвитком. – 2006. – № 7. 6. Кобзев П. М. Системная модель для оценки внутренней среды предприятия как объекта стратегических изменений / П. М. Кобзев // Економіка розвитку/ – 2009. – № 3 (51). 7. Кобзев П. М. Параметрическая идентификация открытости организационно-экономических систем как объекта стратегических изменений / П. М. Кобзев // Економіка розвитку. – 2010. – № 3(55). 8. Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління : монографія / Л. І. Піддубна. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2007. – 368 с.

УДК 334.758

Скопенко Н. С.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕГРАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Анотация. Доведено, що підхід до інтеграції компанії повинен бути комплексною системою, яка регламентує весь процес інтеграції, починаючи від визначення стратегічного наміру інтеграції, процесу ухвалення стратегічних рішень та закінчуючи описом конкретних практичних кроків щодо управління та реалізації інтеграційних процесів.

Аннотация. Доказано, что подход к интеграции компании должен быть комплексной системой, которая регламентирует весь процесс интеграции, начиная от определения стратегического намерения интеграции, процесса принятия стратегических решений и заканчивая описанием конкретных практических шагов относительно управления и реализации интеграционных процессов.

Annotation. It is proved that the approach to the integration of the company should be an integrated system which regulates the whole process of integration, ranging from the strategic intentions of the integration, strategic decision-making and finishing of the specific practical steps regarding the management and implementation of integration processes.

Ключові слова: інтегровані об'єднання, інтегровані структури, організаційний проект щодо процесу інтеграції компанії, інтеграційний розвиток підприємства.

Перебудова управління економікою країни в цілому та окремого підприємства вимагає ефективних змін в усіх аспектах господарського механізму та потребує орієнтації на принципи нової економіки – економіки забезпечення загальної якості на основі знань.

Нова економіка – це економіка знань, нових інформаційних технологій, якісних процесів, що забезпечують лідерство суб'єкта управління та конкурентоспроможність товарів і послуг. В умовах нової економіки посилюється глобальна конкуренція на усіх ринках – ринках інтелектуальної власності (нововведень), капіталу, інформації, праці, ресурсів тощо [1].

Найважливішим інструментом підвищення конкурентоспроможності є інтеграційні стратегії розвитку. Інтеграційні процеси характерні як для окремого підприємства, так і для групи підприємств, що утворюють галузь, або для держави в цілому.

Інтегровані об'єднання мають значні конкурентні переваги порівняно зі звичайними організаціями за рахунок реалізації закінченого циклу "наука – інноваційні розробки – інвестиції – виробництво сировини – переробка сировини – виготовлення кінцевого продукту – збут – споживання", мобілізації всіх видів ресурсів та налагодження механізму їх ефективного використання.

У зв'язку з цим особливу актуальність заслугує розробка конкретних методів, шляхів, підходів, рекомендацій на теоретичному та практичному рівнях щодо формування та розвитку інтегрованих об'єднань.

Більшість наукових досліджень із злиття, поглинань та інших способів реструктуризації компаній розглядають лише окремі вузькі питання, наприклад, планування операції інтеграції, оцінка компанії-мішені або інтеграція двох компаній [2; 3].

На думку автора, необхідним є цілісний комплексний підхід до інтеграції підприємств, що дозволяє виявити взаємозв'язок її різних аспектів. Комплексний підхід до інтеграції компаній ілюструє та чітко регламентує весь процес інтеграції, починаючи від визначення стратегічного наміру інтеграції, процесу ухвалення стратегічних рішень і закінчуючи описом конкретних практичних кроків: складання плану реалізації стратегічного рішення, розробки методики реалізації інтеграційних проектів та управління інтеграційним об'єднанням [4; 5].



На думку автора застосування прийомів теорії організаційного проектування дозволяють ефективно створити та/або реформувати інтегровану структуру.

Основними етапами створення інтегрованих структур є [6, с. 8]:

- розробка максимально детального організаційного проекту створення нової інтегрованої структури;
- попереднє узгодження організаційного проекту з основними зацікавленими особами (засновниками, власниками, топ-менеджерами та іншими зацікавленими особами);
- безпосереднє створення нової ІС (практичне здійснення усіх заходів розробленого організаційного проекту);
- виявлення в процесі роботи створеної інтегрованої структури негативних та позитивних особливостей, проведення комплексу заходів щодо вдосконалення розробленого організаційного проекту та нової ІС.

У свою чергу будь-який організаційний проект щодо процесу інтеграції компаній обов'язково повинен включати такі етапи [6]:

1. Розробка загальної концепції побудови інтегрованої структури з детальним описом основних цілей та завдань створення нового формування (визначення галузі та сфери бізнесу, вибір асортименту товарів, робіт, послуг, обґрунтування регіону діяльності створюваного бізнесу).
2. Побудова загальної бізнес-моделі усіх передбачуваних бізнес-процесів нової ІС (опис бізнес-процесів, вибір складу бізнес-одиниць, побудова бізнес-моделі інтегрованої структури).
3. Побудова загальної організаційно-економічної моделі нової інтегрованої структури з визначенням місця та ролі усіх бізнес-одиниць ІС (вибір організаційно-правової форми, побудова організаційно-економічної структури та фінансово-правової схеми інтегрованої структури).
4. Побудова загальної організаційно-управлінської моделі нової інтегрованої структури (вибір та побудова організаційної системи управління ІС, формування організаційно-штатного розпису).
5. Фінансово-економічне забезпечення основних механізмів побудови інтегрованої структури (фінансові потоки в об'єднанні або групі організацій, оцінка загальної вартості процесу створення ІС, що включає витрати на формування організаційного проекту створення нової структури та витрати з безпосереднього здійснення усіх заходів щодо створення ІС).
6. Юридичне забезпечення основних механізмів побудови майбутньої інтегрованої структури (установа юридичних осіб, опис юридичних заходів щодо супроводу угод з придбання, злиття, приєднання (за необхідності з розподілу, виділення, перетворення) юридичних осіб, визначення порядку юридичного оформлення корпоративних відносин, загальні цивільно-правові відносини, трудові відносини, організація документообігу).
7. Кадрове забезпечення основних механізмів побудови інтегрованої структури (організація взаємодії між власниками та найманим управлінським персоналом, формування команди, кадрова політика в організації).
8. Супутнє організаційно-технічне забезпечення створення ІС (технічне забезпечення безпосередньо управлінських процесів, обліку, діловодства, побудова системи управління фінансами, бюджетування, внутрішній і зовнішній фінансовий облік, фінансовий контроль, вибір програмного комплексу, електронної бази даних, технічних засобів підтримки, зв'язку).
9. Практична адаптація нової інтегрованої структури до реалій бізнес-оточення та розроблення шляхів і механізмів поліпшення створеної ІС.

У той же час головною специфікою проектування та планування процесу інтеграції є індивідуальний підхід, тобто будь-які методи можуть бути дієві тільки за умови їх застосування в конкретних умовах з урахуванням індивідуальної специфіки кожної ситуації (особливості мікро- та макросередовища функціонування, специфіка галузі, людського чинника, географічних умов регіону тощо). Тобто найважливішою запорукою успіху є обов'язкове урахування індивідуальної специфіки кожної організаційної структури.

Не зважаючи на те, що кожен проект унікальний, окресливши основні типові етапи проектування створення інтегрованих структур можна за потреби адаптувати його до мети, намірів та завдань конкретного підприємства, холдингу або об'єднання групи організацій, що охоплює відразу декілька галузей з урахуванням організаційних, виробничо-технологічних, економічних, фінансових, юридичних, кадрових складових.

Література: 1. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – [7-е изд., испр. и доп.] – М. : Дело, 2005. – 448 с. 2. Хардинг Д. Искусство слияний и поглощений: Четыре ключевых решения, от которых зависит успех сделки / Д. Хардинг, С. Роуит ; [пер. с англ. Петкевич А. Г.]. – Минск : Гревцов Паблшер, 2007. – 256 с. 3. Баккер Г. Как успешно объединить две компании / Г. Баккер, Д. Хелминк ; [пер. с англ. Т. И. Митасова ; науч. ред. Г. А. Ясницкий, А. Г. Ясницкая]. – Минск : Гревцов Паблшер, 2008. – 288 с. 4. Галпин Т. Полное руководство по слияниям и поглощениям компаний / Т. Дж. Галпин, М. Хэндон ; [пер. с англ.] – М. : Издательский дом "Вильямс", 2005. – 240 с. 5. Депаффилис Д. Слияния, поглощения и другие способы реструктуризации компании. Процесс, инструментарий, примеры из практики, ответы на вопросы / Д. М. Депаффилис ; [пер. с англ.]. – М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2007. – 960 с. 6. Гринтас Я. М. Организационное проектирование и реструктуризация (реинжиниринг) предприятий и холдингов : экономические, управленческие и правовые аспекты : практ. пособ. по управлен. и финанс. консультированию / Я. М. Гринтас. – [2-е изд., доп.]. – М. : Волтерс Клувер, 2008. – 224 с.

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

Анотація. Розглянуто існуючі визначення поняття "фінансова стійкість", охарактеризовано її сутність. Проаналізовано фактори, що впливають на фінансову стійкість підприємства, та проведено їх класифікацію. Доведено необхідність інформації про фінансову стійкість підприємства для різних категорій користувачів.

Аннотация. Рассмотрены существующие определения понятия "финансовая устойчивость", охарактеризована ее сущность. Проанализированы факторы, которые влияют на финансовую стойкость предприятия, и проведено их классификацию. Доказано необходимость информации о финансовой устойчивости предприятия для разных категорий пользователей.

Annotation. Existent determinations of concept "financial firmness" and its essence are considered. Factors which influence on financial firmness of enterprise and their classification are analyzed. The necessity of information about financial firmness of enterprise for the different categories of users is grounded.

Ключові слова: фінансова стійкість, економічна стійкість, фінансові ресурси, фактори впливу на фінансову стійкість, фінансовий стан підприємства.

У ринковій економіці важливим для будь-якого підприємства є забезпечення його стійкого становища на ринку, яке створюється за допомогою постійного розвитку, підвищення ефективності та прибутковості діяльності. Характеристика та аналіз діяльності неможливі без визначення достатності забезпечення ресурсами, зокрема фінансовими, раціональності їх розподілу та використання й оптимізації їх кількості та структури. Відповіді на ці питання надає аналіз фінансової стійкості підприємства. В існуючих літературних джерелах автори не мають єдиної думки у визначенні поняття "фінансової стійкості".

Метою статті є визначення сутності поняття "фінансова стійкість" як економічної категорії. Задля досягнення поставленої мети було вирішені такі завдання: ознайомитись та проаналізувати існуючі визначення поняття "фінансова стійкість", визначити фактори, які вливають на фінансову стійкість підприємства, розглянути категорії користувачів інформацією фінансового аналізу.

Питання фінансової стійкості та її аналізу висвітлили у своїх працях такі науковці, як: Литвин Б. М., Стельмах М. В., Вехова А. А., Кошева І. П., Канке А. А., Савицька Г. В., Банк В. Р., Банк С. В., Тараскіна А. В., Гіляровська Л. Т., Селезеннова Н. Н., Іонова А. Ф., Шеремет О. О., Салига С. Я., Даций Н. В., Мец В. О., Соколов Ю. А., Балабанова Н. В. та ін.

У літературі існують такі визначення фінансової стійкості. Литвин Б. М. та Стельмах М. В. визначають фінансову стійкість як "такий стан фінансових ресурсів підприємства, їх розподіл та використання, що забезпечують йому незалежність від зовнішніх джерел фінансування" [1]. Салига С. Я., Даций Н. В. визначають так: "Фінансова стабільність – це стабільність фінансового становища підприємства, що забезпечується достатньою часткою власного капіталу у складі джерел фінансування" [2]. Фінансову стійкість як "такий стан фінансових ресурсів, при якому підприємство, вільно маневруючи грошовими коштами, здатно шляхом їх ефективного використання забезпечити безперервний процес виробничо-торгівельної діяльності, а також затрати на його розширення та оновлення", – визначає Шеремет О. О. [3]. Російські автори Селезеннова Н. Н. та Іонова А. Ф. у своєму посібнику надають таке визначення: "фінансова стійкість – це такий стан фінансових ресурсів організації, їх розподіл та використання, який забезпечує їй розвиток на основі зростання прибутку та капіталу, при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності в умовах допустимого рівня ризику" [4]. Савицька Г. В. розуміє під фінансовою стійкістю здатність суб'єкта господарювання функціонувати та розвивати, свої активи і пасиви" [5]. Гіляровська Л. Т., Вехова А. А., Кошева І. П. та Канке А. А. розуміють під фінансовою стійкістю "складний, багатогранний стан рахунків організації, який забезпечує їй постійну платоспроможність" [6; 7]. Мец В. О. у навчальному посібнику надає таке визначення фінансової стабільності: "це характеристика фінансового стану підприємства, пов'язана зі ступенем залежності від кредиторів та інвесторів і характеризується співвідношенням власних та залучених коштів" [8]. Банк В. Р., Банк С. В. і Тараскіна А. В. під фінансовою стійкістю розуміють "результат наявності певного запасу міцності, що захищає підприємство від випадковостей та різких змін зовнішніх факторів" [9]. У зарубіжній економічній літературі оцінка фінансової стійкості підприємства визначається його фінансовою незалежністю [10]. Вона пов'язана із загальною фінансовою структурою підприємства, мірою його залежності від кредиторів та інвесторів. Фінансова стійкість у довгостроковому розгляді характеризується відношення власних і запозичених коштів.

Розглядаючи фінансову стійкість з позиції загальної стійкості, вона є складовою економічної стійкості підприємства [11]. Її метою є забезпечення фінансовими ресурсами діяльності підприємства



тва, оптимізація їх структури та управління ними, урегулювання фінансових відносин, які виникають під час розрахунків з іншими суб'єктами господарювання та ін. Таким чином, фінансова стійкість носить забезпечувальний характер і тому є провідною у структурі економічної стійкості, адже в ринкових умовах фінанси є основою економічної системи.

Виходячи з вищенаведеного, фінансова стійкість – це складова економічної стійкості підприємства; стан фінансових ресурсів підприємства, їх структури, розподілу та використання, який забезпечує достатній рівень платоспроможності та незалежності підприємства від кредиторів та інвесторів, а також сприяє його постійному стабільному розвитку в умовах змінного навколишнього середовища.

На фінансову стійкість підприємства як показник ефективності його діяльності впливають різні фактори. У сучасних джерелах [1 – 10] існує така класифікація факторів, що впливають на фінансову стійкість: за місцем виникнення (зовнішні та внутрішні); за важливістю результатів (основні та другорядні); за структурою (прості та складні); за часом дії (постійні тимчасові). Розглянемо більш детально внутрішні фактори впливу на фінансову стійкість підприємства. Внутрішні фактори, на відміну від зовнішніх, знаходяться у зоні впливу підприємства. Внутрішні фактори доцільно класифікувати за їх сутністю на три групи, які представлені на схемі (рисунок).

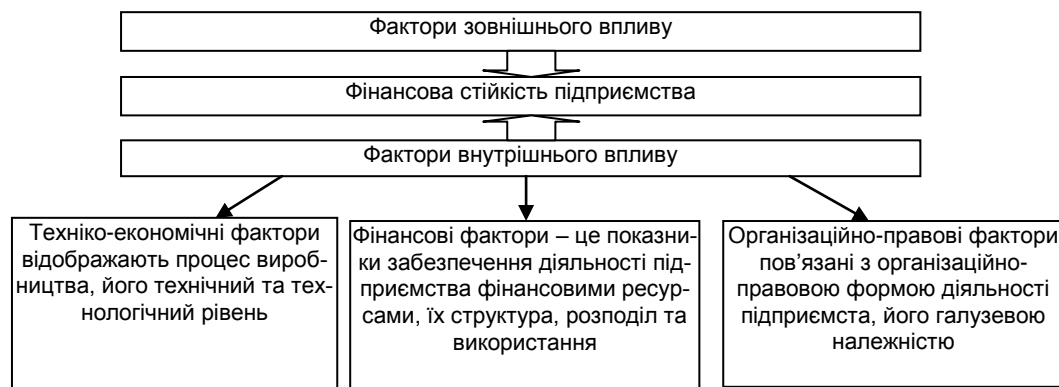


Рис. Класифікація факторів впливу на фінансову стійкість підприємства

Інформація з приводу оцінки та аналізу економічної, а зокрема фінансової, стійкості підприємства є важливою для управління його діяльністю, оскільки надає необхідні дані для користувачів, які регулюють або контролюють його діяльність. До них відносяться: держава та її виконавчі органи, робітники підприємства, контрагенти (покупці, замовники, постачальники, підрядники), комерційні банки, інвестори, власники підприємства, дирекція підприємства. Так, аналіз фінансової стійкості надає інформацію про прибутковість підприємства, ризик банкрутства, забезпеченість зобов'язань, надійність підприємства як партнера, кредитоспроможність, забезпеченість власним капіталом, доцільність вкладення інвестицій, платоспроможність у короткостроковій та довгостроковій перспективі.

Таким чином, фінансова стійкість підприємства є одним з провідних показників фінансового стану та раціональності використання фінансових ресурсів підприємством. Тому надані визначення терміна, внутрішні фактори впливу та їх класифікація можуть використовуватися для подальшого дослідження фінансової стійкості.

Наук. керівн. Литвиненко А. О.

Література: 1. Литвин Б. М. Фінансовий аналіз : навч. посібн. для студ. вищ. навч. закладів / Б. М. Литвин, М. В. Стельмах. – К. : Хай-Тек Прес, 2008. – 335 с. 2. Фінансовий аналіз : навч. посібн. для студ. вищ. навч. закладів / [С. Я. Салига, Н. В. Дацій, С. О. Корецька та ін.]. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 209 с. 3. Шеремет О. О. Фінансовий аналіз : навч. посібник / О. О. Шеремет. – К. , 2005. – 196 с. 4. Селезнева Н. Н. Финансовый анализ. Управление финансами : учебн. пособие для вузов / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 639 с. 5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности в зарубежных странах : практикум / Г. В. Савицкая, Л. С. Воскресенская, С. Г. Жоровин. – Мн. : БГЭУ, 2004. – 62 с. 6. Гиляровская Л. Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческого предприятия / Л. Т. Гиляровская, А. А. Вехорева. – СПб. : Питер, 2003. – 249 с. 7. Канке А. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / А. А. Канке, И. П. Кошева. – М. : ИД "ФОРУМ" ; ИНФРА-М, 2007. – 288 с. 8. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства : навч. посібн. для студ. екон. спец. вищ. навч. закладів / В. О. Мец. – К. : Вища школа, 2003. – 278 с. 9. Банк В. Р. Финансовый анализ : учебное пособие / В. Р. Банк, С. В. Банк, А. В. Тараскина. – М. : Проспект, 2006. – 344 с. 10. Соколов Ю. А. Финансовая устойчивость с позиции оценки финансовых рисков / Ю. А. Соколов, Н. В. Балабанова ; Иван. гос. хим.-технолог. ун-т. – Иваново, 2008. – 94 с. 11. Ареф'єва О. В. Економічна стійкість підприємства: сутність, складові та заходи з її забезпечення / О. В. Ареф'єва // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 8. – С. 83–90.

НЕОБХІДНІСТЬ ОПТИМІЗАЦІЇ РУХУ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Анотація. Виділено основні аспекти фінансово-господарчої діяльності підприємства, які залежать від ефективності організації грошових потоків. Визначено взаємозв'язок між суб'єктами господарської діяльності з позиції руху грошових потоків підприємства.

Аннотация. Выделены основные аспекты финансово-хозяйственной деятельности предприятия, которые зависят от эффективности организации денежных потоков. Определена взаимосвязь между субъектами хозяйственной деятельности с позиции движения денежных потоков предприятия.

Annotation. The basic aspects of financially-economic activity of enterprises which depended on efficiency of money streams organization are picked out. Intercommunication between the subjects of economic activity from position of money streams motion of enterprise is also identified.

Ключові слова: грошовий потік, організація грошових потоків, фінансово-господарча діяльність підприємства, оптимізація грошових потоків.

Подана тема є актуальною, оскільки грошові потоки становлять основу розрахунків та платежів підприємства на всіх стадіях господарської діяльності. Тож від їх організації залежить платоспроможність підприємства, тобто здатність виконувати свої платіжні зобов'язання. Довготривалі порушення платоспроможності підприємства є підставою для порушення справи про банкрутство та припинення господарської діяльності. Отже, задля успішної фінансово-господарчої діяльності підприємства необхідно оптимізувати рух грошових потоків, що є особливо важливим у сучасних умовах економічної нестабільності.

Метою статті є визначення основних аспектів господарської діяльності, які безпосередньо пов'язані з ефективністю організації грошових потоків на підприємстві.

Особливості грошових потоків на підприємстві вивчалися у працях зарубіжних і вітчизняних науковців, таких, як Бланк І. О., Гриньова В. М., Гринківська О. В., Коюда В. О., Б. Коллас [1 – 5]. Бланк І. О. класифікує грошовий потік як стійку сукупність розподілених за часом фактів надходження або вибуття грошових коштів та їх еквівалентів, що генеруються суб'єктом господарювання в результаті здійснення ним операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Грошові потоки, генеровані суб'єктом господарювання протягом певного періоду, що аналізується, формують грошовий потік, який визначається як сукупний грошовий потік підприємства [1].

Грошові потоки на підприємстві – виявлення сутності грошей у русі. Вони охоплюють процеси розподілу й обміну [2].

Образно грошовий потік можна представити як систему "фінансового кровообігу" господарського організму підприємства [4].

Взаємозв'язок між суб'єктами господарської діяльності з позиції руху грошових потоків підприємства наведено на рисунку.

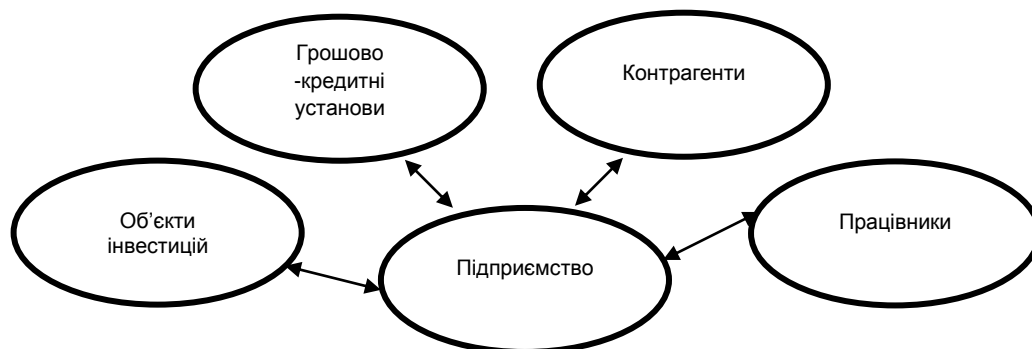


Рис. Схема руху грошових коштів у процесі господарчої діяльності підприємства

З рисунка видно, що усі суб'єкти підприємницької діяльності взаємопов'язані між собою грошовими потоками. А отже, на обсяг і структуру грошового потоку на підприємстві впливають стадії виробництва та споживання. Тривалий виробничий процес, який потребує збільшення



виробничих запасів, призводить до збільшення платежів, пов'язаних з їх придбанням. Зростання трудомісткості продукції збільшує платежі, пов'язані з оплатою праці. Прямі і зворотні зв'язки між виробництвом та споживанням здійснюються через стадії розподілу й обміну за допомогою грошового обороту [4].

Особливе місце займає грошовий потік у процесі реалізації продукції. За товарного виробництва продукт окремого виробника, призначений для споживання іншим суб'єктом господарювання, може дійти до споживача і дати право виробнику на отримання іншого продукту тільки після його оплати [4].

Потік грошей супроводжує обмін товарів і послуг, коли здійснюється оплата за товар і гроші переходять від покупця до продавця. У загальній грошовій масі розрізняють активні гроші, які в даний момент беруть участь в обороті, і пасивні (кошти на рахунках суб'єктів господарювання, громадських організацій, кошти населення, інші фонди накопичення і зберігання), що є лише потенційним платіжним засобом. Отже, маса грошей, яка перебуває в обороті, завжди буде меншою за загальну кількість грошей на суму грошових фондів накопичення і зберігання. Останні постійно залучаються в активний грошовий оборот [4].

Таким чином, організація грошових потоків на підприємстві прямим чином впливає на такі фінансові показники та процеси:

- Ефективна організація грошових потоків забезпечує фінансову рівновагу підприємства у процесі його стратегічного розвитку. Темпи його розвитку, фінансова стійкість підприємства значною мірою визначається тим, наскільки різні види потоків грошових коштів синхронізовані між собою за обсягами і часом.

- Раціональне формування грошових потоків сприяє підвищенню ритмічного здійснення операційного процесу підприємства. Будь-який збій у здійсненні платежів негативно відображається на формуванні виробничих запасів сировини і матеріалів, рівня продуктивності праці, реалізації готової продукції та ін. У той самий час ефективно організовані грошові потоки підприємства підвищують ритмічність здійснення операційного процесу, забезпечують зростання обсягів виробництва та реалізації його продукції.

- Вивірена організація грошових потоків дозволяє скоротити потребу підприємства в позиковому капіталі.

- Коригування грошових потоків може забезпечити більш раціональне та економне використання власних фінансових ресурсів, що формуються з внутрішніх джерел, знизити залежність темпів розвитку підприємства від залучених кредитів. Особливу актуальність цей аспект керування грошовими потоками набуває для підприємств, що знаходяться на ранніх стадіях свого життєвого циклу, доступ яких до зовнішніх джерел фінансування досить обмежений.

- Оптимізація грошових потоків є важливим фінансовим важелем забезпечення прискорення обороту капіталу підприємства. Цьому сприяє скорочення тривалості виробничого і фінансового циклів, а також зниження потреби в капіталі, що обслуговує господарську діяльність підприємства. Прискорюючи за рахунок оптимізації грошових потоків оборот капіталу, підприємство забезпечує зростання суми прибутку.

- Ефективна організація грошових потоків забезпечує зниження ризику неплатоспроможності підприємства. Навіть у підприємств, що успішно здійснюють господарську діяльність і виробляють достатню суму прибутку, неплатоспроможність може виникати як наслідок незбалансованості різних видів грошових потоків у часі. Синхронізація надходження і виплат грошових коштів дозволяє вилучити цей фактор виникнення його неплатоспроможності.

- Ефективне використання тимчасово вільних залишків грошових коштів у складі оборотних активів, а також інвестиційних ресурсів, що накопичуються у процесі здійснення фінансових інвестицій, дозволяють підприємству отримувати додатковий прибуток, що генерується безпосередньо його грошовими активами [4].

Таким чином, можна зробити висновок щодо необхідності оптимізації грошових потоків на підприємстві. Оскільки грошові потоки забезпечують здійснення господарської діяльності підприємства практично у всіх його аспектах – ефективно організовані грошові потоки підприємства є найвагомішою ознакою його фінансового здоров'я, засобом досягнення високих кінцевих результатів його господарської діяльності в цілому. Саме тому оптимізація грошових потоків на підприємстві становить один з пріоритетних напрямів діяльності підприємства задля його успішної фінансово-господарської діяльності.

Наук. керівн. Литвиненко А. О.

Література: 1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2006. – 129 с. 2. Гриньова В. М. Фінанси підприємств : навчальний посібник / В. М. Гриньова, В. О. Коюда. – К. : Знання-Прес, 2004. – 152 с. 3. Гринківська О. В. Дослідження грошових потоків від інвестиційно-фінансової діяльності підприємств / О. В. Гринківська, О. В. Прокопець // Економіка та управління підприємствами. – 2010. – № 5. – С. 69–73. 4. Древаль Л. В. Економічна сутність грошових коштів та грошових потоків у господарській діяльності підприємства / Людмила Вікторівна Древаль // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2009. – № 9. – С. 30–32. 5. Коллас Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции, методы / Б. Коллас. – М. : Финансы, Юнити 2006. – 576 с.

ОСНОВНІ "ЗАСОБИ" ЧИ "ФОНДИ"?

Анотація. Виявлено, що у сфері економічної ефективності основних засобів оперують такими економічними термінами, як "основні засоби", "основні фонди", "капітал".

Аннотация. Вывявлено, что в сфере экономической эффективности основных средств оперируют такими экономическими терминами как "основные средства", "основные фонды", "капитал".

Annotation. It is considered that in the sphere of fixed assets economic efficiency such terms as "fixed assets", "fixed funds", "capital" are used.

Ключові слова: основні засоби, основні оренди, виробничий капітал, капітальні вкладення, виробнича діяльність сільськогосподарського підприємства.

Для здійснення виробничої діяльності сільськогосподарським підприємствам потрібні основні засоби або, інакше кажучи, засоби праці. Від предметів праці вони відрізняються тим, що беруть участь у виробництві протягом кількох років, зберігаючи при цьому свою натуральну форму і фізичні властивості. Засоби праці зношуються поступово, а отже, переносять свою вартість на виробництво продукції частинами.

Метою дослідження є науково обґрунтоване визначення економічного змісту основних засобів. Для досягнення поставленої мети потрібно уточнити економічну сутність і визначення поняття "основні засоби", його відмінність від економічних категорій "основні фонди" і "капітал".

Не секрет, що причиною багатьох проблем господарських відносин є суперечності в тлумаченні економічних термінів. Така ситуація, перш за все, пов'язана з неточністю визначення термінів у законодавстві.

У процесі дослідження даного питання виявлено, що у сфері економічної ефективності основних засобів оперують такими термінами, як "основні засоби", "основні фонди", "капітал".

Під "основними засобами" розуміють матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [1].

Під основними засобами слід розуміти активи підприємства, які беруть участь у декількох операційних циклах, не втрачаючи при цьому матеріально-речових ознак, переносять свою вартість на новостворену продукцію частинами у вигляді нарахованої амортизації, термін корисного використання яких становить більше одного року та від використання яких підприємство очікує отримати економічну вигоду.

Під "основними фондами" слід розуміти економічну форму функціонування знарядь праці, які знаходяться в умовах певного способу виробництва і відносин власності, мають строк служби більше одного року, поступово споживаються у процесі виробництва, поступово переносять свою вартість на створений продукт у розмірі амортизаційних відрахувань [1].

Процес відшкодування вартості основних фондів відбувається у процесі їх кругообігу. Цикл відтворення основних фондів відображає період часу, протягом якого відбувається процес відшкодування споживчої вартості основних фондів.

При цьому основні фонди, які безпосередньо впливають на предмет праці (інструменти, устаткування, машини тощо), називають активною частиною основних фондів. Основні фонди, які забезпечують процес виробництва (будинки, спорудження і т. д.), відносять до їхньої пасивної частини. У свою чергу, у випадку їхньої участі у виготовленні продукції активні й пасивні основні фонди називаються виробничими основними фондами. Причому саме основні виробничі фонди визначаються вітчизняним податковим законодавством основними фондами [2].

Крім строку використання в 365 календарних днів (фактично рік) вартості більше 1 000 грн, визначення терміна "основні фонди" згідно з пп. 8.2.1 ст. 8 Закону про прибуток збігається з економічним його розумінням, насамперед як матеріальних цінностей. Але якщо такі матеріальні цінності не використовуються в господарській діяльності в розумінні податкового законодавства, то основними фондами вони вже не вважаються, а відповідно до пп. 8.1.4 ст. 8 Закону про прибуток визнаються "невиробничими фондами" [3].

У такому визначенні простежується ще одна особливість податкового законодавства, що визнає фондами тільки матеріальні цінності з терміном служби не менше року. Однак невиробничими фондами можуть бути не тільки вони, але й матеріальні цінності, які використовуються протягом періоду менше року й тому називаються оборотними фондами. Це є ще одним підтвердженням то-



го, що застосування терміна "основні фонди" винятково в його тлумаченні податковим законодавством є помилковим.

Власне кажучи, те, що "основні фонди" – це натурально-речовинна форма засобів праці, а "основні засоби" – це їхнє вираження у вартісному вираженні, в економічній теорії і є відмінністю в розумінні цих термінів. На жаль, у вітчизняному законодавстві така відмінність не простежується.

У визначенні терміна "основні засоби", передбаченому п. 4 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7, відсутнє яке-небудь згадування про вартісне вираження матеріальних активів, які признаються основними засобами. Але, можливо, це зроблено тому, що зазначення на засоби в цьому випадку вже саме по собі містить поняття вартості [4].

Швидше за все в законодавчому викладі термінів "основні фонди" і "основні засоби" у суворій відповідності з їхнім розумінням в економічній теорії, так само як і в податково-обліковому поділі, немає необхідності.

Основні засоби є частиною виробничого (інвестованого) капіталу. Саме тому основні засоби називають "капіталом". В економічній теорії основними засобами прийнято вважати капітальні вкладення, що беруть участь у виробництві протягом тривалого строку, які обчислюються в грошовому, вартісному вираженні. Строк їх функціонування визначається термінами та інтенсивністю експлуатації обладнання, будівель, споруд тощо.

Проте в бухгалтерському обліку термін "основні фонди" не тільки може, але і повинен застосовуватися одночасно з терміном "основні засоби".

Особливої відмінності між ними немає, й використовуються вони відносно одних і тих же об'єктів.

З вищенаведеного можна зробити висновок, що терміни "основні фонди" і "основні засоби" можна застосовувати в економічному аналізі, бо як економічна категорія вони є частиною основного капіталу, яка і виступає у формі засобів праці.

Література: 1. Основні засоби або основні фонди – як правильно? // Бухгалтерія : збірник систематизованого законодавства. – 2007. – № 2. – С. 11–13. 2. Об'єкт як одиниця обліку основних засобів // Бухгалтерія : збірник систематизованого законодавства. – 2007. – № 2. – С. 20–25. 3. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" № 283/97-ВР від 22.05.97 р. (із змінами і доповненнями) // Бухгалтерія : збірник систематизованого законодавства. – 2008. – № 1. – С. 3–10. 4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 7 "Основні засоби", затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92 // Бухгалтерія : збірник систематизованого законодавства. – 2008. – № 1. – С. 36–38.

Мазко М. І.

УДК 332.143

ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Анотація. Розглянуто особливості інформаційного забезпечення регіонального рівня управління та запропоновано можливі шляхи його удосконалення.

Аннотация. Рассмотрены особенности информационного обеспечения регионального уровня управления и предложены возможные пути его усовершенствования.

Annotation. The features of the informative providing for regional level of management are considered and the possible ways of its improvement are offered.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, регіональний рівень управління, маркетингово-інформаційна система, інформаційна база.

У сучасних ринкових умовах господарювання гостро постає проблема пошуку способів якісного управління інформаційними ресурсами та створення єдиного інформаційного простору для забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку. Особливо це стосується регіонального рівня, оскільки саме місцеве самоврядування набуває все більшого значення на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки. Цій проблемі присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених [1 – 4 та ін.], у яких розглянуто теоретико-методологічні та прикладні основи інформаційного забезпечення саме на регіональному рівні. Разом з тим частина аспектів потребують подальшого детального

© Мазко Т. І., 2010

розгляду та аналізу. Згідно з Законом України "Про інформацію" [5] інформація державних органів та органів місцевого самоврядування визначається як один з основних об'єктів інформаційних відносин у суспільстві та державі. Обов'язок цих органів полягає в інформуванні про свою діяльність та прийнятті рішення як гарантії права на інформацію. Цим законом закріплені також способи доведення відомостей до зацікавлених осіб: опублікування їх в офіційних друкованих виданнях або поширення інформаційними службами; опублікування у друкованих ЗМІ або публічне оголошення через аудіо- та аудіовізуальні засоби масової інформації; оголошення під час публічних виступів посадових осіб, а також безпосереднє доведення інформації до зацікавлених осіб (усно, письмово).

Разом з тим слід підкреслити й наявність певних прогалин, а саме не визначено, які саме відомості та в якому обсязі про роботу органів місцевого самоврядування, з яких питань в обов'язковому порядку мають доводитися до відома населення, неконкретизовані форми та засоби інформування, що ускладнює процес взаємодії та взаємовідносин суб'єктів ринку. Усе це негативно позначається на тому, як функціонує та розвивається система інформаційного забезпечення регіону.

Інформаційна система регіону повинна надавати можливості кожному суб'єкту місцевого самоврядування оперативно одержувати точну, достовірну, адекватну і достатню інформацію з мінімальними витратами часу і засобів відповідно до їх завдань, повноважень та інтересів (рисунок). Для цього вона повинна формуватися (або реформуватися) на таких принципах, як: орієнтація на потреби споживача, доступність, функціональна повнота, відповідність міжнародним інформаційним стандартам, методикам й інструментарію, відкритість, забезпечення зворотного зв'язку, надійність і певна конфіденційність.

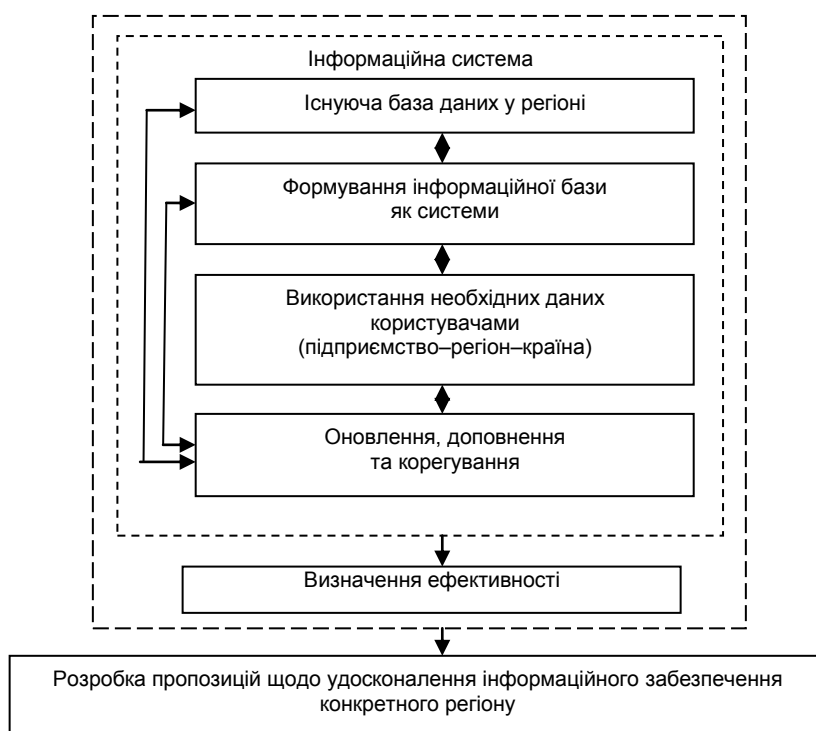


Рис. Складові інформаційної системи

Варто відзначити, що ідеальної системи інформаційного забезпечення не існує і тому головною завданням – трансформувати її таким чином, щоб вона виконувала всі основні завдання, ефективно функціонувала, задовольняла потреби суб'єктів ринку та забезпечувала розвиток регіону-країни у пріоритетному напрямку. Одним з основних напрямків ефективного інформаційного забезпечення є формування маркетингової інформаційної системи (МІС), основна мета якої – формування й оновлення, збереження й передача потрібної інформації, що використовується комп'ютерною інформаційною технологією, для прийняття адекватних управлінських рішень і виробництва інформаційних продуктів [6 – 8]. Тому побудова такої системи є актуальною на всіх рівнях управління.

Функціонування МІС повинно забезпечувати поєднання таких принципів: централізації (національні бази даних тощо) та децентралізації (розвиток інформаційних потоків на обласних та районних рівнях) інформаційних систем; інтеграція новітніх і традиційних інформаційних та комунікаційних технологій; адаптація інформаційних систем до потреб різних груп користувачів; стандартизація й уніфікація інформаційних систем на всіх рівнях з урахування регіональних та галузевих відмінностей; забезпечення об'єктивних інформаційних потоків як знизу-вверх, так і в зворотному напрямку; створення відчуття залучення щодо спільної роботи в основних груп учасників; необхідність інтегрування з традиційними засобами поширення інформації для реалізації зворотного зв'язку; створення стимулів для співпраці між продуцентами інформації, її перетворювачами та поширювачами.



Для організаційної підтримки функціонування та розвитку МІС регіону необхідним також, на думку автора, є визначення структури, яка виконуватиме функцію координації та регулювання інформаційного забезпечення, адже результативність діяльності знаходиться у прямій залежності від скоординованості дій щодо встановлення зв'язків та взаємообміну необхідною інформацією на рівні країна–галузь–регіон–підприємство. На сьогодні законодавством така структура не визначена, що призводить до розрізненості між організаційними структурами, унеможлиблює їх співпрацю, породжує дублювання робіт щодо пошуку інформаційних ресурсів, їх збереження тощо, що в кінцевому результаті позначається на розвитку окремого регіону та країни в цілому. Основними завданнями такої структури, на думку вчених [1 – 3 та ін.] та на погляд автора статті, мають бути: розробка та підтримка баз даних, інформаційно-аналітичної системи моніторингу соціально-економічних показників розвитку територіальної одиниці; активна участь у регулюванні обміну інформацією між учасниками ринку; сприяння розвитку маркетингових засад у регіональній економіці та серед суб'єктів підприємництва; інформаційно-консультаційна та маркетингова підтримка суб'єктів підприємництва; інформування громадськості про події, стан та розвиток території регіону і України.

Отже, інформаційне забезпечення – один із важливих та необхідних інструментів, використання якого сприятиме розвитку як економічної, так і соціальної сфери територіальної одиниці. Заходи з удосконалення інформаційного забезпечення регіону вбачаються у: підтримці з боку держави у вигляді розробки правового забезпечення зазначеного напрямку; створенні розвиненої інфраструктури, що буде ефективно функціонувати; формуванні інформаційної системи банку даних та її територіальної структури; централізації інформації та визначенні координуючого органу. Упровадження запропонованих та інших заходів сприятиме, на думку автора, налагодженню дієвих інформаційних відносин між всіма структурами місцевого самоврядування з метою скоординованості їх дій у вирішенні питань регіонального розвитку.

Визначені напрямки щодо удосконалення інформаційного забезпечення регіону потребують подальшого детального розгляду, розробки шляхів їх реалізації та обґрунтування результатів упровадження щодо розвитку й удосконалення інформаційного забезпечення системи маркетингу на рівні країни→регіону→підприємства.

Література: 1. Гомольська В. Регіональний маркетинг як засіб підвищення інвестиційної привабливості територій / В. Гомольська // Регіональна економіка. – 2006. – № 4. – С. 158–164. 2. Дейнека О. І. Шляхи вдосконалення використання маркетингових інструментів підвищення конкурентоспроможності регіону / О. І. Дейнека // Регіональна бізнес-економіка та управління. – 2007. – № 1(13). – С. 61–67. 3. Довгий С. О. Засади регіональної інформатизації : монографія / С. О. Довгий, О. В. Копійка, Ю. Т. Черепін. – К. : ВПЦ "Тираж", 2004. – 304 с. 4. Фактори і механізми забезпечення конкурентоспроможності регіону : наукова доповідь / НАН України "Інститут регіональних досліджень"; наук. ред. д. е. н., проф. П. Ф. Беленський. – Львів, 2005. – 416 с. 5. Закон України "Про інформацію" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua. 6. Балабанова Л. В. Информационное обеспечение обоснования управленческих решений в условиях маркетинговой ориентации предприятия : монографія / Л. В. Балабанова, Т. И. Алачева. – Донецк : ДонГУЭТ им. Туган-Барановского, 2003. – 143 с. 7. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебн. пособ. / И. К. Беляевский – М. : Финансы и статистика, 2004. – 320 с. 8. Мельник Л. Г. Экономика информации и информационные системы предприятия : учебн. пособ. / Л. Г. Мельник, С. Н. Ильяшенко, В. А. Касьяненко. – Сумы : ИТД "Университетская книга", 2004. – 400 с.

Коршунов Є. А.

УДК 658.51:330.131.7

РИЗИК-ПІДХІД ДО ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Обґрунтовано ризик-підхід до планування витрат від операційної діяльності промислових підприємств. Визначено його актуальність та практичне значення для впровадження у діяльність промислових підприємств.

Анотация. Обоснован риск-подход к планированию расходов от операционной деятельности промышленных предприятий. Определена его актуальность и практическое значение для внедрения в деятельность промышленных предприятий.

© Коршунов Є. А., 2010

Annotation. The risk approach to the planning of expenditure from operating activities of industrial enterprises is justified. Its relevance and practical importance for the implementation of the activities of industrial enterprises are determined.

Ключові слова: планування витрат, операційна діяльність, ризик-підхід, ризик, класифікація ризиків; метод аналізу ієрархій.

Теорія та практика планування діяльності промислових підприємств в Україні знаходиться у складній ситуації. Накопичений у минулому досвід є неприйнятним для сучасних економічних умов, тому що він не враховував наслідки кризових економічних умов, різкого і неочікуваного падіння обсягів виробництва, загублення замовників, з якими раніше підприємства працювали стабільно. Саме тому українським підприємствам потрібен свій підхід до планування – ризик-підхід, який би враховував різке падіння обсягів виробництва, виручки від реалізації продукції, зв'язків із постійними замовниками, загублення ринків збуту продукції та, насамперед, повинен мати можливість у досить жорстких умовах здійснення діяльності знайти альтернативний напрямок функціонування та розвитку підприємства. Усе перелічене вище має прямий вплив на витрати від операційної діяльності промислових підприємств. Що стосується планування, то воно розглядається автором як головний інструмент оптимізації витрат промислових підприємств.

Питання методичних і методологічних розробок у сфері планування в різні часи підіймали у своїх працях такі вчені: Беседін В. С., Гриньова В. М., Коршунов В. І., Тарасюк Г. М., Орлов О. О., Ястремська О. М. та ін. [1 – 4].

Мета дослідження – обґрунтування ризик-підходу до планування витрат від операційної діяльності промислових підприємств, який би враховував ризики операційної діяльності ще до їх можливої появи.

Під ризиком розуміється можлива небезпека втрат. Як економічна категорія ризик становить подію, що може відбутися або не відбутися. Можливі три економічних результати такої події: негативний (програв, збиток), нульовий, позитивний (виграш, вигода, прибуток). Ризик необхідно планувати, тобто використовувати різні заходи, які дозволяють певною мірою спрогнозувати настання ризикової події, і відповідно вжити заходів, котрі б були направлені на зниження ризику й рівня витрат, який він може спричинити підприємству. Ефективність організації планування ризику багато в чому визначається класифікацією ризику.

Комерційний ризик виникає у процесі реалізації вироблених підприємством товарів з таких причин: зниження обсягу реалізації внаслідок зміни кон'юнктури ринку, підвищення ціни товару, втрати товару у процесі його реалізації, підвищення витрат реалізації, втрата ринків збуту.

Фінансовий ризик виникає у процесі відносин підприємства з банками та іншими фінансовими установами. Він вимірюється найчастіше відношенням позикових коштів до власних. Наприклад, чим вище відношення позикових коштів підприємства до власних, тим більшою мірою його операційна діяльність залежить від кредиторів, тим більше і фінансовий ризик, тому що припинення кредитування або жорсткість умов кредиту у кризових умовах тягне за собою зупинку виробництва через відсутність у підприємства можливості поповнення власних обігових коштів.

Більш докладно хотілося б зупинитися на виробничому ризикі. Виробничий ризик пов'язаний з випуском продукції. Серед найбільш важливих причин його виникнення слід виділити таке: можливе зниження обсягів виробництва, зростання матеріальних витрат, інших операційних витрат, перспектива неотримання або несвоєчасного отримання грошових коштів за відвантаженою продукцією, відмова замовників від отриманої та оплаченої продукції або ризик повернення, зрив укладених угод щодо надання позик, кредитів.

Перелік найбільш істотних ризиків, які впливають на рівень витрат від операційної діяльності промислових підприємств, наведено у таблиці.

Таблиця

Перелік ризиків

Причина виникнення ризику	Результат впливу
1	2
Віддаленість транспортних вузлів	Додаткові витрати на створення під'їзних шляхів, підвищені транспортні витрати
Рівень платоспроможності	Збільшення обсягу позикових коштів і зниження прибутку через сплату відсотків
Несвоєчасне постачання матеріалів, комплектуючих виробів	Збільшення термінів виробництва і, відповідно, сплата пені замовникам
Нестійкість попиту на вироблену продукцію	Зменшення попиту і зростання ринкових цін
Поява альтернативного виробу	Зменшення попиту
Зменшення цін конкурентами	Зменшення виручки від реалізації
Зростання продуктивності у конкурентів	Зменшення обсягу реалізації і зменшення виручки від реалізації
Зниження платоспроможності покупців	Зниження обсягу реалізації
Зростання цін на сировину, матеріали, комплектуючі вироби, транспортні перевезення	Зменшення виручки від реалізації за рахунок зростання цін
Залежність від постачальників, відсутність альтернативи	Зменшення виручки від реалізації за рахунок зростання цін

1	2
Труднощі з набором кваліфікованої робочої сили	Зниження ритмічності виробництва, зростання простоїв
Недостатній рівень заробітної плати	Плинність кадрів, зниження продуктивності праці
Зношеність обладнання	Зростання витрат на ремонт
Низька якість сировини, що поставляється	Зменшення обсягів виробництва внаслідок переналадження обладнання, зниження якості виробленої продукції

Щоб здійснювати контроль над наведеними в таблиці ризиками і шукати напрями їх мінімізації та недопущення, автор пропонує керівництву промислових підприємств здійснювати ефективний менеджмент їх планування. Роль планування в даній ситуації полягає в орієнтовній оцінці того, які ризики для них найбільш вірогідні, і що вони за собою тягнуть. Для цього необхідно зробити таке:

- виявити повний перелік можливих ризиків від операційної діяльності;
- визначити ймовірність виникнення кожного ризику;
- оцінити очікуваний рівень витрат.

Для реалізації цього автор пропонує використовувати метод аналізу ієрархій (МАІ). Практична реалізація цього методу здійснюється через програмний продукт Expert Choice. Експертами виступає управлінська ланка промислових підприємств, яка і повинна відслідковувати ризики, які становлять найбільш істотний вплив на рівень витрат від операційної діяльності, шукати шляхи їх мінімізації, тому що від цього залежить подальший розвиток підприємств.

У кризовій економічній ситуації, що сформувалася в Україні, хотілося зробити акцент на тому, що пропонується підхід повинен давати результат саме зараз, а не в перспективі. Тобто його необхідно пов'язувати з короткостроковою діяльністю підприємств, а не з довгостроковою або, іншими словами, це можна назвати ще як кризис-менеджмент.

Досить корисним і доцільним буде також використання закордонного досвіду в цьому напрямку. У більшості великих західних підприємств та фірм є менеджер з ризику. Зазвичай він розділяє відповідальність за ризиковані рішення з іншими менеджерами. Як правило, це бувають фінансові менеджери, менеджери з маркетингу, кадрові менеджери та ін.

Література: 1. Беседін В. С. Створення, становлення та трансформування системи планування в Україні / В. С. Беседін // Економіка України. – 2002. – № 4. – С. 4–10. 2. Коршунов В. І. Стратегічне планування маркетингової діяльності на підприємстві автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук / В. І. Коршунов. – Харків, 2002. – 36 с. 3. Тарасюк Г. М. Планова діяльність як системний процес управління підприємством : монографія / Г. М. Тарасюк. – Житомир : ЖДТУ, 2006. – 469 с. 4. Орлов О. О. Планування діяльності промислового підприємства : підручник / О. О. Орлов. – К. : Скарби, 2002. – 336 с. 5. Кинг У. Стратегическое планирование и хозяйственная политика / У. Кинг, Д. Клиланд ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1993. – 325 с. 6. Акофф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Акофф. – М. : Прогресс, 1985. – 322 с.

Плоха О. Б.

УДК 005.71

ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ КОМПЕТЕНТНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Анотація. Обґрунтовано причинно-наслідкову залежність між динамікою еволюційного розвитку організації та рівнем її компетентності. Ця залежність полягає в тому, що організації протягом життєвого циклу впевнено розвиваються за умов набуття та розвитку певних компетенцій і потерпають крах, якщо втрачають ці компетенції.

Анотация. Обоснована причинно-следственная зависимость между динамикой эволюционного развития организации и уровнем ее компетентности. Эта зависимость заключается в том, что организации в течение жизненного цикла уверенно развиваются при условии приобретения и развития определенных компетенций и терпят крах, если теряют эти компетенции.

Annotation. The cause and effect dependence between the dynamics of evolutionary development of organization and level of its competence is grounded. This dependence consists in the fact that

organizations during a life cycle confidently develop at the terms of acquisition and development of certain jurisdictions and suffer crash, if lose these jurisdictions.

Ключові слова: життєвий цикл, компетентна організація, розвиток організації, етапи життєвого циклу, рівень компетенції організації.

Особливості розвитку організації необхідно розглядати у динаміці, оскільки їх функціонування є процесом зміни певних етапів розвитку чи занепаду. Закономірності та тенденції циклічного розвитку організації, особливості її стану залежно від стадії життєвого циклу досліджували багато науковців, зокрема: Л. Гріннер, Мазур І. І., Мільнер Б. Г., Панкрухіна А. Н., Шапіро В. Д., Юданов А. Ю. та інші. Цінність концепції життєвого циклу організації (ЖЦО) також доведена тим, що її використовують багато дослідників у різних наукових галузях та напрямках діяльності підприємства.

Разом з тим низка проблем, пов'язаних з життєвим циклом організації, не знайшла належного відображення у літературі та потребує розвитку. Наприклад, фактично відсутні методичні підходи, які досліджують залежність між зміною етапів життєвого циклу та рівнем компетенції організації. Компетентна організація – це організація, яка є носієм комплексу індивідуальних (професійні й рольові) та організаційних (функціональні, стратегічні, синергетичні) компетенцій, що знаходяться в ієрархічній залежності й забезпечують її унікальність та конкурентні переваги у довгостроковій перспективі [1].

Саме той факт, що організація набуває компетенції певного рівня, зумовлює необхідність визначення залежності між переходом від одного етапу життєвого циклу до іншого та рівнем компетентності організації.

Концепції життєвого циклу приділяється велика увага в науково-практичній та навчальній літературі, але, незважаючи на це, немає єдиного підходу до визначення змісту ЖЦО та класифікації його стадій. У загальному розумінні життєвий цикл організації – це сукупність стадій, які проходить організація за період її функціонування: народження, дитинство, юність, зрілість, старіння, відродження [2].

У такому контексті перехід від одного етапу життєвого циклу до іншого залежить від рівня управлінського потенціалу, який, на жаль, не пов'язується з рівнем компетенцій, яких набуває організація у процесі свого розвитку.

Наступний підхід до виділення та характеристики етапів життєвого циклу організації враховує не тільки рівень управлінського потенціалу, а ще й зміну ринкових умов, ресурсної складової, включає такі етапи [3]: етап підприємництва (організація знаходиться у стадії становлення, формується життєвий цикл продукції); етап колективності (розвиваються інноваційні процеси попереднього етапу, формується місія організації); етап формалізації й управління (структура організації стабілізується, вводяться правила, визначаються процедури); етап вироблення структури (організація збільшує випуск продукції і розширює ринок надання послуг); етап занепаду (у результаті конкуренції організація стикається із зменшенням попиту на її продукцію або послуги).

Класифікація етапів життєвого циклу організації, що представлена в роботі [4], є найбільш традиційною та наближеною до типізації етапів життєвого циклу продукції. ЖЦО містить у собі, як правило, вісім взаємозалежних ключових етапів: поріг нечутливості (виникнення організації); становлення (впровадження); розвиток (зростання); зрілість; насичення; спад; крах (банкрутство); ліквідація чи утилізація.

Аналіз підходів щодо класифікації етапів життєвого циклу організації та їх характеристики показав, що більшість дослідників як фактори, що впливають на еволюцію функціонування організації, вказують на наслідки, а не на причини, які породжують перехід організації з одного етапу до іншого.

Розглядаючи організацію як систему, що динамічно розвивається, необхідно визначити, що для кожного етапу її прогресивного чи регресивного розвитку можна виокремити специфічні компетенції, які забезпечують появу, підсилення чи втрату конкурентних переваг. У такому контексті перехід від одного етапу життєвого циклу до іншого зумовлено зміною рівня компетентності організації, тобто набору певних компетенцій, який зумовлює певні конкурентні переваги.

З позицій компетентнісного підходу пропонується така причинно-наслідкова характеристика етапів життєвого циклу організації.

На першому етапі (E1) – етапі виникнення організації – творчий процес протікає вільно, виявляється прагнення до розвитку. При цьому вирішуються такі завдання: забезпечення доступу до необхідних ресурсів, оволодіння механізмом конкуренції з метою завоювання певного споживачього сегменту. Ключову роль тут відіграють професійні компетенції, тобто від знань, вмінь, навичок та досвіду окремих індивідів залежить утворення організації як суб'єкта господарювання.

На другому етапі (E2) – етапі становлення організації – вже недостатньо професійних компетенцій, як засновників та членів трудового колективу організації, необхідно розвивати соціальну складову, яка передбачає обмін та певну взаємодію знань, вмінь, навичок та досвіду окремих індивідів. Позитивна динаміка розвитку організації залежить від адекватної взаємодії професійних компетенцій та розподілу ролей учасників у процесі управління організацією, тобто формування рольових компетенцій.

Третій етап (E3) – етап розвитку – можливий за умов якісного переходу компетенцій індивідуального рівня у компетенції організаційного рівня (тобто ті компетенції, які притаманні організації в цілому, а не конкретному індивіду чи їх групі). Набуття функціональних компетенцій, що проявляються у знанні, вмінні, навичках та досвіді використання перш за все виробничих та збутових функцій, забезпечує організацію стійке зростання в обраному сегменті діяльності.

Четвертий етап (E4) – етап зрілості – характеризується збалансованим зростанням та може наступити тільки за умов впровадження інновацій, тобто концентрації на створенні нових видів діяльності (продуктів, послуг, ринків), що, у свою чергу, забезпечить плацдарм для нового етапу розвитку та зростання в майбутньому. Знання, вміння, навички та досвід впровадження нових напрямів діяль-



ності можливий тільки за умов набуття організацією стратегічних компетенцій. Слід зазначити, що на цьому етапі зростання дещо уповільнюється. Це цілком природно, адже створення нових напрямів діяльності потребує не тільки інтелектуального капіталу, а ще й неабияких капітальних вкладень.

П'ятий етап (Е5) – етап насичення (стабільності). Характеристикою розвитку цього етапу є не динаміка, а статика, але незважаючи на це, діяти цього етапу, а ще й утримуватися на ньому якомога довше є одним з найскладніших завдань організаційного розвитку. Вирішення цього завдання потребує гнучкого симбіозу організаційних компетенцій, які сформувалися на попередніх етапах розвитку. Іншими словами, досягнення та утримання на етапі насичення є результатом синергії функціональних та стратегічних компетенцій, тобто знань, вмінь, навичок та досвіду гармонійного поєднання зростання в межах вже існуючих та розвитку нових напрямів діяльності, що є сутнісною характеристикою синергічних компетенцій.

Основні етапи життєвого циклу залежно від рівня компетенції організації графічно представлені на рисунку.

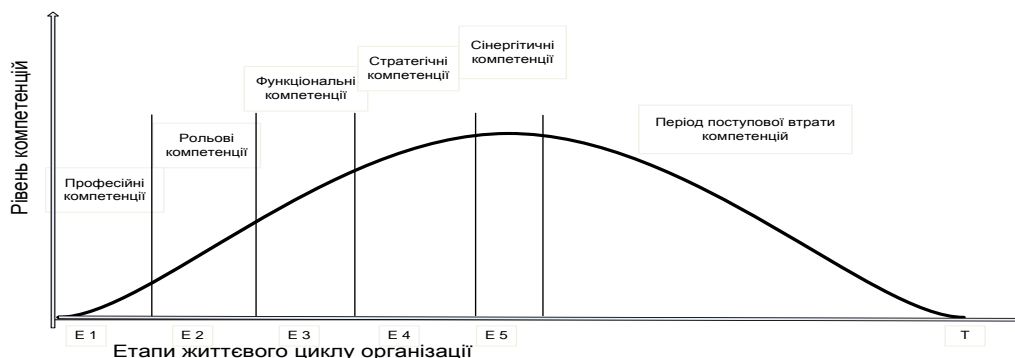


Рис. Залежність життєвого циклу від рівня компетенції організації

На рисунку частина кривої, що має позитивний нахил, відображає стадії створення, становлення, зростання і насиченості організації, інша її частина з негативним нахилом – стадія занепаду організації. Причиною переходу організації до регресивного розвитку є втрата її компетенцій.

Отже, дане дослідження обґрунтовує причинно-наслідкову залежність між динамікою еволюційного розвитку організації та рівнем її компетентності. Організації протягом життєвого циклу впевнено розвиваються за умов набуття певних компетенцій та потерпають крах, якщо втрачають ці компетенції.

Література: 1. Плоха О. Б. Теоретичні аспекти формування компетенцій організацій / О. Б. Плоха // Економіка розвитку. – 2010. – № 1(53). – С. 47–50. 2. Словник-довідник менеджера по управлінню конкурентоспроможністю для магістрів усіх форм навчання / укл. А. Д. Дудник. – К. : КНЕУ, 1999. – 60 с. 3. Мильнер Б. З. Теория организации : учебник / Б. З. Мильнер. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 480 с. 4. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством : навчальний посібник / В. О. Василенко. – 2-ге вид., виправл. і доп. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с.

Пермінова А. О.

УДК 658.84

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЙ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Анотація. Розглянуто проблеми визначення функцій маркетингових комунікацій. Проаналізовано функції комунікацій, функції маркетингових комунікацій й визначено методичну функцію, яка передбачає надання консультацій та встановлення партнерських відносин зі споживачами.

Анотация. Рассмотрены проблемы определения функций маркетинговых коммуникаций. Проанализированы функции коммуникаций, функции маркетинговых коммуникаций и определена методическая функция, которая предусматривает предоставление консультаций и установление партнерских отношений с потребителями.

© Пермінова А. О., 2010

Annotation. Problems of determining the functions of marketing communications. Communications functions, the function of marketing communications are analyzed and didactic function, which provides consultation and partnership with consumers are defined.

Ключові слова: комунікації, маркетингові комунікації, функції маркетингових комунікацій.

В умовах сучасної економіки промислові підприємства, використовуючи засоби традиційного маркетингу, не отримують бажаного ефекту. Таке становище зумовлено тим, що підприємствам, які не мають довготривалих та взаємовигідних відносин зі своїми споживачами, дуже важко утримувати конкурентні позиції перед тими підприємствами, які мають такі відносини. Тому однією з головних цілей підприємства стає налагодження партнерських відносин зі своїм навколишнім середовищем, інструментом якого є маркетингові комунікації. Для ефективного та дієвого їх використання керівництво підприємства повинне зосередитися на функціях, які вони виконують.

На сьогодні функціям маркетингових комунікацій не приділяється достатньої уваги, бо вважається, що це питання не є проблемним. Більш детальний аналіз процесу комунікацій підприємств виявив, що існуючі функції недостатньо відповідають сутності процесу. Завдання даної роботи полягає у виділенні таких функцій маркетингових комунікацій, які б всебічно охоплювали їх зміст.

На сьогоднішньому етапі розвитку економічної науки в цілому і знань про маркетингові комунікації зокрема, важливою та потребуючою подальших досліджень є проблема функцій маркетингових комунікацій. Функція (від лат. *functio*) – виконання, обов'язок, коло діяльності [1]. У загальному значенні функція означає приналежність до чого-небудь, що використовується чи застосовується для устремління, вирішення завдань, намірів, досягнення мети. Також функція – це роль, яка виконується суб'єктом або об'єктом у певній сфері діяльності. Взагалі, можна сказати, що функція – це те, за що відповідає суб'єкт або об'єкт у кожному конкретному випадку.

Перш ніж визначити функції маркетингових комунікацій, спочатку варто розглянути функції комунікації як процесу обміну інформацією між індивідами за допомогою системи символів.

Так, за класифікацією Р. Якобсона виділяють шість функцій комунікацій [2]:

емотивну (пов'язана з відправником комунікації та виражає його ставлення до повідомлення);

конативну (відображає орієнтацію відправника на адресата комунікації);

когнітивну (зорієнтована на контекст і становить відсилання на об'єкт, про який йде мова в повідомленні);

поетичну (направлена більше на форму повідомлення, ніж на його зміст);

фатичну (зорієнтована на контакт з точки зору підтримання контакту, а не передачі інформації);

метамовну (пов'язана з кодуванням та декодуванням повідомлення).

Недоліком перелічених Р. Якобсоном функцій комунікацій є те, що вони майже не враховують інтереси адресата повідомлення, окрім випадку декодування. Отже, не враховується той факт, що згідно з визначенням комунікації – це процес обміну інформацією, тобто у цьому процесі завжди беруть участь двоє та більше учасників.

Інші дослідники мінімізують кількість функцій, виділяючи лише основні і вважаючи інші різновидом останніх. Так, Федько Н. Г. [3] виділила когнітивну або інформаційну функцію, оціночну та афективну функції.

Також існує така класифікація функцій комунікацій, у якій виділяють: інформативну (передача істинних або помилкових даних), інтерактивну (спонукальна – організація взаємодії між людьми), перцептивну (сприйняття партнерами один одного у спілкуванні і встановленні на цій основі порозуміння), експресивну (збудження або зміна характеру емоційних переживань) функції.

Особливості маркетингової діяльності визначають особливості функцій маркетингових комунікацій, що відрізняються від функцій комунікацій взагалі.

Функції маркетингових комунікацій відрізняються від функцій комунікацій взагалі.

Корнюшин В. Ю. [4] виділяє лише дві функції маркетингових комунікацій: інформаційну та особистісну, які тісно між собою взаємопов'язані. Перша здійснює процес руху інформації, друга – відповідає за взаємодію особистостей, які беруть участь у процесі комунікації. Автор стверджує, що взаємодія особистостей здійснюється за допомогою руху інформації від відправника до адресата й навпаки, проте не зводиться повністю до інформаційних процесів, оскільки процес комунікації складається не тільки з інформаційного потоку, а й з особистісних його оцінок та індивідуальних інтерпретацій.

Інші дослідники виділяють такі функції маркетингових комунікацій, як: інформаційна функція – передача даних і повідомлень цільовій аудиторії; експресивна функція – вираження оцінної інформації, а не тільки смислової; прагматична функція – вплив на споживача з метою впливу на його думки [5].

Примаков Т. О. виділяє такі функції маркетингових комунікацій [6]:

інформативну – інформування цільової аудиторії про товар, який випускає фірма, його переваги щодо відношення до конкурентних товарів, властивості та якості, про діяльність фірми, її політику, отримання зворотної інформації про стан ринку, ситуації, які виникають на підприємстві, у партнерстві тощо;

нагадувальну – нагадування цільовій аудиторії про певні принципи та заходи компанії, торгової марку, переваги товару;

переконуючу – переконання цільової аудиторії у їх рішеннях на користь позитивного ставлення до товару, який випускає фірма, її діяльності та власного імені;

формування позитивного іміджу фірми та її товарів на ринку;

виховання патріотизму серед працівників компанії.



На думку автора, перелічені функції маркетингових комунікацій не повністю відображають природу саме маркетингових комунікацій. Слід виділяти функції маркетингових комунікацій, виходячи з цілей та задач, які ставляться перед маркетинговими комунікаціями. Так, за Ковальовим А. І. цілі МК промислового підприємства можуть бути такими [7]:

- поширення знань про підприємство, його історію, здобутки, галузеву приналежність, спеціалізації, конкурентні переваги, можливості, що відкриваються при взаємодії з ним споживачів;
- отримання запитів щодо більш повної інформації про продукцію;
- вплив на осіб, які беруть участь у прийнятті рішення про закупівлю продукції виробничо-технічного призначення на користь підприємства-рекламодавця;
- надання допомоги працівникам служби збуту, агентам, промисловим посередникам під час їхніх переговорів з кінцевим споживачем;
- формування позитивного ставлення до підприємства з боку державних установ і суспільства;
- поширення відомостей про сервіс, тобто про те, що підприємство піклується про свою продукцію і своїх споживачів після того, як завершена угода купівлі-продажу;
- пояснення, де може бути придбаний товар;
- підтримання у споживачів, які купили продукцію підприємства, усвідомлення того, що вони зробили правильний вибір;
- подолання упередженості у деякої частини споживачів щодо ставлення до продукції підприємства-рекламодавця;
- показ солідності підприємства, чіткого і безумовного виконання взятих на себе зобов'язань;
- інформування споживачів та суспільства про випробування продукції та поліпшення її заради позитивного ефекту у споживача;
- розповідь про роль підприємства-виробника даного товару в захисті біосфери Землі, у поліпшенні здоров'я людей, наукових, що мають загальнолюдську цінність, дослідженнях та ін.

На основі представленого переліку цілей сформовано відповідний перелік функцій, що поданий вище.

На сучасному етапі особливого значення набувають такі завдання, що пов'язані з консультуванням спеціалістами підприємства-виробника споживачів з приводу особливостей продукції, можливості модифікації продукції за вимогами споживача; роботою спеціалістів на підприємстві споживача з метою допомоги установам, налагодки продукції та навчання персоналу. Такі завдання можливо реалізувати за рахунок виконання навчальної або методичної функції маркетингових комунікацій, тобто передача маркетингової інформації робітникам підприємства-виробника здійснюється у рамках тісної роботи (партнерського маркетингу) з підприємством-споживачем.

Для визначення методичної функції маркетингових комунікацій слід звернутися до поняття "методика" – це конкретизація методу (сукупність розумових та практичних операцій, що направлені на вирішення конкретного типу задач), доведення його до інструкції, алгоритму, чіткого описання засобу здійснення [8]. Тобто це сукупність прийомів, методів навчання чому-небудь, методів доцільного проведення якоїсь роботи, процесу, або ж практичного виконання чого-небудь.

Тоді можна визначити методичну функцію маркетингових комунікацій як спосіб організації взаємодії об'єкта (підприємства виробника) та суб'єкта (підприємства споживача) на базі процесу купівлі-продажу товарів та послуг.

Таким чином, висвітлені підходи до розгляду функцій комунікацій як процесу обміну інформацією, у якому беруть участь двоє та більше учасників, зводяться, з одного боку, до думки, що функції маркетингових комунікацій полягають лише в інформуванні учасників процесу комунікації та їх особистісної оцінки цього процесу. З іншого боку, спеціалісти пропонують виділяти певний перелік конкретних функцій. Виходячи з цілей та завдань, що постають перед підприємствами у процесі маркетингових комунікацій, виникає певна невідповідність завдань функціям, яка збалансується завдяки методичній функції маркетингових комунікацій. Методична функція відповідає за створення нових ціннісних взаємовідносин між підприємством – виробником промислової продукції – та його навколишнім середовищем.

Література: 1. Советский энциклопедический словарь / научно-редакционный совет : А. М. Прохоров (пред.). – М. : Советская энциклопедия, 1981. – 1600 с. 2. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Релф-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 656 с. 3. Федько Н. Г. Маркетинговые коммуникации / Н. Г. Федько, В. П. Федько. – Ростов н/Д. : Феникс, 2002. – 384 с. 4. Корнюшин В. Ю. Маркетинговые коммуникации [Электронный ресурс] / В. Ю. Корнюшин. – Режим доступа : http://e-college.ru/xbooks/xbook083-/book/index/index.html?go=part-003*page.htm. 5. Задачи, функции и цели маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://finance-and-business.ru/marketing/communications/zadachi-funkcii-i-celi-marketingovyx-kommunikacij.html>. 6. Примак Т. О. Маркетингові комунікації : навчальний посібник / Т. О. Примак. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 280 с. 7. Ковалев А. И. Промышленный маркетинг. В 2-х т. Т. 2 / А. И. Ковалев. – М. : ООО Фирма "Благовест-В", 2002. – 616 с. 8. Пушкарь А. И. Основы научных исследований и организация научно-исследовательской деятельности : учебное пособие / А. И. Пушкарь, Л. В. Потрашкова. – Харьков : ИД "ИНЖЭК", 2008. – 280 с.

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ТА ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ

Анотація. Присвячено обґрунтуванню теоретичних особливостей основних дефініцій, що характеризують фінансову безпеку та фінансову стійкість підприємства. Визначено зміст категорії "фінансова стійкість підприємства" та "фінансова безпека підприємства", обґрунтовано взаємозв'язок між розглянутими категоріями.

Аннотация. Посвящено обоснованию теоретических особенностей основных дефиниций, характеризующих финансовую безопасность и финансовую устойчивость предприятия. Определено содержание категории "финансовая устойчивость предприятия" и "финансовая безопасность предприятия", обоснована взаимосвязь между рассматриваемыми категориями.

Annotation. The article is devoted to the theoretical definitions of the main features that characterize the financial security and financial stability of the enterprise. The content of categories of "financial stability of the enterprise" and "financial security of the enterprise" is suggested, the relationship between categories is substantiated.

Ключові слова: фінансові ресурси, фінансова безпека, фінансова стійкість, ефективний розвиток підприємства.

Ефективність діяльності суб'єктів господарювання зумовлюється переважно станом їх фінансів, що призводить до необхідності розгляду проблеми забезпечення фінансової безпеки підприємств та підтримки належного рівня фінансової стійкості.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю всебічного наукового аналізу теоретичних аспектів практичного забезпечення стійкості й безпеки підприємства та обґрунтування можливого взаємозв'язку, що сприятиме формуванню оптимальної фінансової стратегії підприємства, спрямованої на досягнення його тактичних і стратегічних цілей.

Теоретичні основи теоретико-методологічних особливостей фінансової безпеки та фінансової стійкості підприємства відображені в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів, таких, як Благун І. С., Бланк І. А., Клебанова Т. С., Кузенко Т. Б., Козаченко Г. В. та ін. Однак низка важливих питань не знайшла належного відображення в наукових працях.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування теоретико-методологічних особливостей фінансової стійкості й безпеки підприємства.

Забезпечення ефективного функціонування підприємства передбачає: досягнення високих фінансових результатів діяльності; забезпечення високого рівня фінансової безпеки та фінансової стійкості; забезпечення технологічної незалежності та ін. Між зазначеними категоріями в результаті аналізу економічної літератури [1 – 5] встановлено тісний взаємозв'язок.

На думку автора, особливої уваги потребує порівняльний аналіз особливостей категорії "фінансова безпека підприємства" (далі – ФБП) та "фінансова стійкість підприємства" (далі – ФСП). Теоретична схема взаємозв'язку даних понять представлена на рисунку.

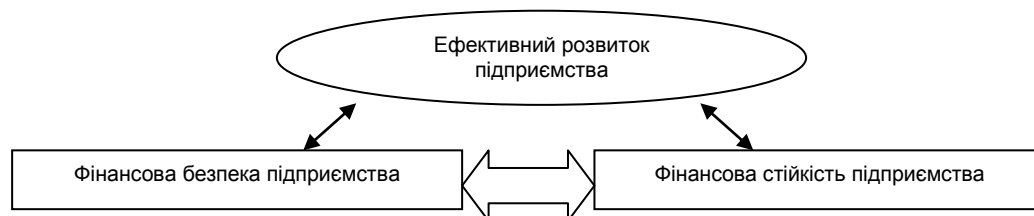


Рис. Взаємозалежність ФБП та ФСП

Таким чином, питання ефективного функціонування підприємства пов'язане з ефективністю дотримання оптимального співвідношення різних видів фінансових ресурсів, що залучаються підприємством, а також ступенем захищеності від внутрішніх та зовнішніх загроз, вплив яких нейтралізується при забезпеченні високого рівня ФБП.



Незважаючи на значну взаємозумовленість даних категорій, кожна має свою специфіку, що відображено в таблиці.

Таблиця

Визначення понять ФБП та ФСП

Поняття	Визначення
Фінансова безпека підприємства	1. Стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів, виражений у найкращих значеннях фінансових показників прибутковості й рентабельності бізнесу, якості управління та використання основних та обігових коштів, структури його капіталу, норми виплат за цінними паперами, а також курсової вартості його цінних паперів як синтетичного індикатора поточного фінансово-господарського стану підприємства й перспектив його технологічного та фінансового розвитку [1, с. 101] 2. Ступінь захищеності фінансових інтересів на усіх рівнях фінансових відносин [2, с. 28]
Фінансова стійкість підприємства	1. Це характеристика стабільного фінансового становища підприємства, яка забезпечується високою часткою власного капіталу у загальній сумі фінансових засобів [3, с. 6] 2. Це стан активів підприємства, що гарантує постійну платоспроможність [4, с. 204; 5, с. 315]

Виходячи з таблиці, сутність поняття ФБП розкривається переважно через ефективність використання фінансових ресурсів, яка спрямована на задоволення фінансових інтересів. Що ж до поняття ФСП, то сутність переважно пов'язується зі станом активів та пасивів суб'єкта господарювання. Отже, ФБП, на думку автора, більш широке поняття. Не виключаємо можливості включення ФСП до ФБП. Підтвердженням чого виступають методики розрахунку рівня ФБП, серед яких модель оцінки фінансової безпеки Ж. Депаляна. У даній моделі, як основна складова фінансової безпеки підприємства, розглядається його фінансова стійкість. Комплексний індикатор фінансової стійкості визначається за формулою [5]:

$$N = 25R_1 + 25R_2 + 20R_3 + 20R_4 + 10R_5,$$

де R_1, R_2, R_3, R_4, R_5 – коефіцієнти відповідно обороту запасів, поточної ліквідності, леверіджу, рентабельності, ефективності.

Отриманий показник порівнюється зі значенням рівним 100. Якщо виконується нерівність $N < 100$, то підприємство має високий рівень фінансової безпеки, у противному разі – низький.

Отже, згідно з науковою думкою Депаляна, стан фінансової стійкості відображає рівень фінансової безпеки підприємства.

Виходячи з наведеної характеристики ФБП та ФСП необхідно зазначити, що існують як спільні, так і відмінні сторони запропонованих понять. Якщо звернутись до аналізу існуючих принципів забезпечення ФБП та ФСП, то принципи першої категорії переважно мають більш загальний характер (первинність господарського законодавства; збалансованість фінансових інтересів підприємства; моніторинг реальних і потенціальних загроз фінансовій безпеці підприємства; доступність та справедлива вартість фінансових ресурсів підприємства та ін.) [6, с. 30].

Таким чином, аналіз понять ФБП та ФСП дозволив визначити існування теоретико-методологічних особливостей, які полягають у специфіці об'єкта та предмета, існуючих принципах та навіть методиках розрахунку. Встановлено, що ФБП – більш широке поняття, яке може включати в себе в окремих випадках ФСП.

Література: 1. Арефьева Е. В. Экономическая основа формирования финансовой составляющей экономической безопасности / Е. В. Арефьева, Т. Б. Кузенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1(91). – С. 98–103. 2. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) : монографія / О. І. Барановський. – К. : КНТЕУ, 2004. – 759 с. 3. Папехин Р. С. Теоретические основы финансовой устойчивости предприятий : препринт / Р. С. Папехин. – Волгоград : Волгоградское научное изд-во, 2006. – 2,5 п.л. 4. Цал-Цалко Ю. С. Фінансова звітність підприємства та її аналіз : навчальний посібник / Ю. С. Цал-Цалко. – К. : ЦУЛ, 2002. – 359 с. 5. Селезнева Н. Н. Финансовый анализ. Управление финансами / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 639 с. 6. Фінансова безпека підприємства : монографія / Т. Б. Кузенко, Л. С. Мартюшева, О. В. Гончарова, О. Ю. Литовченко. – Харків : Вид. ХНЭУ, 2010. – 300 с.

СИТУАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО АДАПТАЦІЇ СИСТЕМИ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Анотація. Меоретично обґрунтовано доцільність застосування ситуаційного підходу до адаптації системи розвитку та навчання персоналу промислових підприємств.

Аннотация. Меоретически обосновано целесообразность использования ситуационного подхода к адаптации системы развития и обучения персонала промышленных предприятий.

Annotation. The expedience of the use of the situational approach for adaptation of the system of development and teaching of industrial enterprises personnel is theoretically grounded.

Ключові слова: адаптація, система навчання персоналу, ситуаційний підхід, елементи ситуаційного управління системного навчання, складові адаптивної системи.

Персонал підприємства в сучасних умовах є складним суб'єктом для управління, що зумовлено швидкими змінами як внутрішнього, так і зовнішнього середовища організації. Основними елементами розвитку персоналу є його навчання та підвищення кваліфікації, що повинні бути направлені на набуття компетенцій, які відповідають поточним та перспективним вимогам ринку. Одним із варіантів вирішення даної проблеми є застосування адаптивного управління навчанням персоналу.

Дослідженнями у сфері адаптації підприємства та його окремих підрозділів до змін зовнішнього і внутрішнього середовища займалися провідні вчені, такі, як В. Гриньова, О. Ястремська, М. Кизим, О. Раєвнева, П. Федорук, С. Алексєєв, М. Буднік та інші. Але слід відзначити, що питання стосовно адаптації системи навчання персоналу все ще потребують подальших наукових досліджень та є актуальними в сучасних умовах.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування доцільності застосування ситуаційного підходу до адаптації системи розвитку та навчання персоналу промислових підприємств. Для досягнення поставленої мети були вирішені такі завдання: проаналізовано визначення "адаптації" з точки зору різних підходів; доведено, що система навчання персоналу є потенційно адаптивною; визначено найбільш раціональний підхід до аналізу системи навчання підприємства.

Поняття "адаптація" є достатньо многогранним, адже його дослідженням займаються вчені різноманітних сфер діяльності, зокрема біологи, економісти, педагоги та програмісти. Персонал є ключовою складовою підприємства, що включає в себе елементи не лише економічної підсистеми, а й біологічної, соціальної та технологічної підсистем. Тому при дослідженні поняття адаптації персоналу доцільно проаналізувати дане визначення в суміжних науках.

У процесі аналізу літератури з інформатики, систем технології, біології, педагогіки та економіки, досить часто можна зустріти поняття "адаптація", що може бути зв'язаним з категоріями "системи", "моделі", "управління". У більшості випадків поняття адаптації асоціюється з гнучкістю та стійкістю системи, що в основному застосовується у технологіях, особливо це стосується сучасних інформаційних технологій. Власне теорія адаптивного управління є базою для побудови оптимальних систем, а головна проблема в реалізації даної теорії пов'язана з труднощами у розрахунках як прогнозних, так і реальних показників.

Система управління навчанням персоналу складається з таких елементів: входів, що сформовані на основі проблем, пов'язаних з управлінням навчанням персоналу; чотирьох основних типів ресурсів (інформаційні, фінансові, матеріальні та трудові); цілей та завдань; принципів, методів і функцій управління навчанням персоналу; поточної інформації про стан управління навчанням персоналу на підприємстві; процесу управління навчанням персоналу, результатом якого є ухвалені управлінські рішення щодо усунення існуючих проблем [1].

Головною метою функціонування системи навчання персоналу є швидке і якісне прийняття та реалізація управлінських рішень, що повинні усунути проблеми, які виникли через невідповідність та неузгодженість існуючого рівня знань співробітників підприємства та вимог зі сторони зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства. Така ідеологія функціонування системи доводить наявність в ній таких властивостей, як цілеспрямованість, синергічність та мультиплікативність, адже позитивні та негативні ефекти від функціонування окремих компонентів призводять до більш значного збільшення (зменшення) загального ефекту. Також вона є цілісною та має альтернативні шляхи функціонування і розвитку, що зумовлено управлінням зі сторони менеджера. Наявність всіх описаних властивостей системи управління навчанням персоналу та відсутність таких властивостей в окремих елементах доводить її ємерджентність.

Проаналізувавши роботи вчених [1 – 5], можна зробити висновок, що всі наведені поняття "адаптації", можна розділити на 2 групи: визначення з точки зору системного підходу та з точки зору процесного підходу. На основі проведеного детального наукового огляду можна припустити, що при трактуванні поняття "адаптація" потрібно використовувати підхід, який не виключає використання системного та процесного підходів. Таким вимогам відповідає ситуаційний підхід, основні те-



оретичні засади якого полягають в тому, що результат функціонування підприємства залежить від рівня адаптації організаційної поведінки і організаційної структури відносно обмежуючих параметрів зовнішнього середовища. Слід відзначити, що ряд вчених, зокрема В. Савченко та В. Василенко, використовують поняття "ситуаційний" та "адаптивний підхід" як синоніми [6; 7].

На думку авторів роботи [7], ситуаційний (кейсовий) підхід є більшою мірою способом мислення та дозволяє приймати оптимальні управлінські рішення на основі наявної інформації та ресурсів. Якщо системний та процесний підходи до управління ефективно використовувати в більш стабільному стані на підприємстві, то при непередбачених та нестандартних ситуаціях доцільно застосовувати ситуаційний підхід. Сутність ситуаційного підходу полягає в тому, що загальний процес управління може бути однаковим для різних підприємств, але практичні прийоми та методи, що використовуються менеджером для виконання конкретних задач та досягнення цілей, значно відрізняються.

Базовими елементами ситуаційного управління системою навчання є ситуаційні фактори (зовнішні та внутрішні), підходи щодо розробки та прийняття управлінських рішень щодо навчання та підвищення кваліфікації, аналіз стану керованого об'єкта. Зима О. Г. вважає, що вибір найбільш ефективного механізму та структури управління підприємством повинен бути зумовленим ситуаціями, що виникають [8].

З точки зору ситуаційного (адаптивного) підходу, через те, що підприємство є складною відкритою системою, менеджерам з персоналу потрібно позбутись тільки внутрішнього аналізу проблеми, а намагатись вирішувати питання комплексно, оцінюючи вплив як структурних підрозділів, так і зовнішнього середовища. Це особливо актуально при адаптивному управлінні персоналом на рівні всього підприємства.

Тому автор пропонує розглядати адаптацію системи навчання персоналом як елемент процесу пристосування підприємства в цілому та його окремих складових елементів до ситуаційних змін внутрішнього та зовнішнього середовищ, що здійснюється за допомогою ухвалення та реалізації управлінських рішень, спрямованих на формування у персоналу сукупності компетенцій, які покладені в основу конкурентоспроможності підприємства.

Адаптація тісно пов'язана зі змінами складу та будови системи, що направлені на підвищення її ефективності. Адаптація системи адаптується за умови, якщо показник зміни функціонування системи за рахунок процесу адаптації є більш вагомим, ніж зміна показника адаптивності тільки за рахунок змін умов функціонування системи. Головною метою адаптації є досягнення рівноваги з зовнішнім середовищем, але в даному випадку підприємство повинне намагатись не тільки пристосовуватись, але й намагатись активно протидіяти та впливати на зміни зовнішнього середовища, що зможе призвести до підвищення власних економічних показників.

Вчені виділяють такі складові адаптивності систем:

спроможність спрогнозувати зовнішні зміни, які будуть відобразитись на зміні параметрів досліджуваної системи;

спроможність прогнозувати внутрішні резерви щодо вдосконалення структури системи чи впливати на елементи зовнішнього середовища для нейтралізації впливу зовнішніх чинників;

можливість своєчасного впливу на вище вказані зміни [9, с. 186].

Система навчання персоналу є потенційно адаптивною, оскільки їй можуть бути притаманні всі три складові адаптивності. Адаптація управлінського апарату може прогнозувати зовнішні зміни (науково-технологічний прогрес, інтеграція та глобалізація, правові та економічні інновації тощо) та внутрішні зміни (введення нових бізнес-процесів, нових вимог та стандартів до виробництва чи персоналу, які впливатимуть, наприклад, на рівень відповідності існуючої кваліфікації персоналу вимогам ринку). По-друге, даній системі може бути притаманним постійний пошук внутрішніх резервів, що може виражатись, наприклад, в раціоналізації використання бюджету на навчання та підвищення кваліфікації персоналу у пошуку серед співробітників кваліфікованих кадрів і їх використання для навчання, коучингу новачків [10]. Результативність функціонування системи навчання персоналу може бути виражена через швидку та якісну нейтралізацію негативних впливів, що зумовлені зміною в зовнішньому та внутрішньому середовищі.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у подальшому розвитку визначення поняття адаптації системи навчання персоналу на базі ситуаційного підходу, що дозволить спрямувати перспективні дослідження на створення методичних засад впровадження адаптивного управління навчанням персоналу на промислових підприємствах.

Література: 1. Алексеев С. Б. Адаптивное управление конкурентоспособностью предприятия / С. Б. Алексеев. – Донецк : ДонНУЭТ, 2007. – 165 с. 2. Раевнева Е. В. Адаптивное управление поведением предприятия: категориальный базис / Е. В. Раевнева, Е. Н. Кучерук // Бизнес-информ – 2007. – № 6. – С. 122–130. 3. Овечко А. В. Модели и методы адаптивной экономики / А. В. Овечко, В. Л. Петренко. – Донецк : Юго-Восток, 2003. – 155 с. 4. Буднік М. М. Адаптація промислових підприємств до ринкових умов господарювання : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.06.01 / М. М. Буднік. – Харків, 2002. – 15 с. 5. Козлов Ю. М. Адаптация и обучение в робототехнике / Ю. М. Козлов. – М. : Наука, 1990. – 247 с. 6. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с. 7. Василенко В. А. Ситуаційний менеджмент : навчальний посібник / В. А. Василенко, В. І. Шостка. – К. : ЦУЛ, 2003. – 285 с. 8. Зима О. Г. Ситуаційний аналіз руху трудових ресурсів на підприємстві / О. Г. Зима // Економіка розвитку. – 2004. – № 4 (32). – С. 79–83. 9. Адаптивные модели в системах принятия решений / ред. Н. А. Кизима. – Харьков : ИД "ИНЖЭК", 2007. – 364 с. 10. Петренко О. О. Оптимізація витрат на навчання персоналу за допомогою математичного моделювання / О. О. Петренко // Управління розвитком. – 2008. – № 16. – С. 125–127.

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто методичні підходи щодо формування системи показників оцінки виробничого потенціалу підприємства. Обґрунтовано пропозиції щодо удосконалення визначення змісту категорії "виробничий потенціал".

Аннотация. Рассмотрены методические подходы к формированию системы показателей оценки производственного потенциала предприятия. Обоснованы предложения по совершенствованию определения содержания категории "производственный потенциал".

Annotation. Methodical approaches to forming of the system of indexes of estimation of productive potential of enterprise are considered. Suggestions to the improvement of determination of maintenance of category "productive potential" are grounded.

Ключові слова: виробничий потенціал, рівень розвитку виробничого потенціалу, показники оцінки етапу та ефективності використання виробничого потенціалу підприємства.

Проблеми стратегічного управління розвитком підприємства, кількісного вимірювання та якісної оцінки, оптимізації використання виробничого потенціалу закономірно привертала до себе підвищену увагу багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, таких, як В. Авдєєнко [1], О. Арєф'єва [2], М. Афанасьєв [3], О. Корєнков [2], А. Воронкова [4], Ю. Донец [5], М. Іванов [6], В. Котлов [1], В. Рогожин [3], В. Рудика [3] та ін. Проте до цього часу серед дослідників проблем ідентифікації виробничого потенціалу підприємства відсутньою є погодженість думок щодо визначення складу показників такого роду оцінки.

Метою дослідження є обґрунтування складу показників та розробка рекомендацій щодо формування системи оцінки виробничого потенціалу підприємства.

Виробничий потенціал (ВП) характеризує виробничі можливості підприємства як основної виробничо-господарської ланки економіки. Матеріальну основу виробничого потенціалу підприємства складають фактори виробництва, такі, як робоча сила, засоби праці і предмети праці. Отже, потужність виробництва як системи визначається, з одного боку, обсягами, якістю і структурою доступних підприємству матеріальних і трудових ресурсів виробництва (матеріально-речовинний аспект), а з іншого (трансформаційний аспект) – здатністю (потужністю) щодо здійснення ефективної трансформації (перетворювати) зазначених виробничих ресурсів на продукти і послуги з новою вартістю, необхідною для забезпечення широкого кола цілей учасників виробничо-господарського процесу (споживачів, виробників, суспільства у цілому та ін.).

Таким чином, метою розвитку виробничого потенціалу, насамперед, слід вважати формування належної матеріальної основи для забезпечення ефективної діяльності підприємства, а також утворення можливостей для продуктивного включення певного суб'єкта господарювання у складну систему виробничо-збутових зв'язків зі споживачами і постачальниками. Успішна реалізація цього завдання сприятиме нарощуванню в перспективі ВП на якісно новій основі, яка дозволить суттєво розширити коло можливих цілей підприємства.

Виробничий потенціал підприємства в такого роду матеріально-речовому аспекті є узагальненою характеристикою системи ресурсного забезпечення виробництва, тому досить часто до складу цієї категорії відносять виробничі фонди, ресурси управління й організації виробництва, а також науково-технічну інформацію.

Крім того, при вивченні змісту і чинників формування такої складної категорії як виробничий потенціал, необхідно виділити рівень його розвитку як фіксовану характеристику підприємства в певний момент часу і результат використання – як джерело вдосконалення ВП і забезпечення його цілісності. Перша характеристика виробничого потенціалу підприємства визначається розміром (масштабом), якістю і структурою складових його елементів, друга – рівнем його розвитку, умовами його використання на підприємстві.

Таким чином, необхідною умовою для удосконалення і розвитку виробничого потенціалу є розробка і ефективна реалізація на підприємстві комплексу заходів щодо трансформації наявного виробничого потенціалу і перетворення його на цілісну систему. Усі аспекти аналізу виробничого потенціалу підприємства носять супідрядний характер і взаємно доповнюють один одного, а відносна їх самостійність дозволяє з різних сторін досліджувати виробничі можливості підприємства.

Узагальнюючи думку зазначених вище науковців [1 – 6], автором пропонується виробничий потенціал підприємства в цілому характеризувати його рівнем розвитку за дванадцятьма основними напрямками: технічна оснащеність виробництва; організаційний рівень управління виробництвом;

прогресивність технологічних процесів і способів обробки предметів праці; організація виробничого процесу; виробнича потужність (ВП) та ефективність її використання; ефективність використання усіх видів ресурсів; технічний стан основних фондів; кваліфікаційний рівень персоналу; якість і безпека трудового життя персоналу; якість продукції, що виробляється; екологічність виробництва; інноваційна активність підприємства (рисунок).



Рис. Система показників оцінки стану та ефективності використання виробничого потенціалу підприємства



За такого підходу, ВП слід розглядати як граничні виробничі можливості щодо випуску певного обсягу продукції (послуг), відповідних якості та асортименту, з урахуванням вимог забезпечення стратегічної гнучкості виробничо-технологічної основи підприємства. Основним критерієм прогресивності виробничо-технологічної основи підприємства за такого підходу є ступінь "технічної раціональності" виробничого процесу, тобто ступінь обізнаності працівників (осіб, які приймають рішення, та виконавців) про причинно-наслідкові зв'язки між необхідними входами виробничої системи та бажаними результатами її діяльності.

Таким чином, виробничий потенціал підприємства в цілому характеризується його рівнем розвитку за дванадцятьма основними напрямками: технічна оснащеність; організаційний рівень управління виробництвом; прогресивність технологічних процесів і способів обробки предметів праці; організація виробничого процесу; виробнича потужність та ефективність її використання; ефективність використання усіх видів ресурсів; технічний стан основних фондів; кваліфікаційний рівень персоналу; якість і безпека трудового життя персоналу; якість продукції; екологічність виробництва; інноваційна активність підприємства. Додаткового дослідження вимагають методичні аспекти узгодження показників оцінки ВП та розрахунку узагальнюючого показника такої оцінки.

Література: 1. Авдеенко В. Производственный потенциал промышленного предприятия / В. Н. Авдеенко, В. А. Котлов. – М. : Экономика, 1995. – 240 с. 2. Ареф'єва О. Управление потенциалом развития промышленных предприятий : монография / О. В. Ареф'єва, О. В. Коренков. – К. : ГРОТ, 2004. – 200 с. 3. Афанасьев Н. Управление развитием предприятия : монография / Н. В. Афанасьев, В. Д. Рогожин, В. И. Рудыка. – Харьков : ИД "ИНЖЭК", 2003. – 184 с. 4. Воронкова А. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом : монография / А. Э. Воронкова. – Луганск : ВГУ, 2000. – 915 с. 5. Донец Ю. Эффективность использования производственного потенциала / Ю. Ю. Донец. – К. : Знание, 1998. – 123 с. 6. Иванов Н. Экономические аспекты производственного потенциала: Теория и практика / Н. И. Иванов. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 2000 – 315 с.

УДК 338.512

Орлова А. Ю.

РАЗВИТИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Рассмотрены вопросы совершенствования методического обеспечения определения себестоимости продукции на промышленных предприятиях Украины за продолжительный период времени. Выявлены основные недостатки Положения (стандарта) бухгалтерского учета 16 (Затраты). Намечены некоторые направления совершенствования подобного методического обеспечения.

Анотация. Розглянуто питання удосконалення методичного забезпечення визначення собівартості продукції на промислових підприємствах України за довгостроковий період. Виявлено основні недоліки Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 (Витрати). Намічено деякі напрямки удосконалення подібного методичного забезпечення.

Annotation. The questions of perfection of methodical maintenance definition the cost price of production at the industrial enterprises of Ukraine for the long period of time are considered. The basic lacks of a Rule (standard) of book keeping 16 (Costs) are revealed. Some directions of perfection of similar methodical maintenance are planned.

Ключові слова: себестоимость продукции, ценовая политика, калькулирование, производственная себестоимость.

В период мирового финансово-экономического кризиса, начавшегося в 2008 году, особую актуальность приобретают вопросы обоснованного определения себестоимости производимой продукции, работ, услуг (далее – продукции). Это обусловлено тем, что определяющим фактором при принятии решения о приобретении товара значительно чаще стала выступать более низкая цена, а не его более высокое качество. При этом для реализации эффективной ценовой политики очень важно обоснованно определять себестоимость производимой продукции.

© Орлова А. Ю., 2010



Проблеме определения себестоимости производимой продукции посвящены работы Ю. Бригхэма, Дж. Хьюстона, Т. Гарисона, Э. Норина, П. Брюера, А. Филинкова, Шеремета А. Д., Иванова Ю. Б., Котлярова Е. И., Грищенко О. В., Ж. Ришара и других учёных. Однако имеются ещё недостаточно разработанные аспекты этой многогранной проблемы. Кроме того, нужно учитывать, что имеются существенные различия в правилах бухгалтерского учёта различных промышленно развитых стран как в части определения себестоимости продукции, так и чистой прибыли. Например, исследования двух американских профессоров показали, что чистая прибыль гипотетической компании с учётом существующих различий в правилах бухгалтерского учёта за один и тот же период может быть оценена в 34 600 долл. в США, а Англии в 260 тыс. долл. и в 240,6 тыс. долл. – в Австралии. Максимальное расхождение превышает 7,5 раза [1, с. 86]. Цель настоящей работы состоит в анализе существующей методической базы определения себестоимости продукции машиностроительных предприятий и выявлении возможных путей их совершенствования.

Действующая в Украине Нормативная база для определения себестоимости производимой продукции с 1991 г. претерпевала многократные изменения. С 1991 по 1996 гг. действовали применявшиеся в бывшем СССР "Основные положения по составу затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг) на предприятиях СССР", утвержденные Госпланом СССР, Минфином и Госкомцен в 1990 г. с изменениями и дополнениями 1991 г. [2, с. 3–39]. В 1996 г. на смену этому документу пришло Типовое положение по планированию, учёту и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в промышленности, утвержденное Кабинетом Министров Украины 26.04.1996 г. (далее Типовое положение 1996 г.), которое не внесло существенных изменений в методические подходы к определению себестоимости [3]. Этот документ, как и предыдущий, делал акцент на определение производственной и полной себестоимости продукции каждого вида. Методология расчёта производственной и полной себестоимости каждого вида продукции была основана на отражении всех прямых и косвенных расходов. В 2000 г. Минфином Украины было утверждено "Положение (стандарт) бухгалтерского учёта 16 "Затраты" (далее – П(С)БУ 16), которое определяет методологические основы формирования в бухгалтерском учете информации о затратах и определения себестоимости продукции на предприятиях всех видов деятельности и форм собственности (кроме банков и бюджетных учреждений) [4]. П(С)БУ 16 не содержит чётких рекомендаций по отражению всех затрат в себестоимости реализованной предприятием продукции за определенный период, так как оно основано на распространённом в США и других промышленно развитых странах методе "директ-костинг" (Direct Cost). Изначально в 30-е годы XX века этот метод был основан на учете в себестоимости продукции только прямых переменных затрат. Для определения прибыли от реализации продукции косвенные затраты по всем видам выпускаемой на предприятии продукции вычитались из маржинальной прибыли. Совершенствование этого метода происходило в направлении расширения круга учитываемых затрат. Из косвенных затрат стали выделять переменные элементы и прибавлять их к прямым переменным затратам. Например, по степени охвата числа статей затрат на предприятиях в англосаксонских странах в различные периоды времени французский профессор Жак Ришар выделил 4 методических подхода к оценке себестоимости реализованной продукции [5, с. 57–58]. После ввода в действие П(С)БУ 16 не было отменено Типовое положение 1996 г., но, к сожалению, не были сделаны пояснения различий в сферах применения и используемой терминологии в этих документах [4]. В таком виде эти, существенно отличающиеся методическими подходами и терминологией, документы действовали до 2002 года параллельно. Так, например, П(С)БУ16 регламентирует расчёт производственной себестоимости, которая в соответствии с Типовым положением 1996 г. может быть определена как неполная производственная себестоимость (без общехозяйственных (административных) затрат. В 2002 году Типовое положение 1996 г. было отменено, хотя многие предприятия продолжают пользоваться этим документом для калькулирования полной себестоимости реализованной продукции каждого вида. На взгляд автора, это правильная реакция на допущенную ошибку. Типовое положение 1996 г. не следовало отменять, а продолжать совершенствовать, пояснив различия в сферах применения и используемой терминологии. Кроме того, П(С)БУ 16 имело ряд существенных недостатков. И только некоторые из них уже устранены.

В связи с тем, что методологии учёта, определяемые П(С)БУ 16 и обязательным к исполнению "Законом о налогообложении прибыли" 1997 г. [6], существенно различаются, предприятия вынуждены вести параллельно бухгалтерский и налоговый учёт. Поскольку П(С)БУ 16 не даёт предприятию возможности адекватно калькулировать себестоимость производимой продукции, то это приводит к необходимости параллельного ведения третьего вида учёта – управленческого [7; 8]. Рассмотрим основные рекомендации П(С)БУ 16. В соответствии с п. 7 П(С)БУ 16 "расходы признаются расходами определенного периода одновременно с признанием дохода, для получения которого они осуществлены. Такой подход соответствует международным стандартам бухгалтерского учёта. Согласно п. 11 себестоимость реализованной на протяжении отчетного периода продукции состоит из её производственной себестоимости, нераспределенных постоянных общепроизводственных расходов и сверхнормативных производственных расходов. При этом П(С)БУ 16 не дает четкого определения сверхнормативных производственных расходов. Производственная же себестоимость продукции включает в себя: прямые материальные расходы; прямые расходы на оплату труда; другие прямые расходы; переменные общепроизводственные и постоянные распределенные общепроизводственные расходы. Производственная себестоимость продукции уменьшается на справедливую стоимость сопутствующей продукции, которая реализуется, и на стоимость продукции, которая используется на самом предприятии по оценке возможного ее использования. Последняя рекомендация появилась согласно Приказу Минфина № 989 от 10.12.2002 г., хотя существовала в Типовом положении 1996 г.

По мнению автора, в П(С)БУ 16 рассматривается порядок определения суммарной себестоимости реализованной продукции всех видов за определённый период и отсутствуют рекомендации по калькулированию полной себестоимости реализованной продукции каждого вида. Аналогично обстоит дело и в промышленно развитых странах. Там также на основе стандартов бухгалтерского учёта рассчитывают суммарную себестоимость реализованной продукции всех видов за определённый период (финансовый учёт), а для оценки себестоимости продукции отдельных видов используют управленческий учёт [7, с. 14]. У нас же П(С)БУ 16 необоснованно приписали функцию определения себестоимости реализованной продукции конкретных видов, для которой он не предназначен.

Порядок калькулирования себестоимости продукции существенно зависит от особенностей технологии и организации производства. Каждая отрасль (вид экономической деятельности) имеет свою специфику. Это обстоятельство чётко учитывалось до 2002 года [2, с. 17]. Например, на отечественных машиностроительных предприятиях с единичным и мелкосерийным типом производства применялся позаказный метод. На предприятиях с серийным и массовым типом производства узко применяли пооперационный метод. Такой же подход реализован и в управленческом учёте промышленно развитых стран [7, с. 112]. В соответствии с п. 17 затраты, связанные с операционной деятельностью, которые не включаются в себестоимость реализованной продукции, делятся на административные расходы, расходы на сбыт и прочие операционные расходы. Таким образом, в соответствии с этой рекомендацией П(С)БУ 16 термин "себестоимость реализованной продукции" отражает только её неполную производственную себестоимость. К административным (общехозяйственным) относятся затраты, которые связаны с управлением и обслуживанием предприятия. На производственном предприятии административные затраты в основном связаны с производством продукции, так как основная численность административно-управленческого персонала машиностроительного предприятия занята управлением производством. Поэтому их нельзя полностью выводить из производственных затрат (производственной себестоимости), как это произошло в П(С)БУ 16.

Приходится констатировать, что в настоящее время в Украине отсутствует обоснованная нормативная методическая база для определения себестоимости продукции на промышленных предприятиях вообще и на машиностроительных в частности. Актуальным является вопрос совершенствования П(С)БУ16 и разработки отраслевых методических рекомендаций по определению себестоимости продукции в машиностроении и других отраслях промышленности.

Литература: 1. Бригхэм Ю. Финансовый менеджмент. Экспресс-курс / Ю. Бригхэм, Дж. Хьюстон ; пер. с англ. – 4-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 544с. ил. – (Серия "Классический зарубежный учебник"). 2. О составе затрат и единых нормах амортизационных отчислений. – М. : Финансы и статистика, 1992. – С. 3–30. 3. Типовой: положение по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в промышленности // Бухгалтерский учет и аудит. – 1996. – № 7. – С. 2–60. 4. Положение (стандарт) бухгалтерского учёта 16. Утверждено Приказом Министерства финансов Украины № 318 от 31.12.99 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.liga.gov.ua. 5. Ришар Ж. Аудит и анализ хозяйственной деятельности предприятия / Ж. Ришар ; пер. с франц. ; под ред. Л. П. Белых. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 375 с. 6. Закон Украины "О налогообложении прибыли предприятий" от 22.05.97 г. // Урядовий кур'єр. – 1997. – 12 июня (с изменениями и дополнениями). 7. Рэй Г. Управленческий учёт / Рэй Гарисон, Эрик Норин, Питер Брюер ; пер. с англ. О. В. Чумаченко. – 11-е изд. – К. : Companion Group, 2007. – 1024 с. 8. Управленческий учёт : учебное пособие / под ред. А.Д. Шеремета. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2000. – 512 с. 9. Иванов Ю. Б. Реформированная себестоимость (калькулирование в промышленности) / Ю. Б. Иванов, Е. В. Котляров // Украинский деловой еженедельник "Бизнес". Раздел "Бухгалтерия, право, налоги, консультации". – № 20/1 от 14.05.2001г. – С. 45–51. 10. Мякота В. Себестоимость продукции от выпуска до реализации / В. Мякота. – Харьков : Фактор, 2002. — 264 с. — (Б-ка "Фактора").

УДК 371.026

Отенко В. І.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМПЕТЕНТНОГО ВИБОРУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено, що компетентний вибір підприємства визначається, перш за все, комплексом знань, вмінь та навичок ОПР щодо бачення та створення можливостей вирішення проблем і досягнення мети, ефективного використання в діях управлінського вибору арсеналу методів, моделей, засобів у системі управління підприємством.

Аннотация. Исследовано, что компетентный выбор предприятия определяется, прежде всего, комплексом знаний, умений и навыков ОПР относительно видения и создание возмож-

© Отенко В. І., 2010

ISS

"Управління розвитком", №20(96) 2010



ностей рішення проблем і досягнення цілей, ефективного використання в діях управлінського вибору арсенала методів, моделей, засобів в системі управління підприємством.

Annotation. It is suggested that competent choice company is determined, above all, by the complex knowledge, skills and vision of ATS to enable problem solving and goal achievement, effective use of managerial choice in the actions of the arsenal of methods, models, means in enterprise management system.

Ключові слова: компетентний вибір підприємства, компетенції підприємства, менеджерські компетенції, фактори розвитку підприємства.

Компетентний вибір підприємства визначається, перш за все, комплексом знань, вмінь та навичок осіб, які приймають рішення, (ОПР) щодо бачення та створення можливостей вирішення проблем і досягнення мети, ефективного використання в діях управлінського вибору арсеналу методів, моделей, засобів у системі управління підприємством. Дослідники при вивченні компетентності ОПР звертаються до індивідуальних та колективних компетенцій ОПР, що визначені рамками корпоративних відносин прийняття стратегічних рішень.

До компетенцій ОПР слід віднести компетенції менеджерів, що визначають прибуток, який організація отримує від людського капіталу [1, с. 3], тому що безпосередньою функцією менеджменту є керівництво та забезпечення руху підприємства в напрямку визначених цілей: бачення перспектив розвитку підприємства, забезпечення ефективного функціонування підприємства та фінансової стійкості (ліквідності та платоспроможності, отримання позитивних фінансових результатів, зростання капіталу та дивідендів, збільшення обсягів реалізації), встановлення регламентованих форм та показників стратегічного планування, здійснення організаційних перетворень, спрямованих на адаптацію підприємства. У Законі "Про акціонерні товариства" зазначено: "до компетенції виконавчого органу належить вирішення всіх питань, пов'язаних з керівництвом поточною діяльністю товариства, крім питань, що належать до виключної компетенції загальних зборів та наглядової ради. Виконавчий орган акціонерного товариства підзвітний загальним зборам і наглядовій раді, організовує виконання їх рішень" [2]. Члени виконавчого органу повинні володіти знаннями, кваліфікацією та досвідом, необхідними для належного виконання ними своїх функцій. Так, до складу виконавчого органу повинні обиратись особи, які володіють високими професійними якостями та кваліфікацією, необхідними для здійснення поточної діяльності товариства. Конкретні вимоги до кандидатів на посади голови та членів виконавчого органу визначаються наглядовою радою або комітетом ради з питань призначень та винагород. "Менеджерів можна назвати "локомотивами бізнесу": управління виробництвом і персоналом, заходи щодо зниження витрат і збільшення прибутку, викоринювання браку та досягнення високої якості продукції, боротьба з конкурентами і визначення ціни товару, матеріально-технічне постачання та багато іншого" [3, с. 332].

Д. Аакер, на основі аналізу 248 суб'єктів господарювання, виявив, що незалежно від галузі, компетенції підприємства відображають: кваліфікацію менеджерів, їх знання бізнесу, загальні маркетингові навички, загальне бачення, культуру, стратегічні цілі, ініціативність [4]. У загальному вигляді компетенції менеджера можуть розглядатися з позиції його здатності до вирішення управлінських проблем (пов'язана з концептуальністю, інноваційністю, творчістю та аналітичною спрямованістю мислення, орієнтацією на стратегію та прийняттям рішень) і здатності до лідерства. Лідерство визначає результат стратегічного вибору в умовах невизначеності. Здатність менеджера до лідерства проявляється через: управління змінами – обґрунтовує власникам та підлеглим загальну потребу в зміні; вираження свого бачення змін; здійснення зміни; розділення відповідальності – виражає позитивні очікування; делегування повноважень; інформування – встановлює чіткі та послідовні очікування та цілі; інформування колективу про стан справ; командне лідерство – вибудовує командну ефективність; надихання інших; сприяння успіху підприємства; здатність до міжкомандного співробітництва; роз'яснення бачення.

До менеджерських компетенцій (компетенцій управлінця, лідера) Холтон і Лінхам [5] відносять компетенції, пов'язані зі стратегічним мисленням та стратегічним управлінням – загальноорганізаційний рівень; плануванням та управлінням процесами – рівень процесів; оцінкою та ефективністю робітника – індивідуальний рівень.

У Р. Бояциса [1] в моделі причинного потоку компетенцій, компетенції різних функцій структуровані у кластери. Структуру кожного кластера формує від двох до п'яти компетенцій, що мають описове визначення та декілька "поведінкових індикаторів" (певних способів продемонструвати компетенцію в роботі), яким властиві характеристики шкали, тобто прогресія від нижчого рівня до вищого.

Х. Танака [6] компетентність менеджерів описує як систематичний набір практичних здібностей, що заснований на системі знань, практичному досвіді та особистих якостях, психології та етиці, що необхідні для їх практичної діяльності. "Формування компетентності – процес інтеграції зазначених елементів. Компетентність співвідноситься з персональними якостями менеджерів" [7, с. 32]. Але автор зазначає, що компетенції менеджерів відносяться до "комплексних, професійних, поведінкових характеристик менеджерів, що формують їх високу ретельність, прагнення до досягнення місії, інноваційне мислення". Поведінкові характеристики менеджерів частково повторюють компетенції, тому потрібні інтеграція та систематизація знань, практичного досвіду, психології відносин та професійної етики. Крім індивідуальних здатностей виокремлюється "соціальна орієнтованість та більш злагоджена командна робота". Менеджери повинні мати можливість робити свій внесок у дослідження та розвиток потенціалу команди, щоб отримувати взаємне задоволення від командної роботи. Виходячи із цього, компетентність вибору втілюється в компетентності ОПР, а також розвивається в контексті всієї організації. Моделі оцінки компетенцій Х. Танака представляє у



розрізі 10 критеріїв таксономії: 1 – 3 є моделями мислення, що необхідні для формування концепції в управлінні програмою чи проектом: цілісне мислення, стратегічне мислення та інтегральне мислення; моделі 4 – 7 мають відношення до бажаних рис поведінки, необхідних для успішного управління концепцією планування та виконання проєктів і програм. Зазначені здатності необхідні для перетворення стратегії, місії та архітектури проєкту (програми) в концептуальний план, організації команди та здійснення концептуального плану проєкту (програми); моделі 8 – 10 доповнюють попередні та сфокусовані на цінностях, психології та етиці: 8 – відповідає за комунікабельність, здатність лідирувати у команді та мотивувати членів команди; 9 – є поведінковим зразком, втілює концентрацію на досягненні результату; 10 – оцінює самореалізацію та самодисципліну. Таким чином, компетентність щодо стратегічного вибору визначається критеріями 1 – 3 та 8 – 10, а за його реалізацію – 4 – 10. Дана таксономія не вимагає від менеджерів отримання найвищого балу зі всіх десяти критеріїв, а лише направляє їх зусилля на досягнення більш високого рівня компетентності в індивідуальній та колективній діяльності в тих категоріях, де вони є недостатньо компетентними.

Корпоративне управління формує певні правила з прийняття та реалізації стратегічних рішень. Склад компетенцій корпоративного управління, з одного боку, залежить від дій наглядової ради, загальних зборів акціонерів, менеджерів у межах повноважень, визначених законом і статутом підприємства, а з іншого – характеризується їх знаннями, здібностями, вміннями і навичками для здійснення ефективного управління.

Спосіб оцінювання колективної компетенції управлінського персоналу повинен бути якнайбільш об'єктивним. Для оцінювання компетентності стратегічного вибору автор пропонує використовувати методичний підхід, що використовується для оцінки факторів розвитку підприємства "матриця пріоритетів поліпшення якості QIPM (Quality Improvement Priority Matrix)". Це простий та наочний метод, що полягає в оцінці важливості (*importance*) різних факторів, який визначають діяльність підприємства та ступінь їх здійснення – реалізації (*performance*). Цей метод широко використовується для прийняття управлінських рішень у різних державних та комерційних організаціях США та Європи. Праці в галузі менеджменту якості з використанням QIPM були визнані гідними престижної премії Malcolm Baldrige National Quality Award в 1995 році. Відповідно до розробленого методичного підходу параметри становлять ознаки стану компетентності управлінського персоналу – мотивації реалізації стратегічного вибору, рівня компетентності наглядової ради, інформаційної забезпеченості та прозорості прийняття стратегічних рішень, ступеня організованості управлінського персоналу, його розвитку та навчання.

Література: 1. Бояцис Р. Компетентный менеджер. Модель эффективной работы / Ричард Бояцис. – М. : ГИППО, 2008. – 352 с. 2. Закон Украины "Об акционерных обществах" от 17 сентября 2008 года № 514-VI // Информационно-аналитическая газета "Налоги и бухгалтерский учет". Будущее акционерных обществ. – 13.11.2008 г. – № 91 (1171). – С. 2–43. 3. Абчук В. А. Курс предпринимательства / В. А. Абчук. – СПб. : Издательство "Альфа", 2001. – 545 с., ил. 4. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Дэвид А. Аакер ; пер. с англ. ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2003. – 544 с. ил. – (Серия "Теория и практика менеджмента"). 5. Holton E. F. Performance-driven leadership development / E. F. Holton // Holton E. F. III. Developing High Performance Leadership Competency. Advances in Developing Human Resources / E. F. Holton III & Lynham S. A. – San Francisco : Berrett-Koehler, 2000. – № 6. – Pp. 1–16. 6. Нонака Икуджиро. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / Нонака Икуджиро, Такеучи Хиротака ; пер. с англ. – М. : ЗАО "Олимп-Бизнес", 2003. – 384 с. 7. Руководство по управлению инновационными проектами и программами : монография / пер. на русский язык под ред. проф. Бушуева С. Д. – 165 с.

УДК 334.722.85(477)

Сірко А. В.

Найдич Н. М.

УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ТРАНЗИТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Розглянуто питання стосовно специфіки оцінки ринкової вартості підприємства (бізнесу) та управління нею у ринковій економічній системі; обґрунтовано переваги управління ринковою капіталізацією бізнесу, вказано чинники, що перешкоджають його формуванню в Україні.

Аннотация. Рассмотрены вопросы относительно специфики оценки рыночной стоимости предприятия (бизнеса) и управления ею в рыночной экономической системе; обосновываются

© Сірко А. В., Найдич Н. М., 2010



преимуществва управления рыночной капитализацией бизнеса и указываются факторы, которые препятствуют его формированию в Украине.

Annotation. Questions in relation to the specific of estimation of market value of enterprise (business) and its management in the market economic system are viewed; advantages of management by market capitalization of business are grounded and factors which hinder to its forming in Ukraine are specified.

Ключові слова: ринкова вартість підприємства, транзитивна економіка, оцінювання підприємницької діяльності, чинники, що гальмують оформлювання системи управління ринковою вартістю.

Інвестиційне забезпечення вітчизняних підприємств є сьогодні найбільш нагальною проблемою їхньої діяльності. Саме через брак інвестицій в оновлення і модернізацію основного капіталу вітчизняна статистика фіксує упродовж уже майже двох десятиліть негативну тенденцію поглиблення його фізичного і морального зносу та підвищення на цій основі ризику техногенних катастроф. Головними економічними наслідками такої ситуації стала низька конкурентоспроможність продукції і низький рівень добробуту суспільства.

Вирішальну роль у контексті вирішення інвестиційно-інноваційної проблематики діяльності підприємства відіграє якість корпоративного менеджменту, а саме ефективність політики управління ринковою вартістю підприємства в цілому, або корпоративного бізнесу. Означена проблема специфічна, ще малознайома для абсолютної більшості суб'єктів господарювання в Україні, однак світовий та поки що одиничний вітчизняний досвід переконливо доводять її значущість і перспективність.

Проблема управління вартістю підприємства (бізнесу) активно досліджується зарубіжними і вітчизняними науковцями. Серед найбільш плідних її розвідок варто виділити праці, Д. Гарнера, Р. Оуена і Р. Конвея [1], Д. Хорна [2], У. Шарпа, Г. Александера та Д. Бейлі [3], Д. Шіма і Д. Сігела [4], І. Бланка [5], Т. Момот [6]. Разом з тим, проблема управління ринковою вартістю підприємства саме в умовах ринкової трансформації постсоціалістичної економіки залишається украй маловивченою і недостатньо розробленою в науково-теоретичному і методичному аспектах.

Ми ставимо своїми завданнями обґрунтувати переваги політики управління ринковою вартістю підприємства, а також визначити основні перешкоди для її здійснення в економічній системі України.

Під ринковою вартістю підприємства розуміється оцінка його сукупного потенціалу як бізнесового проєкту, або оцінка його перспектив з погляду отримання прибутку. Об'єктом такої оцінки виступає діяльність підприємства, здійснювана на основі функціонування його виробничо-господарського (майнового) комплексу.

Ринкове оцінювання підприємницької діяльності має ряд суттєвих особливостей, що й відрізняє його від визначення вартості капіталу підприємства та його складових.

По-перше, вартість підприємства як певного виду бізнесу враховує не тільки вартість його майнового комплексу (активів), а й вартість його кадрового потенціалу та вартість, що створюється за рахунок синергетичного ефекту, тобто ефекту взаємодії усіх факторів виробництва.

По-друге, справжня ринкова вартість підприємства визначається не ним самим, а ринком, покупцями, тобто наявними і потенційними інвесторами (власниками), яких цікавить не стільки величина активів, скільки той дохід, який вони здатні доставляти тепер і в майбутньому. Керуючись цим підходом, інвестор воліє бути всебічно обізнаним не лише з досягнутими результатами діяльності самого підприємства, а й із прогнозами щодо його розвитку з огляду на зовнішнє середовище (врахування змін у законодавстві, ринковій кон'юктурі, технічного прогресу тощо).

По-третє, у ринковій вартості підприємства (бізнесу) відображається також його юридичний статус, точніше кажучи, наявність певних юридичних прав, причому не лише задекларованих законодавчими актами держави і внутрішніми нормативно-правовими документами корпоративного суб'єкта господарювання, але й, що найважливіше, реально забезпечуваних самою поведінкою підприємства. Мова йде, насамперед, про реальні гарантії дотримання права приватної власності, причому незалежно від розміру персоніфікованих часток статутного капіталу компанії.

Однак ринкова оцінка бізнесу не може й не повинна віддаватися на відкуп стихії ринку. Вона стає об'єктом і змістом сучасного корпоративного управління. В ефективному управлінні ринковою вартістю бізнесу найбільше зацікавлені власники та керівники публічних (відкритих) акціонерних компаній, подекад сенс цієї організаційної форми підприємництва саме й полягає в широкомасштабній централізації індивідуальних капіталів шляхом емісії титулів (прав) власності, необхідною умовою якої є забезпечення і постійне підтримання високого ринкового іміджу компанії, привабливості бізнесу для інвесторів. Отже, змістом управління ринковою вартістю підприємства є систематична діяльність топ-менеджменту компанії, спрямована на усунення потенційних загроз значних коливань кон'юкттури ринку корпоративних цінних паперів, на забезпечення і підтримання стійкості високої ринкової вартості корпоративного бізнесу.

Рівень ринкової вартості (капіталізації) підприємства, а отже, й ефективності управління нею, може вимірюватися різними показниками залежно від площини аналізу. Та основним варто вважати рівень вартості капіталу підприємства, під якою розуміється ціна, яку підприємству доводиться платити за залучення капіталу з різних джерел. Зниження рівня вартості (ціни) капіталу призводить до відповідного зростання ринкової вартості підприємства і навпаки. Іншими словами, у разі зниження чи підвищення вартості капіталу акціонерного підприємства спостерігається відповідне зростання або падіння курсу його акцій.

Управління ринковою вартістю підприємства (бізнесу) суттєво ускладнюється за реалій перехідної економіки, тим більше, коли суспільство запізнюється з проведенням системних ринкових реформ.

Основні чинники, які, з погляду автора, гальмують формування системи ефективного управління ринковою вартістю підприємства в Україні:



слабкість нормативно-законодавчої бази та регуляторного середовища. Закон України "Про акціонерні товариства" набирає чинності лише з квітня 2011 року. То ж наша країна тривалий час після широкомасштабної приватизації і корпоратизації підприємств жила без належного унормування правових взаємовідносин акціонерів, що у поєднанні з тотальною корупцією влади створювало численні "інституційні пастки" для інвесторів, такі, як: можливості для рейдерських захоплень власності під прикриттям судових рішень, повсюдної дискримінації міноритарних акціонерів тощо. Це цілком суперечить відомій теоремі нобелівського лауреата з економіки Р. Коуза, згідно з якою за будь-якого первісного розподілу прав власності, але за обов'язковості чіткої специфікації і захисту прав власності, ринкова конкуренція зрештою забезпечить перехід прав власності в руки ефективного власника, зацікавленого у процвітанні (а не пограбуванні чи умисному доведенні до банкрутства) підприємства. Реальний власник приватизованого підприємства має бути поставлений у рамки жорстких обмежень (правових, економічних, конкурентних, соціальних тощо), аби такі "правила гри" щораз спонукали його до вибору: стати цивілізованим власником чи відчужити свої права власності;

консервація зародкового стану фондового ринку, спричинена, з одного боку, неготовністю переважної більшості власників корпоративного бізнесу випускати права власності на відкритий ринок через власну необізнаність із правилами біржової торгівлі, часто боязкістю втратити контроль над акціонерною спільнотою і підприємством, а з іншого – нерозвиненістю сектору небанківських фінансових послуг, зокрема недержавних пенсійних фондів, страхових компаній та інших потужних інституційних інвесторів. Відтак вітчизняні акціонерні компанії у більшості своїй продовжують існувати як квазікорпорації, які не заінтересовані виплачувати дивіденди навіть за наявності фінансових можливостей.

Таким чином, кардинальне вирішення інвестиційно-інноваційної проблеми в Україні, зокрема через забезпечення ефективного управління ринковою вартістю підприємства, потребує невідкладного проведення системних ринкових реформ у сфері відносин власності, ринкової конкуренції, оплати праці, розподілу доходів, оподаткування.

Література: 1. Гарнер Д. Привлечение капитала / Д. Гарнер, Р. Оуэн, Р. Конвей ; пер. с англ. – М. : Джон Уайли энд Санз, 1995. 2. Хорн Д. Основы управления финансами / Д. Хорн ; пер. с англ. – М. : Финансы и статистика, 1996. 3. Шарп У. Инвестиции / У. Шарп, Г. Александер, Д. Бейли ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 1997. 4. Шим Д. Методы управления стоимостью и анализа затрат / Д. Шим, Д. Сигел ; пер. с англ. – М. : Филинь, 1996. 5. Бланк И. А. Управление формированием капитала / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2000. 6. Момот Т. В. Вартісно-орієнтоване корпоративне управління: від теорії до практичного впровадження / Т. В. Момот. – Харків : ХНАМГ, 2006.

УДК 659.4

Тімонін К. О.

ОЦІНКА СТУПЕНЯ ЕМОЦІЙНОЇ ЗАДОВОЛЕНOSTІ БРЕНДОМ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Запропоновано методичний підхід до оцінки емоційної задоволеності брендом промислового підприємства, який базується на оцінюванні шляхом опитування споживачів сукупності параметрів у межах чотирьох типів задоволення від бренда: ідеологічного, психологічного, соціологічного та культурного.

Аннотация. Предложен методический подход к оценке эмоциональной удовлетворенности брендом промышленного предприятия, основанный на оценивании путем опроса потребителей совокупности параметров в пределах четырех типов удовольствия от бренда: идеологического, психологического, социологического и культурного.

Annotation. The methodical approach to assessing emotional satisfaction with the brand of industrial enterprise, based on evaluation of consumer survey by the set of parameters within the four types of pleasure from the brand: the ideological, psychological, sociological and cultural, is offered.

Ключові слова: бренд, емоційна складова бренда, параметри оцінювання емоційної задоволеності брендом.

У сучасному орієнтованому на споживача ринковому середовищі важливу роль відіграє вивчення емоційної складової бренду, яка є його суб'єктивною складовою та відображає сприйняття бренду суб'єктами внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства [1].

© Тімонін К. О., 2010



Емоційний підхід до бренд-менеджменту є підходом, який базується на оцінюванні отриманого споживачем вдовolenня від бренда з метою максимізації цих вигід для підвищення лояльності споживачів, а також ідентифікації тих аспектів та характеристик, які є джерелами утримання та посилення позицій торгової марки, а також тих емоційних характеристик, які викликають невдоволення споживачів та є причиною емоційного дисонансу.

Результати аналізу дозволять визначити змінні диференціації продукту, які можуть бути використані для успішного позиціонування продукції на ринку, посилення конкурентних позицій.

Емоційне вимірювання бренда пропонується здійснювати на основі аналізу чотирьох типів вдовolenня від бренда, які мають емоційну природу та системно представлені в роботі Я. Еллвуда: це ідеологічне, психологічне, соціологічне та культурне вдовolenня [2].

Для проведення аналізу доцільно скористатися якісними методами, серед яких найпоширенішим є метод експертних оцінок.

Для вивчення характеристик емоційної привабливості бренда для споживачів пропонуються такі параметри оцінювання кожної складової (табл. 1).

Оцінка цих параметрів здійснювалася за допомогою анкетування. Питання в анкеті є закритого типу, які включають набір запропонованих відповідей (чотири), проранжованих за ступенем погодження з певним твердженням або запитанням анкети. Кожній відповіді присвоюють бали від 3 – повне погодження, до 0 – повне непогодження із твердженням або питанням анкети.

Таблиця 1

Параметри оцінювання емоційного задоволення брендом підприємства

№ п/п	Складова оцінювання	Параметри оцінювання
1	Ідеологічна задоволеність	1. Патріотичні відчуття у процесі споживання вітчизняної торгової марки. 2. Сприяння вирішенню екологічних проблем, зменшенню рівня забруднення зовнішнього середовища та покращення екологічного рівня виробництва. 3. Попередження виникненню травматичних та небезпечних випадків на виробництві. 4. Ступінь відповідності сучасним вимогам та тенденціям за дизайном, формою, кольором. 5. Ступінь відповідності продукції антропометричним параметрам. 6. Утилізація продукції та вплив на забруднення навколишнього середовища
2	Психологічна задоволеність	1. Сприяння підвищенню продуктивності праці. 2. Сприяння підвищенню рівня мотивації робітників та їх креативності. 3. Сприяння скороченню кількості робочих місць, що використовують ручну працю, або підвищенню питомої ваги автоматизованої праці
3	Соціологічна задоволеність	1. Сприяння підвищенню рівня визнання майстерності та професіоналізму. 2. Покращення перебігу процесу праці, сприяння скороченню конфліктів на виробництві та покращенню взаємовідносин між співробітниками підприємства. 3. Формування приналежності підприємства до групи підприємств-лідерів у галузі з використання новачій. 4. Відомість про визнання товарної марки на внутрішньому ринку під час участі у виставках, професійних конкурсах та її фактичне визнання. 5. Відомість про отримання товарною маркою визнання на зовнішньому ринку під час участі у виставках, професійних конкурсах та фактичне отримання нагород. 6. Патентування розробок підприємства (товарної марки) та їх практичне використання. 7. Підтримка соціальних проектів та суспільних ініціатив і фактичні заходи з такої підтримки. 8. Відомість та популярність бренда у професійних колах
4	Культурна задоволеність	1. Ступінь сприяння підвищенню іміджу підприємства на ринку. 2. Ступінь сприяння підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку. 3. Ступінь досягнення брендом відомості за рахунок участі у номінаціях на звання кращого на міжнародному рівні та фактична участь у таких номінаціях. 4. Ступінь досягнення брендом відомості за рахунок участі з номінаціях на звання кращого на рівні країни та фактична участь у таких номінаціях. 5. Ступінь досягнення брендом відомості за рахунок участі у номінаціях на звання кращого на рівні галузі та фактична участь у таких номінаціях. 6. Відомість про повагу та визнання у професійних та політичних колах першого керівника і/або власників даного підприємства. 7. Відомість про здійснення брендом підтримки мистецьких заходів, які спрямовані на підтримку національної культури та фактична участь у таких заходах. 8. Відомість про підтримку підприємством постійних зв'язків з територіальною громадою як ініціатор і/або учасник заходів з розвитку міста, регіону та фактична участь у таких заходах

У ролі цільової аудиторії для проведення опитування виступили менеджери промислових підприємств (переважно вищої та середньої ланки), які використовують продукцію промислового призначення машинобудівного комплексу (переважно таку, яка є активною частиною основних ви-

робничих фондів), тобто виступають як споживачі цієї продукції. За базу дослідження обрано провідне харківське підприємство ВАТ "Турбоатом", яке спеціалізується на виробництві парових та гідравлічних турбін, а також іншого енергетичного обладнання для підприємств енергетики.

Розрахунки рівня задоволеності здійснювалися як в цілому, так і для кожної емоційної складової окремо. Рівень задоволеності розраховувався за такою формулою:

$$Z = \frac{\sum B_{\phi}}{\sum B_{\max}} \times 100\% ,$$

де B_{ϕ} – фактична кількість балів за результатами відповідей респондентів на питання анкети;
 B_{\max} – максимальна кількість балів, яка розраховується виходячи з кількості запитань і максимальної оцінки за кожну відповідь (3 бали).

Результати розрахунків рівня задоволеності споживачів продукції ВАТ "Турбоатом" наведені в табл. 2.

Таблиця 2

Результати розрахунків рівня задоволеності споживачів продукції ВАТ "Турбоатом"

Складові емоційної задоволеності	Фактичне значення	Максимальне значення
Ідеологічна задоволеність, %	78,89	100
Психологічна задоволеність, %	91,11	100
Соціологічна задоволеність, %	83,94	100
Культурна задоволеність, %	91,90	100

Таким чином, запропонований підхід дозволив визначити рівень емоційної задоволеності споживачів брендом ВАТ "Турбоатом". Результати свідчать про низький рівень ідеологічної та соціологічної задоволеності, що потребує прийняття управлінських рішень для підвищення лояльності споживачів.

Так, для підвищення рівня ідеологічної задоволеності необхідна реалізація заходів щодо підвищення екологічності продукції, покращення її естетичних та антропометричних параметрів, забезпечення високого рівня надійності у процесі експлуатації. Для підвищення рівня соціологічної задоволеності необхідна активна участь підприємства у спеціалізованих виставках, професійних заходах на внутрішньому та зовнішньому ринках, патентування нових розробок, підтримка соціальних проектів для поширення відомості та позитивного іміджу марки.

Література: 1. Тімонін К. О. Складові оцінювання ефективності бренду підприємства: економічна та соціальна / К. О. Тімонін // Управління розвитком : зб. наук. статей. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. – № 17. – С. 199–201. 2. Слывуд Я. 100 приемов эффективного брендинга / Я. Слывуд ; пер. с англ. ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Питер, 2002. – 368 с. 3. Малинка О. Измерение капитала бренда на базе ДНК-подхода к построению бренда / О. Малинка, А. Устенко // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 5 (153). – С. 44–48. 4. Стратегія ефективного брендингу : монографія / О. В. Кендюхов, С. М. Димитрова, Л. А. Радкевич, О. В. Кужилова ; Донец. нац. Ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : Вид. "Вебер", 2009. – 280 с.

УДК 005.412 (477)

Басова О. С.

НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

Анотація. Запропоновано послідовність етапів аналізу науково-технологічної діяльності регіону та досліджено сучасний стан науково-технологічної сфери підприємств та організацій Харківщини.

Аннотация. Предложена последовательность этапов анализа научно-технологической деятельности региона и исследовано современное состояние научно-технологической сферы предприятий и организаций Харьковщины.

© Басова О. С., 2010



Annotation. A sequence of stages of analysis of scientific and technological activities in the region is suggested and the current state of scientific and technological sphere enterprises and organizations of the Kharkiv region are examined.

Ключові слова: науково-технологічна діяльність, Харківський регіон, наукові та науково-технічні роботи, аналіз науково-технологічної діяльності.

У сучасних умовах господарювання актуальними стають питання щодо розвитку, який базується на науковій та науково-дослідницькій діяльності. Досягнення науки, техніки і технології виступають ключовим фактором поліпшення якості продукції та послуг, економії усіх видів ресурсів, зростання продуктивності праці, вдосконалення організації виробництва та підвищення його ефективності. Усе це забезпечує зростання конкурентоспроможності на всіх рівнях: країна – регіон – галузь – підприємство. Особливо зростає значущість науково-технологічної діяльності регіонів як основи економічного розвитку та підвищення добробуту населення.

Метою роботи є виявлення характерних особливостей та основних тенденцій щодо результатів науково-технологічної діяльності Харківського регіону, що є важливим моментом для обґрунтування заходів щодо підвищення науково-технологічного рівня розвитку як промислових підприємств, так і регіону в цілому.

Харківський регіон є провідним науковим і промисловим центром України, науково-технологічний та промисловий потенціал якого може і повинен стати головним ресурсом сталого розвитку, визначаючи перспективний соціально-економічний і культурний стан регіону. Наявність такого потенціалу об'єктивно складає одну з вирішальних переваг у процесі ринкової трансформації економіки і є одним з найбільш значущих факторів у розробці та реалізації стратегічних орієнтирів регіонального розвитку.

На основі дослідження показників щодо аналізу науково-технологічної діяльності, які найширше вживаються у вітчизняній та зарубіжній практиці, пропонується проводити аналіз за такими етапами (рис. 1).

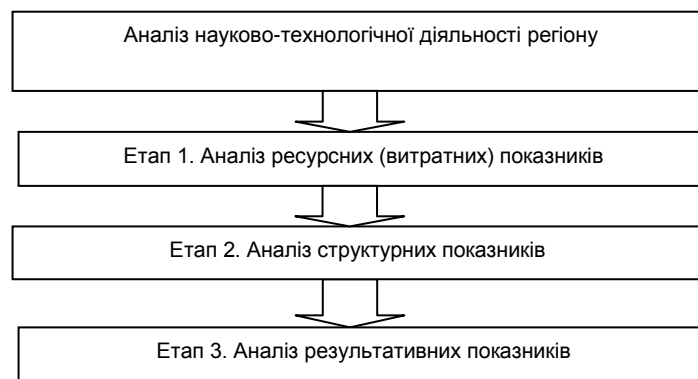


Рис. 1. Послідовність аналізу науково-технологічної діяльності регіону

Результативність науково-технологічної діяльності (НТД) багато в чому залежить від обсягів і структури фінансування наукових та науково-технічних робіт (ННТР). Фінансування внутрішніх витрат організацій та підприємств регіону на виконання ННТР за останні 3 роки має позитивну динаміку, при цьому у 2008 р. сума витрат досягла 1343,7 млн грн (максимум), що в 2 рази більше, ніж у 2006 році. При цьому слід зазначити про збільшення обсягів фінансування з бюджету, що розширяє можливості проведення наукових досліджень. У структурі фінансування ННТР на підприємствах регіону частка бюджетних асигнувань у 2008 р. склала 39,5 % усіх надходжень, що на 4,6 % більше, ніж у 2006 році. Традиційно лівова частка ННТР виконувалась за рахунок коштів замовників, за виключенням 2008 р., коли обсяг фінансування з держбюджету майже дорівнював обсягу фінансування замовників. Спостерігається позитивна динаміка щодо виконання ННТР за рахунок власних коштів, за останні 3 роки ця сума збільшилась майже в 2 рази.

Чисельність фахівців, що виконували ННТР, за останні 13 років зменшилась більш, ніж у 3 рази. У 2008 р. вона склала 15,6 тис. осіб, серед яких докторів наук 4,0 %, кандидатів наук – 17,7 %. Скорочення чисельності працівників наукової сфери країни на сьогодні не є вирішальним фактором незадовільного кадрового забезпечення НТД, тому що сучасні процеси розвитку науки, техніки і технології у світі, швидкість оновлення високотехнологічних продуктів висувають на перше місце окремих науковців та їх особисту мобільність і комунікативність, а також рівень безпосередньої кваліфікації науковців, здатність до постійного самовдосконалення та творчої діяльності [1].

Протягом останніх років значно погіршився стан матеріально-технічної бази організацій та підприємств, що займаються НТД. Саме тому питання щодо оновлення матеріально-технічної бази наукової сфери сьогодні виходить на перший план.

Аналіз структурних показників свідчить про негативні тенденції у сфері НТД. За останні 6 років спостерігається поступове зниження кількості організацій, які виконували ННТР (рис. 2). Кіль-

кість організацій та підприємств регіону, які займалися виконанням досліджень і розробок (у т. ч. і у сфері інтелектуальної праці та генерації нових ідей), у 2008 р. була на рівні 2000 р. і складала 217 організацій, що на 10,0 % менше, ніж у 2002 р., коли їх кількість була максимальною.

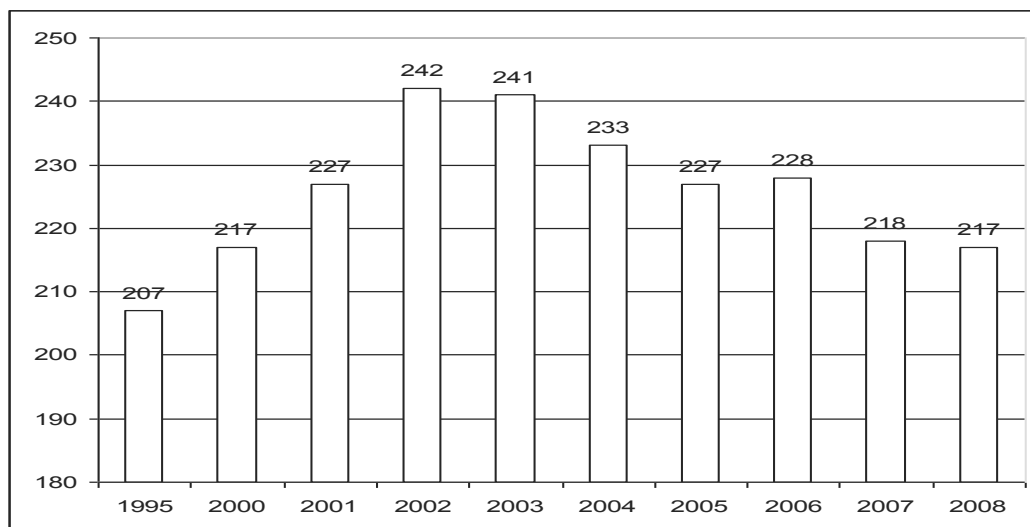


Рис. 2. Організації, які виконували ННТР (складено автором за даними [2 – 4])

Наукова діяльність регіону розподіляється за профілями: академічним, галузевим, вузівським та заводським. Переважна більшість організацій з 1995 р. належала до галузевого профілю (більше 60,0 %). Особливої уваги заслуговує тенденція зростання протягом останніх 13 років кількості організацій вузівського та заводського профілю.

Аналіз одного з найважливіших результативних показників, а саме кількість виконаних ННТР у регіоні, показав, що у 2007 р. творча активність науковців за останні 3 роки була максимальною (таблиця). Науковими організаціями та підприємствами регіону впродовж 2008 р. виконувались близько 10,0 тис. одиниць ННТР, що на 2,7 % менше, ніж у 2007 році. Слід зазначити, що кількість організацій, які виконували ННТР майже не змінилась.

Таблиця

Кількість виконаних ННТР у Харківському регіоні (одиниць)*

Показник	2006 рік (база)	2007 рік	у % до бази	2008 рік	у % до бази
Усього по регіону	9804	10232	104,4	9954	101,5
у тому числі:					
а) зі створення нових видів виробів:	1537	1568	102,0	1410	91,7
з них ресурсозберігаючих	526	403	76,6	507	96,4
б) технологій:	1642	1746	106,3	1292	78,7
з них ресурсозберігаючих	430	531	123,5	495	115,1
в) матеріалів	164	243	148,2	207	126,2
г) сортів рослин, порід тварин	43	88	204,7	65	151,2
д) методів, теорій	1466	1541	105,1	1494	101,9
ж) інші	4952	5046	101,9	5486	110,8

*Складено автором за даними [2 – 4]

До розряду робіт з пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки, над якими працювали науковці у 2008 р., належали 842 одиниці ННТР (8,5 % від загальної кількості виконаних робіт проти 7,3 % у 2007 році та 8,0 % у 2006 році). Найвагоміша частка цих розробок проводилась в таких наукових сферах, як створення нових методів і теорій (44,3 % усіх пріоритетних робіт), розробка нових технологій (15,0 %) та створення нових видів виробів (14,4 %), понад 19,0 % робіт з іншої наукової спрямованості. У цілому ж, у сфері пріоритетних домінують фундаментальні дослідження з найважливіших проблем природничих, суспільних і гуманітарних наук та розробки новітніх технологій (у т. ч. ресурсозберігаючих) в енергетиці, промисловості, аграрному комплексі.

Патентно-ліцензійна робота наукових організацій та підприємств регіону здійснювалась переважно в межах країни. Загальна кількість поданих заявок у 2008 р. зменшилася на 5,0 %, кількість отриманих охоронних документів зменшилася на 4,0 % порівняно з 2006 р., що є негативним явищем.

Публікаційна активність науковців області продовжує зростати за останні 3 роки. Так, кількість друкованих робіт збільшилась майже на 20,0 %, що свідчить про значне зростання творчої активності.



Аналіз підприємств та організацій Харківщини свідчить, що науково-технологічний потенціал регіону – це фундамент економічного розвитку та основа для вирішення соціально-економічних завдань, що потребує виокремлення факторів позитивного та негативного впливу на науково-технологічну сферу. Подальший розвиток науково-дослідної діяльності в Харківському регіоні гальмується недостатнім обсягом фінансування з бюджету, відсутністю ефективних механізмів комерціалізації результатів наукових досліджень, недостатнім рівнем інформаційно-організаційного забезпечення процесів проведення наукових досліджень.

Результати проведеного аналізу НТД Харківського регіону дозволяють обґрунтувати комплекс заходів щодо її активізації, що і буде наступним етапом дослідження.

Література: 1. Бублик С. Г. Кадрове забезпечення науково-технологічного розвитку [Електронний ресурс] / С. Г. Бублик – Режим доступу : http://experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=10980. 2. Інноваційна діяльність у Харківській області за 2008 рік. Статистичний збірник. – Харків : Головне управління статистики у Харківській області, 2009. – 102 с. 3. Наукова діяльність у Харківській області, 2009. – 140 с. 4. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. [відп. за випуск І. В. Калачова] ; Держкомстат. – К. : ДП "Інформ.-аналіт. агентство", 2008. – 361 с.

Гордієнко Л. Ю.

УДК 658

УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ ТРАНСФОРМАЦІЯМИ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАТЬ

Анотація. Обґрунтовано управління організаційними трансформаціями розглядати як фактор економічного розвитку підприємства в умовах економіки знань. Запропоновано використання інформатичного інструменту – банку методів та моделей у процесі управління організаційними трансформаціями.

Аннотация. Обосновано управление организационными трансформациями рассматривать как фактор экономического развития предприятия в условиях экономики знаний. Предложено использовать информатический инструмент – банк методов и моделей в процессе управления организационными трансформациями.

Annotation. The management of organizational transformations is proved to consider as the factor of economic development of the enterprise in conditions of economy of knowledge. It is offered to use the informatics tool – bank of methods and models during management of organizational transformations.

Ключові слова: управління організаційними трансформаціями, інформативний інструментарій, економіка знань.

Сьогодні популярною в наукових і практичних колах стає концепція економіки знань, яка набуває вагу в умовах посилення глобальної конкуренції. Економіка знань – або, інакше, економічний ефект знань – це термін, на думку Пола Давенпорта (президента Університету Західного Онтаріо), що наведений в [1], використовуваний за останні три десятиліття для позначення еволюції країн з передовою економікою.

Отже, підприємства в сучасних умовах можуть бути конкурентоспроможними, якщо сформують свій економічний розвиток відповідно до новітніх тенденцій, тобто включаючись в економіку знань. Актуальність даного питання підтверджує значна кількість праць, написаних вченими як економістами, так і представниками інших галузей знань, серед яких такі, як П. Давенпорт [1], Бобылев С. Н. [2], Глухов В. В., Коробко С. Б., Мариніна Т. В. [3], Макаров В. Л. [4] та ін. У цих працях висвітлені питання формування економіки знань, в тому числі в контексті стійкого розвитку, створення середовища сприятливого для розвитку економіки знань, про розуміння природи інформації як засобу розвитку економіки та суспільства в цілому тощо. У той же час практично відсутні роботи, в яких висвітлюються проблеми управління організаційними трансформаціями як фактору економічного розвитку підприємства в умовах економіки знань, що обумовило мету даної статті.

© Гордієнко Л. Ю., 2010

В останні роки в теорії та практиці управління організаціями популярним є підхід, коли організація (підприємство, корпорація тощо) розглядається як жива істота, як, наприклад, запропоновано Арі де Гусом [5]. Таке твердження, як відмічають Кизим М. О., Пилипенко А. А., Ялдин І. В. в книзі [6, с. 81], співпадає з гуманістичною концепцією (на відміну від "машинної моделі", яка більше співвідноситься з систематизуючими концепціями).

Отже, якщо підприємство розглядати як "живу організацію", а також враховувати той факт, що підприємство ще відноситься до соціально-економічних систем, тобто таких, де люди приймають рішення, то правомірно підтримати точку зору, якої дотримуються автори книги [6, с. 84], відповідно до якої кожна вже існуюча організація може розглядатися як така, що постійно навчається та створює власне знання. Ураховуючи той факт, що сучасний період розвитку економіки характеризується інтенсивними процесами змін, в тому числі системного та корінного характеру як у зовнішньому середовищі, так і всередині організацій (перебудова, реструктуризація, реорганізація тощо, які слід віднести до організаційних трансформацій), то правомірним буде твердження, відповідно до якого підприємство має володіти знаннями щодо здійснення організаційних трансформацій та управління ними, щоб забезпечити свій сталий економічний розвиток.

Знання відповідно до обраного підходу можна витлумачити використовуючи визначення, яке надано в [7, с. 67], тобто – "це виявлені людиною закони й закономірності предметної області, які дозволяють ставити та вирішувати задачі в цій області. Знання, хоча й засновані на емпіричних даних, але становлять результат розумової діяльності людини, спрямованої на узагальнення її практичного досвіду. У базі знань зберігаються знання про раніше вирішені проблеми та способи їхнього вирішення, а також різні рекомендації, які узагальнюють досвід експертів щодо процесу прийняття рішень".

Отже, рішення щодо управління трансформаційними процесами на підприємстві доцільно виробляти та приймати на підставі використання концепції управління знань, реалізацією якої буде створення системи підтримки відповідних управлінських рішень, яка у ролі основних компонентів повинна мати базу знань та банк методів і моделей управління цими знаннями.

Упровадження будь-якої системи управління, заснованої на сучасних інформаційних технологіях, які в тому числі використовуються в інструментальному середовищі банку методів і моделей при формуванні рішень з управління організаційними трансформаціями, – досить складний процес, ключовим компонентом якого є моделювання, яке має забезпечити не тільки реорганізацію й реструктуризацію існуючої структури організації, але і її реінжиніринг, ревіталізацію й адаптацію до нових умов бізнесу. Крім того, щоб забезпечити ефективне моделювання відповідного рішення щодо того чи іншого виду організаційної трансформації, в інструментальному середовищі банку методів і моделей (БнММ), яке у свою чергу має бути інтегроване з процесом навчання осіб, що приймають такі рішення, БнММ має бути імплементованим у систему управління організацією (підприємством і т. п.), яка вже склалася.

Процес імплементатії БнММ у систему формування рішень з управління організаційними трансформаціями на підприємстві доцільно здійснювати з урахуванням певних критеріїв вибору інформаційних систем, орієнтовний набір яких наведений на рис. 1, і певних аспектів – на рис. 2.

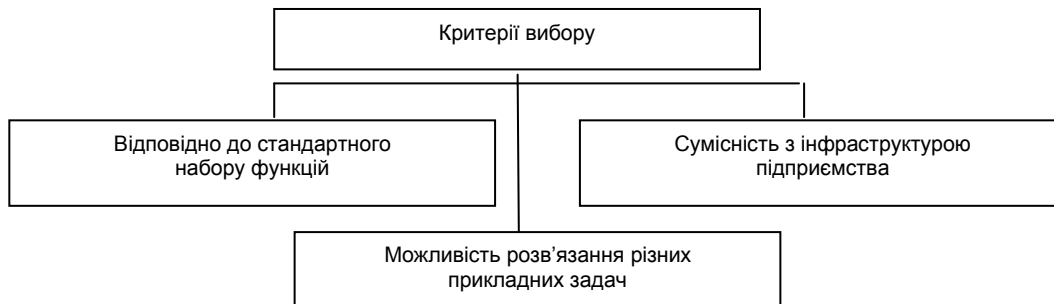


Рис. 1. Критерії вибору інформаційних систем [8, с. 537]



Рис. 2. Аспекти вибору інформаційної системи [8, с. 537]



Після ухвалення рішення про необхідність впровадження системи і її вибору здійснюється планування робіт і визначення організаційних завдань. Потім проводиться обстеження об'єкта, і паралельно із цим процесом можливе навчання адміністраторів, які повинні будуть згодом "вести" систему. З метою повного задоволення запитів організації у процесі проектування проводяться доробка системи й розробка спеціальних модулів, призначених для вирішення спеціалізованих і позаштатних завдань.

Отже, сучасний інформатичний інструментарій – БнММ – стає тією базою, яка дозволить підприємству здійснювати організаційні трансформації та оптимально управляти ними, що стане одним із факторів його ефективного існування та розвитку в умовах економіки знань.

Література: 1. Давенпорт П. Канадские университеты и "экономика знаний" [Электронный ресурс] / П. Давенпорт. – Режим доступа : [http://www.vestnik.fu.ru/1\(13\)2000/3.html](http://www.vestnik.fu.ru/1(13)2000/3.html). 2. Бобылев С. Н. Формирование экономики знаний в контексте устойчивого развития / С. Н. Бобылев // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 6. Экономика. – 2008. – № 5. – С. 112–114. 3. Глухов В. В. Экономика знаний / В. В. Глухов, С. Б. Коробко, Т. В. Маринина. – СПб. : Питер, 2003. – 528 с. 4. Макаров В. Л. Экономика знаний: уроки для России [Электронный ресурс] / В. Л. Макаров. – Режим доступа : <http://vivovoco.rsl.ru/VV/JOURNAL/VRAN/SESSION/VRAN5.HTM>. 5. Ари де Гиус. Живая компания. Рост, научение и долгожителство в деловой среде / Ари де Гиус. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2004. – 224 с. 6. Кизим М. О. Управління створенням і розвитком видатної корпорації : монографія / М. О. Кизим, А. А. Пилипенко, І. В. Ялдин. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2007. – 208 с. 7. Системи підтримки прийняття рішень / О. І. Пушкар, В. М. Гіковатий, О. С. Євсєєв, Л. В. Потрашкова ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Пушкаря О. І. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 304 с. 8. Информатизация бизнеса: концепции, технологии, системы / А. М. Карминский, С. А. Карминский, В. П. Нестеров, Б. В. Черников ; под ред. А. М. Карминского. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 624 с.

Гордиенко А. И.

УДК 65.01

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Рассматриваются вопросы социально-экономических отношений, складывающиеся в процессе развития социальной ответственности отечественных предприятий.

Анотация. Розглянуто питання соціально-економічних відносин, що складаються у процесі розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств.

Annotation. The questions of the socioeconomic relations developing during development of the social responsibility of the domestic enterprises are considered.

Ключові слова: підприємство, соціальна відповідність, вимоги до підприємства, соціальна політика, конкурентні переваги підприємства.

Основным элементом рыночного хозяйства является предприятие. Под предприятием понимается экономический субъект, который занимается производственной деятельностью и обладает хозяйственной самостоятельностью (в принятии решений о том, что, как и в каких размерах производить, где, кому и по какой цене продавать свою продукцию). Социальное развитие страны зависит от социальной направленности деятельности предприятий. Отсюда следует, что усиление социальной направленности деятельности предприятия способствует ускорению социально-экономического развития страны.

Целью написания данной работы является рассмотрение некоторых направлений рационализации социальной политики на предприятиях, а также выявление приоритетов развития социальной их ответственности.

В промышленной сфере в настоящее время ко всем предприятиям предъявляются следующие важнейшие требования:

1) использование достижений научно-технического прогресса и обеспечение на этой основе высокого технико-экономического уровня производства и выпускаемой продукции;

© Гордиенко А. И., 2010

2) маневренность и мобильность, то есть способность в короткие сроки переключаться с производства одних видов изделий на другие или выпускать их параллельно в нужных общества количествах;

3) рациональное использование всех видов ресурсов, обеспечение высокой эффективности производства;

4) обеспечение оптимальных условий труда и социального развития коллектива предприятия;

5) экологичность всех видов деятельности.

Остановимся подробнее на двух последних.

В современных условиях деятельность отечественных предприятий можно охарактеризовать как классическую взаимосвязь между трудом и капиталом, согласно которой производительное использование капитала предполагает использование труда, а существование наемного труда невозможно без капитала, предъявляющего спрос на труд. Между тем, это не единственная связь, возникающая между трудом и капиталом. Дело в том, что производительное использование капитала само является трудом, обладающим весьма сложной спецификой, в соответствии с которой важную роль играет менеджер (наемный работник), обеспечивающий эффективное (прибыльное) использование капитала.

Моральные отношения на предприятиях часто меняются в худшую сторону. Появились такие новые тенденции, как резкий рост оплаты труда руководителей на фоне неоправданно низких окладов рядовых работников; отстранение последних от участия в управлении организацией, участвовавшие случаи несоблюдения работодателями трудового законодательства и нарушения прав женщин; необоснованное увольнение работников на основе субъективных оценок их труда, поведения и др. [1].

Какие же существуют пути разрешения данной проблемы?

Если обратиться к зарубежной практике, то с 50-х годов XX столетия во многих развитых странах стал вопрос о целях, функциях и социальной ответственности деятельности предприятий и организаций, а также их связи с государством [2].

Социальная ответственность отличается от юридической и рассматривается как добровольный отклик предприятия на социальные проблемы своих работников, жителей города, страны. Понятие "социальная ответственность" означает способность организации или предприятия оценить последствия своей деятельности для устойчивого социального развития общества.

Социальная ответственность – широкое понятие, охватывающее и такие проблемы, как экология, социальная справедливость, равноправие. Представляется, что предприятия обязаны проявлять ответственность прежде всего в трех областях – финансы, влияние их деятельности на общество и окружающую среду, воздействие на экологию.

В промышленно развитых странах мира все большую роль играют сегодня документы, содержащие нормативные требования, политическую линию и процедуры, обеспечивающие социальную ответственность организаций, в первую очередь в областях, определенных Всемирной декларацией прав человека, конвенцией ООН по правам детей, конвенциями и рекомендациями МОТ и других организаций.

Что касается Украины, то большие проблемы в сфере развития социальной составляющей деятельности предприятий создают отсутствие качественных нормативных актов, которые определяют государственную политику в этой сфере, высокая коррупция и т. д. В результате распространено производство продукции (услуг) опасных для морали, здоровья, жизни, имущества людей, а также для окружающей среды [3].

Рациональное развитие социальной составляющей деятельности предприятия обеспечивает ему ряд существенных преимуществ. Прежде всего формируется более привлекательный имидж предприятия в обществе, возрастает доверие и лояльность к нему со стороны потребителей его продукции; становится возможным привлекать, мотивировать и удерживать хороших работников; увеличивается число клиентов, повышается объем производства и реализации; повышается конкурентоспособность предприятия; появляется возможность получения выгодных заказов. Благодаря возросшему имиджу увеличивается возможность успешного выхода на зарубежные рынки, повышается инвестиционная привлекательность предприятия для инвесторов.

Литература: 1. Омаров А. М. Экономика производственного объединения (предприятия) / А. М. Омаров. – М. : Экономика, 2007. – 550 с. 2. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2010. – 816 с. 3. Орлов П. А. Влияние качества государственного регулирования экономики на конкурентоспособность продукции и становление социально ответственного маркетинга / П. А. Орлов // Бизнес-Информ. – 2009. – № 4(3). – С. 4–10. 4. Грищенко О. В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / О. В. Грищенко. – М., 2007. – 370 с.



ОСОБЛИВОСТІ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено підходи щодо оцінки інтелектуального потенціалу підприємства з урахуванням його трьох основних складових, а саме: людського, структурного та споживчого капіталів. Визначено основні особливості оцінки інтелектуального потенціалу підприємства.

Анотация. Исследуются подходы к оценке интеллектуального потенциала предприятия с учетом его трех основных составляющих, а именно: человеческого, структурного и потребительского капиталов. Определены основные особенности оценки интеллектуального потенциала предприятия.

Annotation. Approaches to estimation of enterprises' intellectual potential are examined according to its three basic components: human, structural and consumer capital. Basics for enterprises' intellectual potential are determined.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, інтелектуальний потенціал, оцінка інтелектуального потенціалу, науково-технічний потенціал, структурний капітал, людський капітал, споживчий капітал.

Інноваційний шлях розвитку економіки України ґрунтується на ефективному використанні вітчизняними підприємствами інтелектуального капіталу. Його частка у структурі капіталу сучасного підприємства в розвинених країнах світу досягає 60 – 70 %. Зростання актуальності оцінки інтелектуального потенціалу підприємства потребує дослідження для напрацювання методичних підходів до цієї проблеми на конкретних підприємствах.

У сучасній економічній літературі [1 – 6] проблему оцінки інтелектуального потенціалу розглядають у складі інтелектуального капіталу, що потребує визначити та виокремити ті елементи, які належать до оцінки саме інтелектуального потенціалу.

Інтелектуальний потенціал (ІП) як ресурс набуває визначальної місії для оновлення інтелектуального капіталу (ІК) підприємства, що зумовлює оцінювання ІП у поточній діяльності підприємства та перспектив його розвитку. Ця проблема залишається дуже складною й актуальною на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях, зокрема для вітчизняних підприємств в умовах розвитку інформаційної економіки. Т. Стюарт [5] зазначив, що для підприємств різних галузей може бути однаковим тільки підхід щодо оцінки інтелектуального капіталу. Набір показників має бути конкретним з урахуванням особливостей кожного окремого підприємства. Але на сьогодні недостатньо систематизовані дослідження у цій сфері та відсутня загальноовизнана методологія оцінки ІП підприємства. Розмежованість та багатоаспектність напрямів досліджень щодо проблем оцінки інтелектуального потенціалу та інтелектуального капіталу стало наслідком відсутності єдиних методичних підходів щодо їх оцінки.

Автор А. Пулік [6] використовує метод оцінки вартості доданої інтелектуальним капіталом, що враховує дві складові ІК – це людський та структурний капітали. Ця методика не повною мірою враховує показники ІК та інтелектуального потенціалу. Людський капітал розглядається тільки як сума витрат на утримання та підвищення кваліфікації персоналу. Зовсім не враховано сукупність знань, навичок, здібностей, набутої освіти, професійні знання, кваліфікацію тощо.

Розрахунки частки внеску структурного капіталу до доданої вартості не беруть до уваги наявність споживчого капіталу підприємства, який забезпечує зворотній зв'язок із споживачем, імідж підприємства (зокрема торгову марку) тощо і також має свою частку в доданій вартості.

Зовсім відсутня третя складова – споживчий капітал.

Наступна методика щодо оцінки інтелектуального капіталу підприємства [4] заснована на методі прямого вимірювання (фінансові методи). Ці методи вимірювання побудовані на загальних показниках діяльності і не враховується в повному обсязі індивідуальні показники людського, структурного та споживчого капіталів підприємства. Узагальнюючі показники надають можливість лише приблизно оцінити реальну вартість ІК, ґрунтуючись на гіпотезі, що інші підприємства галузі недостатньо або навпаки краще використовують власний ІК відносно до підприємства, що оцінюється.

Проблеми оцінки ІК та інтелектуального потенціалу були досліджені в роботі Н. Гавкалової [2]. Для виявлення прихованих причинно-наслідкових зв'язків та впливу комплексних факторів на формування і розвиток ІК підприємства автор застосовує один із методів багатовимірного статистичного моделювання – факторний аналіз. Використання цього методу надає можливість визначити та провести кількісний опис узагальнених показників (факторів або складових) на основі характеристик всього набору первісних показників та результативних ознак, які відображають закономірності розвитку досліджуваної системи. Основні показники інтелектуального капіталу згруповано за трьома основними складовими: людський, структурний та споживчий капітали.

У своїх дослідженнях проблем ідентифікації та оцінки інтелектуального капіталу підприємства М. Бендіков і Є. Джамай [1] виокремлюють показники для оцінки людського та структурного капіталів, а також пропонують методику оцінки споживчого капіталу, яка заснована на гіпотезі, що основними творцями споживчого капіталу підприємства є його клієнти (споживачі). Чим більш економічно сильні споживачі, тим більшим споживчим капіталом володіє підприємство.



Інтелектуальний капітал підприємства має складну структуру, на функціонування та розвиток якої впливає багато різномірних факторів. Тому автори роботи [1] використовують комплексну оцінку ІК підприємства, інтегральний показник ІК повинен відображати багатоаспектність діяльності підприємства з урахуванням специфіки кожного суб'єкта господарювання для використання часткових показників.

Інтегральний показник інтелектуального потенціалу підприємства відображає інтелектуальний рівень усіх його основних підрозділів. Для оцінки ІП підприємства В. Євенко, Д. Єрохин та Я. Зайцева [3] пропонують використовувати показники з їх інтегральними оцінками, які складаються з оцінки ІП кожного окремого підрозділу:

- інтелектуальний потенціал персоналу підприємства;
- інтелектуальне матеріальне забезпечення;
- інтелектуальний науково-технічний потенціал;
- інтелектуальна інформаційна база.

Для співставлення показників у рамках інтегральних оцінок груп і розрахунку узагальнюючого рейтингу використовуються зважені суми, у яких питому вагу коефіцієнтів визначають на основі використання експертного підходу [3].

На основі аналізу підходів та методів [1 – 6] оцінки інтелектуального капіталу можна зробити висновок, що оцінка інтелектуального потенціалу підприємства має такі особливості:

оцінку інтелектуального потенціалу підприємства необхідно здійснювати на основі використання інтегрального показника;

інтегральний показник слід визначати на основі часткових показників людського, структурного та споживчого капіталів, що надасть можливість визначити внесок кожної зі складових інтелектуального потенціалу у формуванні його сукупної (ІП) величини;

для розрахунку інтегрального показника треба застосовувати математичний апарат прикладних програм;

необхідно розробити шкалу, що забезпечить оцінювання отриманих значень складових інтелектуального потенціалу до відповідних рівнів;

забезпечити можливість визначити резерви зростання окремих показників людського, структурного та споживчого капіталів, що стане підґрунтям для вироблення практичних рекомендацій щодо управління інтелектуальним потенціалом підприємства.

Проаналізовані підходи та методики щодо оцінки інтелектуального потенціалу у складі інтелектуального капіталу підприємства не можуть бути безпосередньо використані в сучасних умовах вітчизняної економіки. Крім того, вони не враховують повною мірою прямого впливу інтенсивності використання складових інтелектуального потенціалу, що потребує подальшого їх розвитку й удосконалення.

Література: 1. Бендиков М. Интеллектуальный капитал развивающейся фирмы: проблемы идентификации и измерения [Электронный ресурс] / М. Бендиков. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/management/2001-4/01.shtml>. 2. Гавкалова Н. Л. Соціально-економічний механізм ефективності менеджменту персоналу: методологія та концепція формування : наукове видання / Н. Л. Гавкалова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. – 400 с. 3. Євенко В. В. Интеллектуальный потенциал промышленного предприятия и способ его измерения [Электронный ресурс] / В. В. Євенко, Д. В. Єрохин, Я. В. Зайцева. – Режим доступа : http://science-bsea.narod.ru/2006/ekonom_2006/evenko_intllekt.htm. 4. Мойсеєнко І. П. Управління інтелектуальним потенціалом : монографія / І. П. Мойсеєнко. – Львів : Аверс, 2007. – 304 с. 5. Стюард Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Томас А. Стюард ; пер. с англ. В. Ноздриной. – М. : Поколение, 2007. – 368 с. 6. Pulic A. An accounting tool for IC management [Electronic resource] / A. Pulic. – Access mode : <http://www.measuring-ip.at/Papers/ham99txt.htm>.

УДК 330.14

Атаманюк Р. Ф.

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК СПОСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Присвячено розкриттю сутності інтелектуалізації персоналу, дослідженню та обґрунтуванню ролі ефективного управління персоналом у системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Аннотация. Посвящено раскрытию сущности интеллектуализации персонала, исследованию и обоснованию роли эффективного управления персоналом в системе обеспечения конкурентоспособности предприятия.

© Атаманюк Р. Ф., 2010



Annotation. The article is dedicated to the essence of personnel intellectualisation, research and grounding a role of effective personnel management in the system of providing enterprise competitiveness.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, управління знаннями, система управління знаннями, інтелектуалізація персоналу конкурентоспроможність підприємства.

Сьогодні незаперечним є той факт, що XXI століття буде розвиватись на основі інтелекту. Тому саме інтелектуалізація персоналу, зокрема підвищення рівня його знань в умовах посиленої інформатизації суспільства, стає найбільш актуальним та значимим у сучасних умовах. Ця аксіома стимулює переосмислення підприємством стереотипів господарювання в минулому та пошук нових можливостей досягнення конкурентоспроможності в майбутньому.

Вирішенню окремих завдань зазначеної проблеми присвячені дослідження багатьох науковців, проте, незважаючи на широкий спектр наукових публікацій, залишаються відкритими для дискусії питання оцінки якості знань, формування принципів і реалізації механізмів впровадження системи управління знаннями в досягненні підприємством конкурентних переваг.

Особливої актуальності набуває вирішення проблеми визначення пріоритетних напрямків розвитку підприємства шляхом формування та ефективного використання його стратегічних активів і, перш за все, їх нематеріальної складової – інтелектуального капіталу. Сучасному підприємству необхідно постійно відслідковувати адекватні умовам сьогодення методи та способи управління, формувати у працівників стратегічне мислення та активно використовувати його на практиці.

Провідне місце в управлінні розвитком сучасного підприємства належить конкурентоспроможності персоналу (окремого працівника або керівника), що відображається у своєчасному реагуванні на процеси науково-технічних та соціально-економічних змін. Науково-технічний прогрес супроводжується динамізмом трудової діяльності. Трансформується і сам зміст трудової діяльності, який на теперішній час характеризується послабленням ролі "фізичного маніпулювання предметами та засобами праці і зростання значення "концептуальних навиків", уміння уявляти складні процеси в цілісній системі" [1].

Управління підприємством сьогодні асоціюється із професійною діяльністю. Виробничо-господарська діяльність дедалі більше вимагає від працівників якостей, які не тільки не формувались в умовах поточно-масового виробництва, а й спеціально зводились до мінімуму, що дозволяло спрощувати працю та здешевлювати вартість робочої сили. До таких якостей відноситься професійна майстерність, здатність до самостійних рішень, навички колективної взаємодії, відповідальність за якість продукції, знання техніки та організації виробництва. Характерною є залежність виробництва від якості робочої сили, тому управління знаннями персоналу та його інтелектуалізація набуває все більшого значення як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Кваліфіковане управління знаннями – завдання більш складне, ніж управління матеріальними активами або фінансовими ресурсами. Вирішення цього завдання створює можливість отримувати принципово нові переваги в умовах кон'юнктурних змін, оскільки дозволяє використовувати перспективні технології. У зв'язку з цим підприємства потребують нових управлінських технологій, реалізація яких сприятиме збереженню та вчасному використанню сучасних знань та досвіду, які здатні забезпечити позитивний ефект. За даними Gartner Group, уже сьогодні система управління знаннями здатна збільшити продуктивність компанії, як мінімум, на 20 % [2].

Культивується думка про те, що концепція інтелектуалізації персоналу має "національний відтінок". У США, наприклад, вона прагматична: персонал підприємства (окремого працівника) розглядають як ресурс, до якого потрібно бережно ставитись, а "інвестиції" в нього повинні приносити прибутковість. У Японії людина не тільки ресурс, але й самостійна цінність: тут значно вища роль корпоративної культури та організаційних цінностей. В Україні відбувається процес формування власного концептуального підходу, тому не скоро підхід в управлінні розвитком підприємства досягне світових стандартів [3].

Конкурентоспроможність підприємства обумовлюється багатьма чинниками, серед яких: забезпечення якості праці персоналу, певного рівня його кваліфікації, досвіду, майстерності тощо. Сьогодні для підприємств навчання є не тільки засобом передачі нових навиків співробітникам, а і чинником збільшення інтелектуального потенціалу. Тому не можна не погодитись з тим, що управління знаннями – це стратегія підприємства, мета якої – виявити та пристосувати на користь підприємства всю наявну інформацію, досвід і кваліфікацію працівників з метою покращення якості обслуговування клієнтів та прискорити реагування на ринкові зміни. Унаслідок реалізації такої стратегії підприємство набуває стратегічних та ключових компетенцій, які забезпечують йому неповторність у спільноті подібних економічних суб'єктів [4].

Досвід роботи провідних світових та вітчизняних підприємств засвідчує, що ефективність системи управління знаннями позитивно впливає на успішність розвитку підприємства. Отже, можна стверджувати, що процес управління знаннями набуває практичних обрисів у системі управління сучасним підприємством та сприяє формуванню конкретних результатів на шляху забезпечення конкурентоспроможності та успішності його розвитку.

Незважаючи на активну розробку теоретико-методологічних засад управління знань (у т. ч. у напрямках уточнення та уніфікації понятійно-категоріального апарату, виявлення джерел знань та створення дієвих механізмів управління ними на підприємствах і в організаціях), залишаються дискусійними питання організації системи управління знаннями на підприємстві, визначення критеріїв успішності (або неуспішності) управління ними. На сучасних підприємствах системність в управлінні



ні знаннями, де головний акцент робиться на персонал та його інтелектуалізацію, має стати підґрунтям для ефективного перетворення інформації, якою володіє кожний окремий співробітник, у стратегічний нематеріальний актив підприємства (специфічні, унікальні, рідкісні знання), який і буде ключовим фактором успіху в конкурентній боротьбі в умовах розвитку "нової" економіки [5].

Не можна не визнати і те, що управління знаннями персоналу підприємства в розумінні його інтелектуалізації є невід'ємною складовою розвитку сучасного підприємства, а її впровадження створить об'єктивні передумови для набуття стійких конкурентних переваг, що особливо важливо за умов непередбачуваних змін ринкового середовища.

Література: 1. Семикіна М. В. Мотивація конкурентоспроможності праці як важіль інноваційних зрушень в економіці / М. В. Семикіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2005. – № 2. – С. 44–49. 2. Гребешкова О. М. Моделі й управлінські технології розвитку економічної організації: системний підхід / О. М. Гребешкова // Економіка і підприємництво : зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів / відп. ред. С. І. Дем'яненко. – К. : Видавництво "Аспект-Поліграф", 2007. – Вип. 19. – С. 74–80. 3. Щербак В. С. Управління персоналом підприємства : наукове видання / В. С. Щербак. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2005. – 220 с. 4. Верба В. А. Розвиток компанії на принципах процесного управління / В. А. Верба // Стратегія розвитку України: економіка, соціологія, право : науковий журнал. – 2008. – № 1–2. – С. 517–526. 5. Коваленко М. А. Механізм і фактори розвитку підприємств в умовах економіки знань / М. А. Коваленко // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2006. – № 1. – Т. 2. – С. 51–53.

УДК 330.131.7

Гольцяєва Л. А.

АЛГОРИТМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Присвячено розробці алгоритму управління фінансовими ризиками розвитку підприємства. Розкрито склад алгоритмічних блоків, цілі, завдання та інструментарій, який підтримує реалізацію кожного з них. Результати цієї розробки можливо застосувати для вдосконалення системи управління фінансовими ризиками.

Аннотация. Посвящено разработке алгоритма управления финансовыми рисками развития предприятия. Раскрыты состав алгоритмических блоков, цели, задачи и инструментарий, который поддерживает реализацию каждого из них. Результаты этой разработки можно применить для совершенствования системы управления финансовыми рисками.

Annotation. The article is devoted to developing an algorithm for managing financial risks of an enterprise. The composition of the algorithmic blocks, objectives and tools that support the implementation of each of them are studied. The results of the study can be applied to improve the management of financial risks.

Ключові слова: фінансовий ризик, розвиток підприємства, діагностика фінансового стану, оцінка фінансового ризику, алгоритм управління фінансовими ризиками.

Усі процеси, які відбуваються в сучасному економічному просторі, досить динамічні і потребують швидких управлінських рішень. Тому в даних умовах для вирішення проблем, що виникають, необхідно швидко орієнтуватися. Саме за рахунок ефективних алгоритмів прийняття рішень можливо скоротити необхідний час та діяти ефективно залежно від ситуації в рамках відпрацьованої схеми.

Питання управління фінансовими ризиками розвитку підприємств розроблені й висвітлені в науковій літературі [1 – 3], але потребують постійного вдосконалення, використання новітніх методів для ефективного практичного застосування. Тобто алгоритм управління фінансовими ризиками потребує постійного самотестування й відновлення, у протилежному випадку, він не здатен адаптивно реагувати на зовнішнє середовище, що постійно змінюється.

Основною метою управління фінансовими ризиками на підприємстві є забезпечення своєчасної ідентифікації, оцінки фінансових ризиків і вживання заходів щодо запобігання й зниження фінансових ризиків.

Основними завданнями алгоритму управління фінансовими ризиками повинні бути: визначення видів ризиків, які притаманні підприємству, і розробка методів ефективного управління ними. Схема, зміст, а також задачі основних блоків запропонованого алгоритму, наведені на рисунку. Він



складається із трьох взаємопов'язаних алгоритмів, які характеризують процес управління фінансовими ризиками на підприємстві: алгоритм діагностики фінансового стану й ризикового середовища підприємства; алгоритм оцінки фінансового ризику на підприємстві; алгоритм розробки комплексу рішень з управління фінансовими ризиками на підприємстві.

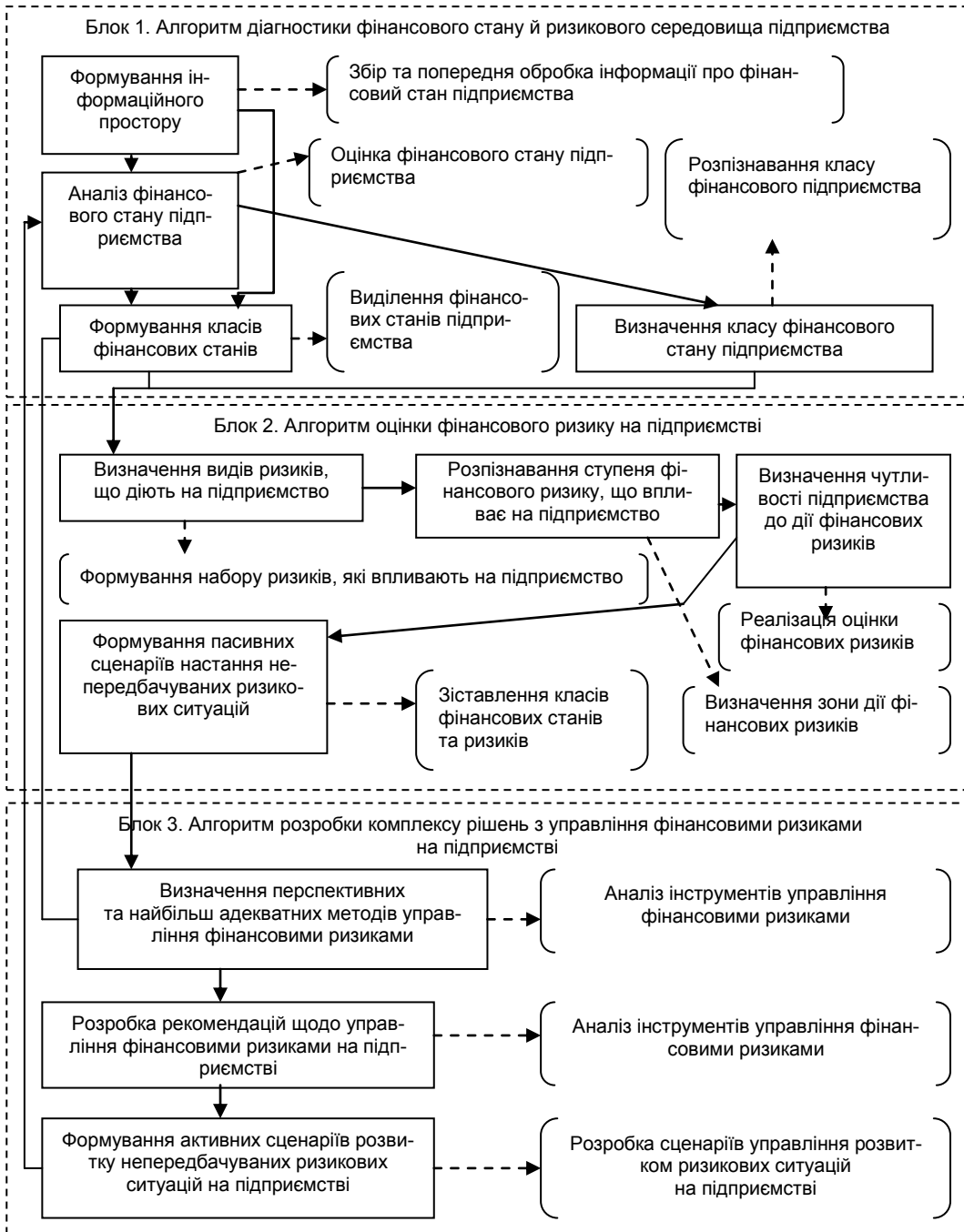


Рис. Алгоритм управління фінансовими ризиками розвитку підприємства

Блок 1. Алгоритм діагностики фінансового стану й ризикового середовища підприємства. Як видно з рисунка, діагностика фінансового стану є основою процесу управління фінансовою діяльністю економічної системи в цілому та, зокрема, процесу управління фінансовими ризиками.

Алгоритм діагностики фінансового стану підприємства є важливою ланкою в загальній схемі, оскільки від якості його побудови залежить правильність прийняття рішень надалі. Під діагностикою будемо розуміти розпізнавання стану об'єкта дослідження, що базується на системі кількісних і якісних показників, які відображають особливості й динаміку функціонування й розвитку об'єкта. Пропонований алгоритм діагностики фінансового стану й ризикового середовища підприємства складається з таких модулів (рисунок): формування інформаційного простору; аналіз фінансового стану підприємства; формування класів фінансових станів; визначення класу фінансового стану підприємства.



Метою запропонованого алгоритму є одержання кількісної оцінки фінансового стану економічної системи й стану ризикового середовища, що дозволяє виділити основні напрямки й цілі управління фінансовими ризиками. При виборі інструментарію реалізації модулів алгоритму необхідно базуватися на принципах об'єктивізації даних про діяльність економічної системи, урахуванні тенденцій розвитку світової й національної економіки за рахунок активного використання економіко-математичного апарата. Тому рішення кожного завдання модулів базується на побудові відповідної економіко-математичної моделі.

Блок 2. Алгоритм оцінки фінансового ризику на підприємстві. Наступним блоком алгоритму управління фінансовими ризиками на підприємстві є алгоритм оцінки фінансового ризику на підприємстві (рисунок). Розроблювальний блок відіграє у структурі загальної системи керування важливу роль, оскільки для вироблення ефективних управлінських рішень необхідно не тільки знати про можливий фінансовий ризик, але й визначити його ступінь, тобто провести оцінку фінансового ризику. Запропонований алгоритм оцінки фінансового ризику на підприємстві складається з таких модулів: визначення видів ризиків, що діють на підприємство; розпізнавання ступеня фінансового ризику, що впливає на підприємство; визначення чутливості підприємства до дії фінансових ризиків; формування пасивних сценаріїв настання непередбачуваних ризикових ситуацій.

Метою блоку 2 є одержання кількісної оцінки фінансового ризику на підприємстві. На даному етапі алгоритму використовуються економіко-математичні моделі, зокрема економетричні й імітаційні моделі. Доцільність розробки даного механізму пояснюється необхідністю ідентифікації зони фінансового ризику підприємства для вироблення адекватних рішень.

Блок 3. Алгоритм розробки комплексу рішень з управління фінансовими ризиками на підприємстві. Для ефективного управління фінансовими ризиками необхідно не тільки прогнозувати виникнення ризикових ситуацій, але й мати план дій підприємства у випадку їхнього виникнення. Метою блоку 3 є розробка й прийняття якісних управлінських рішень зі зниження величини фінансових втрат на підприємстві.

Алгоритм включає такі етапи: визначення перспективних та найбільш адекватних методів управління фінансовими ризиками; розробка рекомендацій щодо управління фінансовими ризиками на підприємстві; формування активних сценаріїв розвитку непередбачуваних ризикових ситуацій на підприємстві.

Даний блок алгоритму управління фінансовими ризиками на підприємстві відповідає за розробку глобальних рішень щодо подальшого розвитку підприємства.

На основі проведених досліджень розроблено алгоритм управління фінансовими ризиками на підприємстві, що складається із трьох локальних алгоритмів. Для кожного із представлених алгоритмів виділена його цільова спрямованість. Результатом реалізації запропонованих алгоритмів є набір сценаріїв діяльності підприємства з переліком управлінських заходів, спрямованих на зниження фінансових ризиків підприємства. Упровадження алгоритму управління фінансовими ризиками на підприємстві дозволить стабілізувати систему управління фінансовими ризиками, прогнозування ризикової ситуації надає можливість завчасно вжити необхідних заходів до зниження розміру можливих несприятливих наслідків, що істотно поліпшить результати господарської діяльності підприємства в цілому.

Література: 1. Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємстві : монографія / В. В. Вітлінський, Г. І. Великоіваненко. – К. : КНЕУ, 2004. – 480 с. 2. Устенко О. Л. Теория экономического риска : монография / О. Л. Устенко. – К. : МАУП, 1997. – 164 с. 3. Рогов М. А. Риск-менеджмент : монография / М. А. Рогов. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 120 с.

УДК 658.14 (075.8)

Плаксюк О. О.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА

Анотація. Проведено короткий аналіз фінансового стану "Мотор Січ" за 2007 – 2009 роки. Аналіз показав, що в 2009 році намічається зростання показників. За підсумком 2009 р. "Мотор Січ" має збільшення валюти балансу на 18,97 %

Аннотация. Проведен краткий анализ финансового состояния "Мотор Сич" за 2007 – 2009 годы. Анализ показал, что в 2009 году намечается рост показателей. По итогам 2009 г. "Мотор Сич" имеет увеличение валюты баланса на 18,97 %.

© Плаксюк О. О., 2010



Annotation. A brief analysis of financial condition "Motor Sich" for 2007 – 2009 is made. The analysis has shown that in 2009 the growth of targets is planned. In 2009 "Motor Sich" has increased the balance sheet at 18,97 %.

Ключові слова: фінансовий стан, акціонерне товариство, аналіз.

Стійкий фінансовий стан підприємства формується у процесі всієї його виробничо-господарської діяльності. Тому оцінку фінансового стану можна об'єктивно здійснити не через один, навіть найважливіший, показник, а тільки за допомогою комплексу, системи показників, що детально і всебічно характеризують фінансовий стан підприємства [1].

Для здійснення господарської діяльності кожне підприємство повинно мати певне майно, котре належить йому на правах власності чи володіння. Усе майно, яке належить підприємству і відображено в балансі, становить його активи.

Стабільність фінансового стану підприємства залежить від правильності й доцільності вкладення фінансових ресурсів у активи, тому для його оцінки необхідно передусім вивчити структуру майна та джерела його формування, причини зміни складових майна. Особлива увага, при цьому, приділяється вивченню причин, що негативно впливають на майновий стан підприємства, як важливої складової стабільного і стійкого фінансового стану підприємства. Ціна майна підприємства визначається як грошова сума, за якою можливий перехід права власності на об'єкт або передача права управління ним [2].

За даними балансу (форма 1) визначається вартість усього майна підприємства (підсумок активу балансу) і сума джерел формування майна (підсумок пасиву балансу) на певну звітну дату.

Першим етапом аналізу майна підприємства є горизонтальний та вертикальний аналіз балансу підприємства.

Метою горизонтального аналізу є виявлення абсолютних і відносних змін величини різних статей балансу, його розділів за певний період і критична оцінка виявлених змін. Горизонтальний аналіз – це побудова аналітичної таблиці, у якій абсолютні балансові показники доповнюються відносними показниками темпів зростання (зниження). Зробимо горизонтальний аналіз активу та пасиву балансу ВАТ "Мотор Січ" з 2007 по 2009 роки.

Проаналізуємо зміни статей балансу, виходячи з даних звітів акціонерного товариства. Валюта балансу в 2008 році знову має тенденцію до збільшення, при чому, тепер це збільшення склало вже 21,39 % до величини 2007 року. У частині активу балансу всі основні статті збільшилися за цей період – це величина оборотних активів на 30,81 % (в основному за рахунок збільшення дебіторської заборгованості в 1,3 раза, а саме на 83 410 тис. грн, а також запасів та витрат на 32,4 %, що складає 372 570 тис грн, у свою чергу поточні фінансові інвестиції в 2008 році зросли в 1,1 раза); необоротні ж активи в 2008 році збільшилися на 82 042 тис. грн. У 2008 році на підприємстві спостерігається зменшення грошових коштів та їх еквівалентів на 41,6 %. У 2008 році відбулося збільшення витрат майбутніх періодів на 57,13 %, що складає 781 тис. грн.

Що стосується пасиву балансу, то маємо збільшення власного капіталу на 0,81 %, в основному за рахунок збільшення додатково вкладеного капіталу на 6 878 тис. грн, нерозподілений прибуток за звітний період збільшився на 0,11 %, а статутний капітал залишився незмінним. У звітному періоді відбулося збільшення таких статей балансу, як "забезпечення наступних виплат і платежів" та "довгострокові зобов'язання" на 22,06 та 22,21 % відповідно. У 2008 році збільшилися поточні зобов'язання підприємства на 57,60 %, за рахунок зростання величини короткострокових кредитів банку на 231 283 тис. грн і поточних зобов'язань на 312 680 тис грн. У 2008 році доходи майбутніх періодів зменшилися на 623 718 тис. грн, що складає 87,22 %.

Проаналізуємо тепер зміну статей балансу в 2009 році, порівняно з 2008 р.

За 2009 рік маємо збільшення необоротних активів підприємства – на 12,69 %, разом зі збільшенням обсягу оборотних активів – на 22,42 %, в тому числі запаси і витрати збільшилися на 4,13 %. Загалом майже всі статті активу балансу підприємства в 2008 році збільшилися, але в таких статтях, як "дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги", "поточні фінансові інвестиції" та "витрати майбутніх періодів", спостерігається зменшення на 28, 7,89 та 32,73 % відповідно.

Стосовно пасиву балансу ВАТ "Мотор Січ", за 2009 рік спостерігається збільшення власного капіталу на 41,11 % більшою мірою за рахунок збільшення нерозподіленого прибутку на 117,41. Забезпечення наступних витрат і платежів збільшилось на 44,27 %, а довгострокові зобов'язання та доходи майбутніх періодів протягом 2009 року збільшилися на 87,18 та 96,64 % відповідно. За звітний період, на відміну від попереднього, відбулося зменшення поточних зобов'язань на 11,35 % за рахунок зменшення статті балансу "векселі видані" на 40,94 %, і статті "короткострокові кредити банку" на 8,56. Загалом, за підсумком 2009 року ВАТ "Мотор Січ" має збільшення валюти балансу на 18,97 %, а саме у 1,19 раза.

Однак для аналізу тенденції змін за період 2007 – 2009 років складемо горизонтальний аналіз балансу за ці роки, взявши 2007 рік – за базовий, а 2009 – за звітний.

Отже, за останні роки валюта балансу ВАТ "Мотор Січ" збільшилася на 44,43 % – що, безумовно, є позитивною тенденцією, оскільки призводить до збільшення економічних ресурсів підприємства. Такі зміни були спричинені, в частині активу, збільшенням обсягу необоротних активів на 20,67 % (за рахунок збільшення їх балансової вартості); обсягу оборотних активів підприємства на 60,14 % за всіма статтями – запасів і витрат (37,87 %), дебіторської заборгованості (20,72 %), поточних інвестицій (1,65 %), грошові кошти та їх еквіваленти (123,57 %), витрат майбутніх періодів, які зросли до 1 445 тис грн, на відміну від базового періоду 1 367 тис грн, що складає 44,43 %.



У частині пасивів збільшення валюти балансу спричинене: зростанням власного капіталу на 42,26 % (через приріст додаткового та резервного капіталу, а також нерозподіленого прибутку), забезпечення наступних витрат і платежів на 76,09 %, довгострокових та поточних зобов'язань на 132 493 тис. грн та 404 173 тис. грн відповідно. Тобто, за всіма основними рядками балансу спостерігаємо збільшення обсягів, однак доходи майбутніх періодів скоротилися на 74,87 %, що склало в 2009 році 234 тис грн.

Визначимо також частку окремих статей активу та пасиву балансу в загальній сумі балансу, розрахуємо суми відхилень у структурі основних статей балансу порівняно з попереднім періодом. Для цього складемо вертикальний аналіз активів та пасивів балансу підприємства окремо за 2006/2007, 2007/2008 роки та порівняльний за 2006 – 2008 роки.

Проаналізуємо розраховані показники та зробимо висновки: за 2008 рік зменшилась як абсолютна сума необоротних активів, так і їхня частка в загальній сумі активів підприємства на 4,69 %. Оборотні активи, навпаки ж, мали тенденцію до збільшення їх питомої ваги в балансі підприємства (4,67 %). Треба зауважити, що зменшення необоротних активів підприємства майже повністю компенсувалося збільшенням оборотних активів, що в діяльності підприємства, як правило, носить позитивний характер. Також помітне незначне збільшення питомої ваги витрат майбутніх періодів у валюті балансу, що склало 0,01 %.

У пасиві балансу змін – більше ніж на 10 % – зазнав власний капітал підприємства, на що значно вплинуло зменшення питомою ваги у валюті балансу іншого додаткового капіталу. Через зменшення власного капіталу підприємства значно збільшилася частка поточних зобов'язань – до 10,41 % валюти балансу і, підтверджуючи результати горизонтального аналізу, бачимо вплив на таку зміну збільшення на 6,13 % розміру поточних зобов'язань за розрахунками та ін.

Також за цей період маємо незначне, але все ж таки покращення структури власного капіталу ВАТ "Мотор Січ", оскільки з певного зростання нерозподіленого збитку підприємство почало покривати його отриманими прибутками та досягло зменшення цієї статті за звітний період майже на 4 %.

Отже у висновку можна сказати, що проведено аналіз фінансового стану ВАТ "Мотор Січ", розраховані окремі показники за 2007 – 2009 роки; на основі проведеного аналізу встановлено, що в 2008 р. ВАТ "Мотор Січ" був у кризовому стані, а в 2009 р. ситуація змінилася, за більшістю показників фінансовий стан повернувся на рівень 2007 р., а деякі показники поліпшилися відносно 2007 р.

Література: 1. Фінансове планування і управління на підприємствах : навч. посібн. / Г. А. Семенов, В. З. Бугай, А. Г. Семенов, А. В. Бугай. – К. : ЦУЛ, 2007. – 432 с. 2. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности / Г. В. Савицкая. – 2-е изд. пер. и доп. – Минск : ЧП "Экономперспектива", 1997. – 448 с.

УДК 658.114.5.01

Діхтяренко К. В.

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАТЕГІЧНИХ ЦЕНТРІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ У ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто зміст та особливості здійснення процесу децентралізації управління підприємством шляхом розширення господарської самостійності автономних центрів відповідальності. Визначено особливості формування системи показників оцінки діяльності стратегічних центрів господарювання.

Аннотация. Рассмотрено сущность и особенности осуществления процесса децентрализации управления предприятием путем расширения хозяйственной самостоятельности автономных центров ответственности. Определены особенности формирования системы показателей оценки деятельности стратегических центров хозяйствования.

Annotation. Maintenance and features of realization of process of decentralization of enterprise management by expansion of economic independence of autonomous centers of responsibility are considered. The features of forming of the system of indexes of estimation of activity of strategic centers of management are certain.

Ключові слова: система показників оцінки діяльності, стратегічні зони господарювання, стратегічні центри господарювання, розвиток підприємства, ситуаційно-ресурсний підхід.

Проблеми забезпечення усталеного розвитку підприємства визначаються чітко вираженим стратегічним змістом, обумовленим складним багатокритеріальним характером прийняття управлінських рішень у цій сфері, високим рівнем невизначеності умов управлінської діяльності, різнома-



ніттям мотиваційних настанов осіб, які приймають рішення та ін. Дослідження теоретичних та практичних аспектів вирішення проблеми формування системи стратегічного управління розвитком підприємств здійснювали А. Воронкова [1], К. Зук [2], Р. Каплан [3], М. Круглов [4], Д. Нортон [3], В. Пастухова [5], А. Пилипенко [4], В. Пономаренко [6] та ін. Проте до цього часу теоретичне та методичне обґрунтування стратегічних заходів щодо забезпечення ефективності функціонування та розвитку підприємства в умовах структурно-інноваційної трансформації національної економіки залишається недостатньо глибоким та вимагає докладного дослідження.

Метою дослідження у роботі є теоретичне обґрунтування та розробка рекомендацій щодо упорядкування системи показників оцінки ефективності діяльності стратегічних центрів господарювання у процесі розвитку підприємства.

Характерною умовою господарської діяльності вітчизняних підприємств на цей час є постійне зростання мінливості та невизначеності середовища господарювання, проявами чого стають посилення ринкової конкуренції, ускладнення вимог споживачів до якості товарів та послуг, збільшення потреб в оперативному реагуванні підприємства на перетворення ринкової ситуації. Необхідною умовою ефективного пристосування суб'єктів господарювання до змін ринкового оточення за таких обставин є безперервне удосконалення форм і методів господарювання, впровадження новітніх технологій виробництва, використання сучасних методик стратегічного управління, гнучких методів планування та ін.

Сучасною методологічною основою проектування і реалізації складного комплексу заходів щодо адаптації підприємства до нестабільних умов ринкового оточення є ситуаційно-ресурсний підхід [6, с.143–145], що передбачає опис кожного ресурсу підприємства і кожного компонента зовнішнього середовища своєю власною ситуацією, яка має кількісну динамічну характеристику.

Використання ситуаційно-ресурсного підходу насамперед базується на визначенні стратегічних зон господарювання (СЗГ), зон стратегічних інтересів підприємства та відповідних до них стратегічних центрів господарювання (СЦГ) або центрів відповідальності (ЦВ), до функцій яких належить організація поточної діяльності та розширення частки підприємства у певній СЗГ, сприяння забезпеченню утворення конкурентних переваг певних видів за різними СЗГ, розробка нової конкурентоспроможної продукції, обґрунтування та реалізація заходів щодо підвищення ефективності використання стратегічного потенціалу підприємства у цілому. Визначення стратегічних центрів господарювання також часто передбачається проектами підвищення ефективності виробничо-збутової діяльності підприємства для децентралізації управління виробничо-збутовою діяльністю у певних СЗГ та стратегічним портфелем, удосконалення мотиваційного комплексу забезпечення ефективного господарювання, гнучкого реагування на перетворення зовнішнього ринкового оточення підприємства. У багатьох випадках створення стратегічних центрів господарювання передбачає також докорінну децентралізацію управління у цілому на основі визначення та розширення господарської самостійності автономних центрів відповідальності (центрів прибутку, центрів інвестицій, центрів витрат та центрів продажу), тобто структурних підрозділів або груп підрозділів, які мають певний ступінь автономності, тобто, управлінський персонал яких відповідає перед керівництвом підприємства за реалізацію цілей, які встановлено перед ними, та дотримання певних лімітів витрат. Висока ефективність децентралізації управління, яка здійснюється шляхом створення дивізіональної організаційної структури на базі центрів відповідальності, забезпечується за рахунок надання підрозділам підприємства прав самостійного прийняття управлінських рішень щодо окремих питань керівництва поточною господарською діяльністю.

Основною проблемою при організації діяльності стратегічних центрів господарювання (центрів відповідальності), які виділяються при реструктуризації, є визначення ступеня автономності та повноважень ЦВ. Вирішення цього питання передбачає створення цілісного комплексу планування та контролю діяльності ЦВ. До складу найважливіших функцій, які виконуються на підприємстві з використанням цієї системи, належать такі: обґрунтування і розробка стратегічних планів розвитку центрів відповідальності у межах цільових СЗГ та СЗР; поточне планування діяльності підприємства загалом і за центрами відповідальності; облік результатів діяльності ЦВ й підприємства загалом; оцінка ефективності функціонування ЦВ та підприємства загалом; створення мотиваційного комплексу; корегування стратегії розвитку, структури і поточних планів підприємства, за центрами.

Стрижневим елементом системи планування та контролю діяльності ЦВ на підприємстві є система планових і відповідних до них звітних показників. Звичайно функціонування центрів відповідальності описується системою традиційних показників, що відбивають специфіку їхньої діяльності та служать відображенням ефективності використання виробничих ресурсів, випуску продукції тощо. Проте використання такого підходу не дозволяє чітко встановити характер впливу, який надає діяльність певного ЦВ на результати розвитку підприємства; крім того, планування та оцінка діяльності ЦВ за таких умов здійснюється у відриві від оцінки ефективності усього виробничо-технологічного ланцюжку, діяльність якого спрямована на забезпечення певних споживчих вимог у відповідній стратегічній зоні господарювання на основі залучення стратегічних ресурсів, джерелом постачання яких є СЗР.

Для удосконалення системи планових і звітних показників діяльності центрів відповідальності пропонується розділити усю сукупність можливих чинників оцінки на дві основні групи:

1) загальні показники, які описують параметри функціонування та стан зв'язків певного центру відповідальності з іншими структурними підрозділами підприємства та факторами зовнішнього оточення (традиційна система показників);

2) конкурентні показники, які визначають вплив виробничої діяльності певного центру відповідальності на динаміку змін бажаних конкурентних переваг (КП) підприємства або на умови реалізації стратегії досягнення КП.



Необхідними умовами забезпечення ефективного функціонування ЦВ у ході реалізації стратегічного плану розвитку підприємства є такі: стандартизованість, тобто можливість інтеграції системи показників і планів до загальної інформаційно-комп'ютерної системи підприємства; багатоваріантність (для урахування можливостей розвитку ринка); наявність дієвого механізму систематичного перегляду та корегування плану, здійснення стратегічного моніторингу; чітка фіксація стратегічних цілей та політики при збереженні високої чутливості й здатності до адаптації їх до змін у маркетинговому середовищі.

Таким чином, реалізація описаного підходу до побудови системи показників діяльності центрів відповідальності дозволяє прослідити внесок відповідних підрозділів до забезпечення загальної конкурентоспроможності підприємства, створити надійне підґрунтя для прийняття оптимальних управлінських рішень щодо досягнення конкурентних переваг, удосконалити мотиваційний механізм стимулювання підвищення ефективності господарювання.

Література: 1. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация / А. Э. Воронкова. – Луганск : ВНУ, 2000. – 315 с. 2. Зук К. Стратегии роста компании в эпоху нестабильности / К. Зук, Д. Аллен. – М. : ООО "И.Д. Вильямс", 2007. – 192 с. 3. Каплан Р. Стратегическое единство: создание синергии организации с помощью сбалансир. системы показат. / Р. Каплан, Д. Нортон. – М. : ИД "Вильямс", 2006. – 384 с. 4. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией / М.И. Круглов. – М. : Русская деловая литература, 1998. – 768 с. 5. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : монографія / В. В. Пастухова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. унів., 2002. – 302 с. 6. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством / В. С. Пономаренко. – Харків : Основа, 1999. – 620 с. 7. Пилипенко А. А. Стратегічна інтеграція підприємств: механізм управління та моделювання розвитку : монографія / А. А. Пилипенко. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2007. – 380 с.

УДК 65.012.34

Смоленюк П. С.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Анотація. Розглянуто роль і місце належного інформаційного забезпечення при прийнятті управлінських рішень. Інформація є основою всього процесу прийняття рішення, оскільки містить необхідні для оцінки ситуацій та прийняття управлінських рішень відомості, завдяки яким керівник отримує змогу діяти свідомо та аргументовано.

Аннотация. Рассмотрены роль и место надлежащего информационного обеспечения при принятии управленческих решений. Информация является основой всего процесса принятия решения, поскольку содержит необходимые для оценки ситуаций и принятия управленческих решений сведения, благодаря которым руководитель получит возможность действовать сознательно и аргументировано.

Annotation. The role and place of proper information support for management decisions are studied. Information is the foundation of all decision-making process, because it contains necessary for assessing situations and decision-making information by which the head can act consciously and convincingly.

Ключові слова: управлінські рішення, інформаційне забезпечення.

В умовах економічної нестабільності, яка характерна для ринкового середовища, постійно виникає потреба у швидкому прийнятті науково обґрунтованих рішень щодо підвищення результативності діяльності суб'єктів господарювання. При цьому необхідною передумовою прийняття ефективного рішення є належне інформаційне забезпечення.

Вивченню проблеми інформаційного забезпечення управлінських рішень присвячені праці багатьох науковців: Бережної О. А., Босак І. П., Голиков В. І., Колпаков В. М. При цьому слід зазначити, що більшість праць присвячені теоретичним аспектам. У той же час залишаються невирішеними питання впливу інформації на ефективність управлінських рішень. Метою статті є дослідження впливу інформації на прийняття управлінського рішення.

Господарська діяльність підприємств супроводжується безперервним обміном інформацією між підприємством та зовнішнім середовищем. Але управлінські рішення будуть ефективні тільки в



тому випадку, якщо вони базуватимуться на своєчасній, достовірній і достатній інформації. Без інформаційного обміну не можна собі уявити весь процес взаєморозуміння і взаємодії всіх інших компонентів, тобто існування цілісності; неможливе існування, функціонування та розвиток системи, її життєздатність, адаптація до постійно змінних умов і можливість впливу на зовнішній світ. Лише за допомогою інформаційних зв'язків можливі процеси управління як всередині самої системи, так і між системою та середовищем, що її оточує. Об'єктивна інформація управління сприймається як суб'єктивна, коли вона осмислена, проаналізована в цілях свідомого управління [1].

Управлінську інформацію можна назвати знанням, але не тим, яким володіє людина, суспільство, а тією її частиною, яка використовується для управління системою з метою її вдосконалення й розвитку. У даний час у жодній області людської діяльності неможливо приймати правильні рішення, засновані виключно на багаторічному досвіді та інтуїції керівників. Це пояснюється тим, що, по-перше, суспільство в цілому стало дуже складним і будь-яка галузь, в якій безпосередньо зайнята та чи інша людина, має різноманітні зв'язки зі всіма галузями людської діяльності. По-друге, темпи розвитку суспільства різко зросли, внаслідок чого виникла гостра необхідність завчасно передбачити шляхи і результати цього розвитку.

Для задоволення своїх інформаційних потреб суб'єкти інформаційної діяльності використовують певні джерела інформації. Джерелами інформації є передбачені або встановлені Законом України "Про інформацію" носії інформації. До них належать документи та інші носії, які становлять матеріальні об'єкти, що зберігають інформацію, а також повідомлення засобів масової інформації, публічні виступи. Але на практиці в поняття "джерела інформації" входять об'єкти не передбачені Законом. Це можуть бути різноманітні повідомлення, чутки, що не зафіксовані на матеріальних носіях, або повідомлення з використанням не передбачених законом носіїв тощо. У практиці управління підприємствами, як свідчать спостереження, недостатньо використовується такий вид інформації, як консультації висококваліфікованих спеціалістів у тій чи іншій галузі знань. Цінним джерелом одержання інформації можуть служити матеріали всіляких екскурсій. Дуже важливо, щоб керівники відвідували інші господарства з подібними виробничими умовами, а також передові господарства та виставки. Важливими джерелами інформації є особисті спостереження, бесіди із спеціалістами і працівниками, опитування експертів. Крім того, створюються комісії або творчі групи для вивчення питання, проведення анкетних опитувань, інтерв'ювання тощо.

Аналіз джерел інформації потрібно здійснювати як з позиції відправника, так і отримувача інформації. Адже мета та підходи до використання джерел інформації як повідомлення або каналу зв'язку протилежними учасниками комунікаційного процесу можуть суттєво різнитись між собою. У процесі переробки суб'єкт створює нову, вже внутрішню інформацію, що призначена для власного споживання [1].

Процес розробки рішень може розглядатися як цілеспрямована переробка "інформації стану" в "командну інформацію", яка визначає хто, що і коли повинен робити. Інформація використовується для корегування і адаптації всієї системи в ситуації, що склалася, для розробки нових цілей і завдань. Робота з інформацією супроводжує і пронизує весь процес прийняття рішень і контролю, а відповідно, є невід'ємною частиною управління. Необхідною передумовою прийняття правильного управлінського рішення є оптимальний обсяг і якість існуючої інформації. Важливого значення набуває також методика аналізу інформації і синтез, що формує базу даних про можливі рішення. Кожен варіант рішення є комплексом інформації про можливі відповіді на які-небудь запитання, зібраний в єдине логічне ціле і має певну цілеспрямованість. Зміст процесу управління полягає у перетворенні інформації зворотного зв'язку на інформацію управлінських рішень. Зворотний зв'язок дає змогу корегувати помилки відхилення, регулювати виробничі та управлінські процеси.

Інформація розповсюджується через ієрархічні канали за допомогою різних циркулярів, інструкцій, рішень, проведення конференцій, зборів, охоплює різноманітну і численну сукупність рішень. Це дані оперативного і бухгалтерського обліку, статистичної звітності, матеріали ревізій, перевірок, спеціальних обслідувань. Особливу цінність представляє інформація, зібрана самим керівником у процесі контролю і особистих контактів з підлеглими, оскільки він виявляє суб'єктивні думки, оцінки, побажання працівників [2].

Однією із труднощів в управлінській діяльності є рішення в умовах невизначеності або неповних даних про можливі наслідки накреслених дій. Керівник стоїть завжди перед дилемою – або зменшити невизначеність, перед тим як приступити до дій, або здійснити ті чи інші операції при заданому рівні невизначеності. Вирішальну роль відіграє фактор часу. За наявності ресурсів часу прийняттю рішення завжди повинен передувати аналіз і пошук даних, що знижують невизначеність результату управлінських рішень. Заслугує уваги порядок організації системи інформації, при якому сигнали поступають тоді, коли це необхідно керівнику. На жаль, в більшості вітчизняних підприємств діючі інформаційні системи не забезпечують цієї вимоги, оскільки формальна комунікаційна структура підприємств у більшості випадків не має необхідного комплексу правил, що регулюють передачу, розповсюдження і використання інформації.

Глибокий аналіз кількісної і якісної неформалізованої інформації дозволяє прийняти інформаційне рішення, яке відповідає на питання, що є вагомим, який стан, можливості керованого об'єкта і умови майбутніх дій. Цінність повідомлень для прийняття рішень визначається кількістю вміщеної в них інформації, зменшуючи невизначеність стосовно наслідків подій. Відповідно до теорії інформації не всі зібрані дані містять корисну інформацію.

Інформація повинна надаватись в упорядкованій формі і послідовності, задовольняти певні якісні показники за змістом, рівнем узагальнення і т. д. Форма представлення інформації залежить від призначення, її використання, ієрархічного рівня управління і грамотності, потреб інформації. В одних випадках ефективними можуть виявитися візуальні засоби, такі, як графіки, схеми, діаграми, в іншому – таблиці і т. д. Проте завжди рівень показників повинен підвищуватися при переході від



нижчого до більш високого рівня управління. Перерахованим вимогам циркулююча інформація може відповідати лише в тому випадку, якщо на кожному підприємстві буде розроблена раціональна науково обґрунтована інформаційна система. При розробці системи інформаційного забезпечення керівників господарств слід більш точно визначити надходження інтегрованої інформації зі всіх рівнів організаційної системи, встановити перелік і строки її надходження, уточнити форми представлення інформації структурними підрозділами господарства і окремими виконавцями, передбачити порядок заповнення окремих форм і накопичення інформації. Розробка інформаційної системи не може відділятися від стилю управління. Найважливіша вимога до інформаційної системи полягає в тому, що вона повинна бути так організована, щоб кожен рівень управління і кожен працівник одержував інформацію, необхідну тільки йому для успішного виконання обов'язків передбачених положенням або службовою інструкцією.

При прийнятті управлінських рішень необхідно опиратися на достовірну, своєчасну і достатню інформацію. Це дозволить зменшити невизначеність та ризик наслідків прийнятих рішень. У сучасних умовах необхідно сформулювати на підприємствах систему обміну інформацією адекватну стилю управління та мінливості зовнішнього середовища. Це сприятиме прийняттю більш якісних управлінських рішень, знижуватиме невизначеність та ризик наслідків прийнятого управлінського рішення.

Література: 1. Колпаков В. М. Теория и практика принятия управленческих решений : учебн. пособ. / В. М. Колпаков. – К. : МАУП, 2000. – 256 с. 2. Бережной О. А. Информационно-аналитичне забезпечення прийняття ефективних управлінських рішень / О. А. Бережной // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 9. – С. 26–30.

УДК 005.51:005.21

Лутицька Ж. С.

УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розкрито сутності вдосконалення стратегічного планування у стратегічному управлінні розвитку підприємства. Визначено, що запровадження системи стратегічного управління в Україні є об'єктивно необхідним процесом у сфері організації управління підприємством.

Аннотация. Раскрыты сущности совершенствования стратегического планирования в стратегическом управлении развитием предприятия. Определено, что внедрение системы стратегического управления в Украине является объективно необходимым процессом в области организации управления предприятием.

Annotation. The essence of improving strategic planning in the strategic management of enterprise development are discovered. The introduction of strategic management in Ukraine is objectively necessary process in the field of enterprise management are certified.

Ключові слова: стратегічне планування, стратегічне управління, фрагментарність.

Незважаючи на досягнення закордонних та вітчизняних вчених актуальними залишаються дослідження, пов'язані із уточненням сутності стратегічного управління, інформаційним забезпеченням системи стратегічного планування, а також вдосконалення планування у стратегічному управлінні розвитком підприємства.

Відомий фахівець у сфері менеджменту І. Ансофф [1] визначає стратегічне управління як діяльність, яка пов'язана з постановкою цілей і задач організації та підтримкою відносин між організацією та оточенням, що дозволяють їй досягти своїх цілей, відповідають її внутрішнім спроможностям і дають можливість залишатися сприйнятливою до зовнішніх вимог.

Мета даної статті полягає в розкритті сутності вдосконалення стратегічного планування у стратегічному управлінні розвитком підприємства.

До основних проблем побудови ефективної системи стратегічного планування на підприємстві можна віднести такі:

орієнтація на короткострокові результати діяльності, нерозвиненість стратегічного управління, відсутність системного контролю за відповідністю результатів поточної діяльності підприємства його стратегічним цілям;

© Лутицька Ж. С., 2010



фрагментарність і відсутність комплексності поточних планів, зниження рівня координації у системі; практично повна відсутність роботи на ринку, нерозробленість методично-аналітичної бази для аналізу ринку; нерозвиненість корпоративного управління, розбіжності в інтересах власників управлінського персоналу та колективу [2].

Вчена Науменко П. І. наголошує, що необхідною умовою здійснення ефективного планування на підприємстві є проведення попереднього прогнозування, зокрема довгострокового прогнозування основних тенденцій в економіці та основних напрямів розвитку галузі, прогнозування основних результатів фундаментальних науково-дослідних робіт, прогнозування потреби у продукції підприємства, прогнозування доступності ресурсів, прогнозування розвитку діяльності підприємства [3].

Таким чином, ефективне прогнозування зміни зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства сприяє підвищенню ефективності стратегічного планування розвитку його діяльності.

Необхідність стратегічного планування на підприємстві зумовлена такими умовами:

заохочує керівництво підприємства мислити перспективно, що сприяє підвищенню ефективності стратегічного управління розвитком підприємства;

забезпечує більш чітку координацію дій організації, що покращує організаційно-економічний механізм діяльності підприємства;

веде до встановлення показників для подальшого контролю, що значно покращує основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства;

змушує підприємства чіткіше визначати свої завдання та основні установки діяльності;

більш наочно демонструє взаємозв'язки керування й обов'язки всіх посадових осіб, налагоджуючи при цьому ефективну систему управління трудовим потенціалом підприємства.

Формування стратегії розвитку підприємства дає змогу визначити напрямки поведінки підприємства на ринку з урахуванням умов зовнішнього середовища та вірогідного характеру їх зміни; оцінити конкурентоспроможність та стратегічні конкурентні переваги підприємства; сформулювати глобальну мету його діяльності та цілі; визначити ресурси, які необхідно залучити для досягнення поставлених цілей, та забезпечити їх найбільш ефективно використання.

Науковець Селіверстова Л. С. визначає, що для розроблення стратегії розвитку підприємства повинно опиратися на такі принципи стратегічного управління:

орієнтація на довгострокові глобальні цілі підприємства як господарчої системи та економічні інтереси його власників;

багатоваріантність можливих напрямків розвитку, яка обумовлена динамічністю зовнішнього середовища діяльності підприємства;

безперервність розроблення стратегії, постійна адаптація змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі;

комплексність розроблення стратегії, узгодженість стратегічних рішень за окремими напрямками діяльності підприємства, видами ресурсів, функціями тощо [4].

Таким чином, з метою вдосконалення та підвищення ефективності стратегічного управління, формування стратегії розвитком підприємства (у динаміці з урахуванням впливу чинників внутрішнього та зовнішнього середовища) має охоплювати такі основні складові:

1. Усвідомлення місії підприємства, яка є глобальною метою діяльності підприємства та визначає основний напрям стратегічного розвитку підприємства. Оцінка загального періоду формування стратегії, головною умовою якого є передбачуваність розвитку економіки в цілому та кон'юнктури споживчого ринку в тому числі.

2. Визначення стану зовнішнього середовища та ступеня його впливу на діяльність підприємства. Формування ефективних форм взаємодії із зовнішнім середовищем та взаємозв'язків у внутрішньому середовищі підприємства. Оцінка сильних і слабких аспектів діяльності підприємства, що визначає можливості реалізації внутрішнього потенціалу підприємства і спрямована, насамперед, на виявлення рівня його конкурентоспроможності.

3. Вибір визначаючої стратегічної моделі розвитку підприємства з урахуванням стадії його життєвого циклу.

Отже, можна зробити такий висновок, що підприємства, які володіють стратегією, завжди мають можливість поводитись послідовно і системно у своєму бізнесі, зокрема в динамічному конкурентному середовищі в цілому, що збільшує ймовірність досягнення ними поставленої мети.

Тому при розробленні принципів стратегічного планування на вітчизняних підприємствах необхідно:

по-перше, переконатися, що керівництво підприємства дійсно прагне займатися стратегічним управлінням;

по-друге, створити відділ стратегічного розвитку на підприємстві;

по-третє, дотримуватися певних принципів розроблення ефективних стратегій.

Слід зазначити, що запровадження системи стратегічного управління в Україні і є об'єктивно необхідним процесом у сфері організації управління бізнесом, який підвищує готовність підприємницьких організацій адекватно реагувати на непередбачені зміни і сприяє обґрунтованому, узгодженому вирішенню як поточних, так і стратегічних проблем.

Література: 1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; сокр. пер. с англ. – М. : Экономика, 1989. – 520 с. 2. Блонська В. І. Проблеми розвитку стратегічного планування на вітчизняних підприємствах / В. І. Блонська // Науковий вісник. – 2006. – № 16(6). – С. 156–160. 3. Науменко П. І. Розвиток підприємства у ринковому конкурентному середовищі / П. І. Науменко // Фондовый рынок. – 2006. – № 40. – С. 26–28. 4. Селіверстова Л. С. Шляхи формування ефективної стратегії підприємства / Л. С. Селіверстова // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 7. – С. 133–136.

ВПЛИВ СТАДІЇ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ НА ВИБІР ОПТИМАЛЬНОГО ВАРІАНТА ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЕНЕРГОПОСТАЧАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто основні показники, які слід приймати до уваги при розробці фінансової стратегії залежно від етапу життєвого циклу організації.

Аннотация. Рассмотрены основные показатели, которые следует принимать во внимание при разработке финансовой стратегии в зависимости от этапа жизненного цикла организации.

Annotation. The main indicators that should be taken into account in developing the financial strategy based on life cycle organization are studied.

Ключові слова: стадії життєвого циклу, фінансова стратегія, енергопостачальне підприємство.

Кінцеві результати господарської діяльності підприємства характеризуються основними фінансовими показниками, що, у свою чергу, є ключовими параметрами формування фінансової стратегії економічного суб'єкта. У зв'язку з цим розробка дієвої фінансової стратегії розвитку підприємства, її методичне, організаційне й інформаційне забезпечення постає важливою проблемою, успішна реалізація якої дозволить підвищити рівень обґрунтованості прийнятих управлінських рішень фінансового характеру.

Питання сутності фінансової стратегії, процесу її формування та оцінки якості досліджувалися зарубіжними та вітчизняними вченими: І. Балабановим, І. Бланком, В. Герасимчуком, І. Герчиковою, М. Міллером, Л. Павловою, В. Пономаренком, В. Пріваловим, О. Пушкарем, О. Стояною, А. Томпсоном, Уткіним Е. А., Шершньою З. Е., О. Шереметом.

Аналіз й узагальнення публікацій за даною проблематикою дозволили зробити висновок про те, що існуючі методичні підходи до формування фінансових стратегій підприємств в умовах кризи недостатньо розроблені як у теоретичному, так і в практичному аспектах, про що свідчить відсутність єдиного визначення фінансової стратегії та обґрунтування єдиної послідовності етапів процесу формування фінансової стратегії, принципів його реалізації, методичних рекомендацій щодо здійснення, які б комплексно враховували як кількісні, так і якісні характеристики суб'єкта господарювання щодо використання економічних ресурсів. Це зумовило об'єктивну необхідність подальшого розвитку теоретичних положень та методичних підходів щодо вирішення проблем вибору фінансових стратегій енергопостачального підприємства з урахуванням життєвого циклу організації.

Розроблено різні варіанти фінансової стратегії відповідно до цілей енергопостачального підприємства та врахування аналізу його потенціалу, у підсумку якого повинна здійснитися бажана зміна у фінансовій ситуації підприємства. При формуванні фінансової стратегії поряд з фінансовим потенціалом підприємства є особистісний потенціал колективу та його керівників, який неможливо ігнорувати. Важливо дотримуватися непорушного принципу: аналізу потенціалу підприємства передують аналіз ринку його діяльності. Потенціал підприємства визначає його можливості та дії у визначеному сегменті ринку.

Немає сумнівів у тому, що деякі з напрямків формування фінансової стратегії більш правильно розглядати в істинно стратегічному плані, тобто на довгострокову перспективу. Інші ж доцільно визначати при конструюванні середньострокових цілей та орієнтирів діяльності підприємства. Зокрема, конкретні фінансові параметри (рентабельність діяльності, витрати, дохід на вкладений капітал, прибутковість акцій та ін.) важко розрахувати на 10 – 15 років вперед.

Обґрунтування оптимального варіанта фінансової стратегії енергопостачального підприємства вимагає наявності альтернатив. Варіантів розвитку підприємства існує безліч, однак у дійсності в господарській практиці для конкретного підприємства на певному етапі життєвого циклу набір таких реально можливих варіантів обмежений. Тому неправильно обраний напрямок може призвести підприємство до втрати здатності оперативно реагувати на зміни ринкового середовища або навіть до припинення діяльності.

Сучасна стратегія управління фінансовою діяльністю енергопостачального підприємства повинна ґрунтуватися на регулярному врахуванні умов, в яких працює певне підприємство, на усвідомленні завдань, що постають перед ним. Усе це сприяє виникненню найрізноманітніших проектів розвитку, які, у свою чергу, обумовлюють вибір такого варіанта фінансової стратегії, який забезпечить стабільність енергопостачального підприємства і економічні результати, що задовольняють вимогам.

Функціонування підприємства здійснюється в умовах складної взаємодії комплексу факторів внутрішнього та зовнішнього порядку. Ці фактори впливають на формування фінансової стратегії підприємства та можуть бути регульованими і нерегульованими; загальними, тобто впливати на ряд фінансово-економічних показників, або частковими, характерними для цього показника. На різ-



них стадіях життєвого циклу енергопостачального підприємства одні й ті самі фактори мають різну силу впливу, тому їх слід класифікувати залежно від стадій.

Визначення можливих сценаріїв розвитку підприємства передбачає трансформацію змісту структурних складових стратегічного управління на різних етапах розвитку підприємства, розподіл компонентів відповідно до стадії стратегічного розвитку підприємства (таблиця).

Таблиця

Трансформаційна модель змісту структурних складових на різних етапах розвитку підприємства [1, с. 270]

Етапи стратегічного управління	Фази стратегічного розвитку підприємства				
	Задум створення бізнес-системи	Структуризація бізнес-функцій	Визначення бізнес-процесів	Управління діяльністю підприємства	Удосконалення інструментарію використання потенціалу підприємства
Формулювання місії підприємства	Місія проголошена	Місія організації визначає сутність діяльності у вигляді розбіжностей функціональної складової бізнес-підрозділів	Уявлення детального опису основних бізнес-процесів	Місія стає фундаментом використання ресурсів підприємства	Реформування місії з метою підтримки стадії зростання в розвитку підприємства
Визначення цілей підприємства і бізнес-підрозділів	Вихід на ринок і досягнення при найменших витратах максимального фінансового результату	Побудова дерева цілей підприємства з метою визначення ієрархічних рівнів	Розподіл обов'язків між ієрархічними рівнями організації	Цілі – об'єктивні механізми управління напрямками діяльності та ресурсної бази підприємства	Цілі, направлені на скорочення рівня витрат і виявлення ефективних напрямків діяльності підприємства
Аналіз елементів зовнішнього середовища	Використання інструментів аналізу основних складових зовнішнього середовища	Розробка механізму взаємодії з зовнішнім середовищем	Визначення процедур цього механізму і ступеня відповідальності робітників за реалізацію даного механізму	Постійний моніторинг зовнішнього середовища	Використання адаптивного механізму
Аналіз стратегічних альтернатив	Аналіз сильних та слабких сторін бізнес-ідеї	Розробка контуру функціонального управління підприємством	Вибір оптимального набору бізнес-процесів	Використання стратегії для визначення оптимального використання потенціалу підприємства	Пошук нових шляхів підвищення ефективності підприємства
Вибір стратегії	Стратегія, спрямована на здобуття ринкової частки	Стратегія, спрямована на використання переваг функціональної значимості підприємства	Стратегія оптимізації бізнес-процесів	Стратегія "оптимум"	Стабілізаційна стратегія
Реалізація стратегії адаптації до змін зовнішнього середовища	Розробка макету бізнес-системи	Створення "функціонального каркасу"	Аутсорсинг	Комплекс заходів, направлених на досягнення основних цілей й задач діяльності підприємства	Механізми диференціації, інтеграції
Створення механізму контролю і оцінки ефективності етапів стратегічного розвитку	Власники підприємства та топ-менеджмент контролюють створення структури підприємства	Контроль здійснюється за допомогою делегування повноважень підрозділами	Розробка системи показників й нормативів виконання бізнес-процесів підрозділами	Єдина система збалансованих показників	Визначення виконання ланцюга цінностей

На стадії зародження підприємство, з погляду фінансово-економічної стабільності, найбільше зазнає впливу зовнішніх факторів, однак вплив на них обмежений. Тому слід розглянути внутрішні, регульовані фактори. Факторами першого порядку є показники ефективності основної діяльності підприємства, на них впливають рентабельність продажу та оборотність активів. На формування фінансової стратегії на цій стадії впливають обсяг продажу, ціна одиниці продукції, собівартість одиниці продукції.



На стадії зростання підприємство функціонує в позитивному середовищі: канали поставок сировини, виробництво та збут налагоджені, прибуток зростає. Тепер вже формувати фінансову стратегію можна за показниками платоспроможності та ризикованості, які повинні бути вже відрегульованими. На них впливають фактори другого порядку: структура пасивів, структура формування основних та обігових коштів, структура витрат.

На стадії зрілості використовують усі виробничі потужності та ресурси. Зростання прибутку уповільнюється, зношуються основні засоби, з'являються конкуренти. Тому підприємство вимушене знижувати ціни, що призводить до зменшення прибутку, а якщо якість товару в конкурентів вища, то відбуватиметься затоварювання складу сировиною та готовою продукцією, і підприємство опиниться на стадії спаду. На цій стадії необхідно знати, наскільки прибуткове підприємство в цілому, і чи дає дохід його статутна діяльність. Ефективність діяльності підприємства й ефективність основної діяльності є фактором першого порядку на стадії зрілості. На нього впливають фактори другого порядку: оборотність оборотного капіталу й рентабельність реалізації, рентабельність активів і рентабельність власного капіталу.

При обґрунтуванні фінансової стратегії енергопостачального підприємства врахування стадії життєвого циклу є необхідною передумовою. На різних етапах життєвого циклу важливими є різні показники, підприємство може впливати на різні напрямки діяльності.

Література: 1. Дурович А. П. Маркетинг в предпринимательской деятельности / А. П. Дурович. – Минск : НПЖ "Финансы, учет, аудит", 2007. – 464 с.

УДК 005.418

Костіна О. М.

АЛЬТЕРНАТИВНІ КОНЦЕПЦІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Анотація. Запропоновано диференціювання антикризового управління залежно від етапу, рівня розповсюдження кризи, слабких і сильних сторін підприємства. Розроблено комплекс першочергових заходів, систематизовано альтернативні концепції антикризового управління та особливості посткризового управління промисловим підприємством.

Аннотация. Предложено дифференцирование антикризисного управления в зависимости от этапа, уровня распространения кризиса, слабых и сильных сторон предприятия. Разработан комплекс первоочередных мер, систематизированы альтернативные концепции антикризисного управления и особенности посткризисного управления промышленным предприятием.

Annotation. The differentiation of crisis management, depending on stage, spread of the crisis, weaknesses and strengths of the company are suggested. A set of priority measures, systematically alternative concepts of crisis management, and especially post-crisis management of industrial enterprise are made.

Ключові слова: антикризове управління, кризові явища, промислові підприємства, макро-рівень, мезорівень.

Однією з важливих характерних рис діяльності промислових підприємств в умовах ринкової економіки є циклічний характер їх розвитку, що передбачає можливість виникнення кризових ситуацій. До теперішнього часу як у країні, так і на окремих підприємствах використовуються методи антикризового управління, добре відлагоджені колишньою командно-адміністративною системою господарювання, що зрештою призводить до загострення протиріч та виникнення кризових явищ. Такі особливості вітчизняної економіки спонукають до пошуку нових шляхів подолання кризового стану в Україні та проблеми антикризового управління підприємствами набувають особливої актуальності.

Метою дослідження є аналіз та систематизація сучасних поглядів та тенденцій щодо подолання кризових явищ у діяльності промислових підприємств і розробка альтернативних концепцій антикризового управління на мікрорівні.

Антикризове управління – це система управлінських заходів щодо діагностики, упередження, нейтралізації і подолання кризових явищ та причин їх виникнення на всіх рівнях економіки. Комплекси антикризових заходів носять специфічний характер як залежно від особливостей економіч-

© Костіна О. М., 2010



ного устрою держави (макрорівень) в цілому, так і від тенденцій розвитку кожної окремої галузі (мезорівень) національної економіки. Антикризове управління підприємством є категорією мікроекономічною і відображає виробничі відносини, які виникають на рівні суб'єкта господарювання при його оздоровленні (санації) або ліквідації. Головною метою антикризового управління є забезпечення стійкого фінансового стану в результаті своєчасного реагування на зміни, спричинені зовнішнім середовищем через введення в дію антикризових інструментів [1]. У таблиці проаналізовано основні підходи до визначення поняття "антикризове управління".

Таблиця

Підходи до визначення поняття "антикризове управління"

Автор(и), джерело	Визначення	Ключові слова
Байцим В. [2, с. 145]	Антикризове управління – це система специфічних методів і прийомів управління, які дозволяють забезпечити безперервну діяльність підприємств на основі управління зовнішніми та внутрішніми ризиками і нейтралізації кризи	Система заходів, методів і прийомів
Біловол Р. [3, с. 61]	Антикризове управління – це система фінансових методів попередньої діагностики і можливого захисту підприємства від банкрутства	Система методів діагностики і захисту
Білошкурський М. [4, с. 85]	Антикризове управління – це проведення діагностики стану підприємства, кризових тенденцій, своєчасної розробки стратегії і методів	Діагностика і як основа розробка стратегії
Зуб А. [5, с. 357]	Антикризове управління – це діяльність менеджменту фірми, направлена на подолання гострих проблем підприємства, що нагромадилися в результаті поганого управління	Діяльність менеджменту для подолання гострих проблем
Крутик А. [6, с. 56]	Антикризове управління – це особливий режим управління підприємством, що вводиться після ухвалення арбітражним судом рішення про банкрутство підприємства, при якому відбувається передача всіх прав з управління від адміністрації до призначеного конкурсного керівника	Особливий режим управління
Макаренко І. [7, с. 105]	Антикризове управління – це діяльність, що забезпечує такий стан фінансових ресурсів підприємства, при якому воно зберегло свою здатність безперервно виконувати свої фінансові зобов'язання і одержувати прибуток	Діяльність, що забезпечує фінансову стійкість
Морозова О. [8, с. 140]	Система управління підприємством, яка має комплексний, системний характер і спрямована на упередження або подолання негативних для бізнесу явищ шляхом використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки та реалізації на підприємстві спеціальної програми, що має стратегічний характер	Система управління щодо упередження чи подолання негативних явищ

На основі розглянутих підходів до визначення поняття "антикризове управління" автором пропонується розглядати його як систему специфічних заходів, методів і прийомів управління з метою профілактики (упередження), діагностики й подолання кризових явищ з урахуванням специфіки діяльності та оточення підприємства.

Ураховуючи різноманітність чинників кризових явищ та наявність багатоваріантності в їх прояві, можуть реалізовуватися різні концепції (моделі) здійснення антикризового управління (рис. 1).

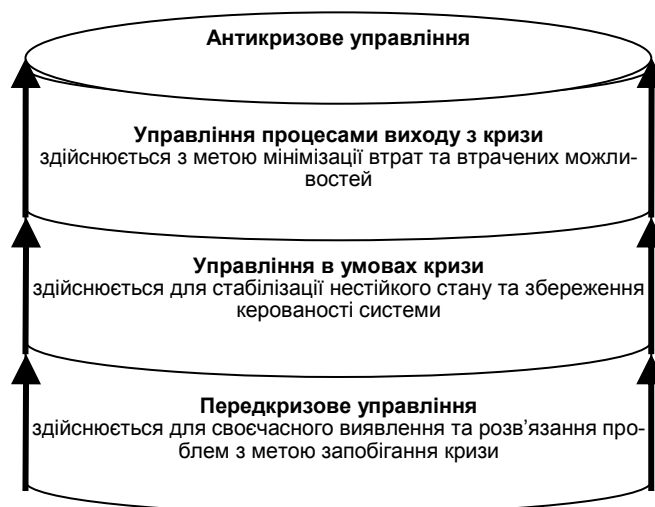


Рис. 1. Диференціювання антикризового управління залежно від етапу кризи

Більшість авторів [4 – 6; 8; 9], залежно від слабких та сильних сторін підприємства та рівня розповсюдження кризи, схильні виділяти стратегії відновлення або стратегії виходу. Якщо підприємство має можливості для подолання кризової ситуації, обирають стратегії відновлення, які у свою чергу поділяються на стабілізаційні й трансформаційні. Стратегії стабілізації [10] покликані попередити зменшення прибутків, забезпечити зниження відтоку грошових коштів та їх швидке знаходження, й орієнтовані на виживання підприємства. Стратегії трансформації [9] мають на меті значні зміни в діяльності підприємства. Для їх розробки і реалізації необхідні значні фінансові ресурси та наявність тривалого періоду часу. В умовах загрози банкрутства підприємства використовують стратегії виходу, щоб мінімізувати збитки. Вихід може бути швидким (стратегія ліквідації) або поступовим (стратегія "збору урожаю").

Антикризове управління підприємством має здійснюватись поетапно та передбачати послідовність визначених дій: 1) першочергові заходи з виявлення та діагностики кризових явищ; 2) реалізація однієї з альтернативних антикризових концепцій чи їх поєднання; 3) посткризове управління підприємством. На рис. 2 автором наведено етапи управління підприємством в умовах кризи.

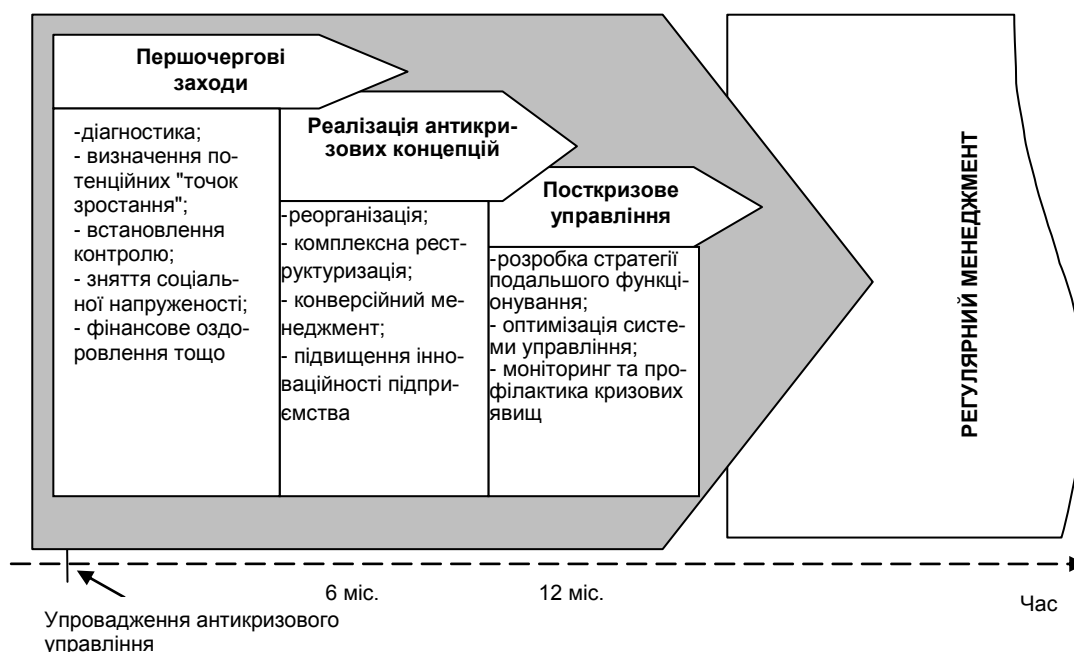


Рис. 2. Етапи управління кризовим підприємством

Серед основних альтернативних антикризових концепцій запропоновано такі на основі [11 – 13]:

1. Реорганізація – це припинення діяльності підприємства шляхом злиття, приєднання, поділу, виділення, перетворення з наступним переходом до новостворених усіх майнових прав та обов'язків колишнього підприємства.

2. Реструктуризація – це здійснення організаційно-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на зміну структури підприємства, його управління, форми власності, організаційно-правової форми, з метою його фінансового оздоровлення, збільшення обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищення ефективності виробництва. Необхідно зазначити, що реструктуризація відрізняється від реорганізації, оскільки остання має лише юридичне забарвлення і може бути використана як інструмент у ході реструктуризації або як окрема альтернативна антикризова концепція. Реструктуризація має більш комплексний та всебічний характер і передбачає здійснення заходів як в організаційному, так і у фінансовому аспектах діяльності підприємств.

3. Конверсійний менеджмент – це набір форм і методів докорінного перетворення виробництва, обумовленого радикальними змінами номенклатури та обсягів продукції, що виготовляється, або передбачається кардинальна перебудова виробництва з переходом на інші вироби.

4. Інноваційність підприємства та її підвищення, на думку автора статті, є найбільш ефективною стратегією трансформації діяльності підприємства в умовах кризи. Оскільки акцент на продуктові, процесні та аллокаційні інновації в антикризовому управлінні відповідає "концепції діаманту" ("Diamond Concept") як концепції відновлення, підтримки та зростання конкурентоспроможності підприємства. Згідно з даною концепцією менеджменту головним фактором конкурентоспроможності підприємства є його інноваційність (здатність до радикальних та часткових технологічних інновацій) у довгостроковому та короткостроковому періодах.

Таким чином, управління кризовим підприємством може здійснюватися за рахунок реалізації однієї з альтернативних антикризових концепцій. Потрібно як вдосконалювати поточні операції,



так і планувати й здійснювати проекти для розвитку суб'єктів господарювання, а це можливо лише за рахунок впровадження продуктивних, процесних та аллокаційних інновацій, або їх поєднання, та підвищення рівня інноваційності підприємства, що потребує подальших досліджень в системі антикризового управління.

Література: 1. Все о банкротстве – антикризисные мероприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.library.if.ua>. 2. Байцим В. Напрями зниження рівня збитковості українських підприємств / В. Байцим // Вісник національної академії державного управління при Президенті України. – 2004. – № 4. – С. 144–150. 3. Біловол Р. І. Методологічні підходи до розробки концепції антикризового управління підприємством / Р. І. Біловол // Регіональні перспективи. – 2003. – №7–8. – С. 60–63. 4. Білошкурський М. В. Деякі особливості діагностики кризового стану підприємства / М. В. Білошкурський // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 3. – С. 85–89. 5. Зуб А. Т. Системный стратегический менеджмент: методология и практика / А. Т. Зуб, М. В. Локтионов. – М. : Генезис, 2001. – 752 с. 6. Крутик О. Б. Антикризовий менеджмент: Превентивні методи управління / О. Б. Крутик. – СПб. : Питер, 2001. – 429 с. 7. Макаренко І. О. Алгоритм антикризового управління підприємством / І. О. Макаренко. Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 3. – С. 104–109. 8. Морозова О. А. Модель прогнозування виникнення та розвитку економічної кризи на рівні суб'єктів господарювання / О. А. Морозова // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: Економічна. – Донецьк, 2004. – № 82. – С. 139–146. 8. Пятенко С. Виявлення больових / С. Пятенко // Менеджмент і менеджер. – 2005. – № 1. – С. 17–20. 9. Самоукина Н. Антикризисное управление компанией / Н. Самоукина – СПб. : Питер, 2003. – 188 с. 10. Рибаків М. Як витягти кампанію з "болота" / М. Рибаків // Менеджмент і менеджер. – 2005. – № 5. – С. 40–44. 11. Словник законодавчих термінів [Електронний ресурс] – Режим доступа : <http://zakon.nau.ua>. 12. Попов Р. А. Антикризисное управление : учебник / Р. А. Попов. – М. : Высшая школа, 2006. – 429 с. 13. Боровицкий И. Новшества в системе управления организацией [Электронный ресурс] / И. Боровицкий, Е. Драгинская. – Режим доступа : http://www.nwapa.spb.ru/sajt_ibo/gos_regulirovanie/borovickii.htm.

Колупаєва І. В.

УДК 331.1

Тимченко І. Є.

РОЛЬ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА У СТВОРЕННІ "СПІВТОВАРИСТВ ПРАКТИКІВ" В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Анотація. Досліджено роль соціального партнерства в умовах економіки знань, особливості створення "співтовариств практиків" в організаціях.

Аннотация. Исследуется роль социального партнерства в условиях экономики знаний, особенности создания "содружеств практиков" в организациях.

Annotation. The roles of social partnership in the conditions of economy of knowledge, features of "practical concords" creation in organizations are investigated.

Ключові слова: соціальне партнерство, "співтовариство практиків", партнерські відносини.

У сучасних умовах, які швидко змінюються, організаціям необхідно приділяти детальну увагу розвитку знань, навичок та здібностей своїх працівників. Постійно зростаючий обсяг та складність інформації потребує не тільки накопичення нових знань, але і їх підтримки на професійному рівні.

В умовах економіки знань стан розвитку людського капіталу впливає на конкурентоспроможність організації. Тому організаціям необхідно приділяти увагу щодо укріплення зв'язків між співробітниками, а також розвитку довіри, взаєморозумінню та загальним інтересам, які мають об'єднати людей та створити всі необхідні умови для співпраці. Досягнення таких цілей можливе лише через створення системи соціального партнерства.

Проблемі соціального партнерства в управлінні персоналом присвячені роботи таких вітчизняних учених, як В. М. Геєць, Г. В. Задорожний, А. М. Колот, Г. В. Назарова, Ю. М. Осипов та ін. Цій проблемі приділяють значну увагу і такі зарубіжні спеціалісти, як Т. Мейсон, П. Друкер, Е. Лесер, Л. Прусак, Е. Паркер, А. Стюарт Томас, Е. Венгер, І. Нонака та ін.

Водночас, недостатньо вивченими залишаються проблеми функціонування системи соціального партнерства та його ролі у формуванні співтовариств у сучасних організаціях з метою поліпшення їх конкурентоспроможності в умовах економіки знань.

© Колупаєва І. В., Тимченко І. Є., 2010



Метою дослідження є обґрунтування положення, що соціальне партнерство в умовах переходу до економіки знань стає головним механізмом взаємодії господарюючих суб'єктів, а також стає основою формування "співтовариств практиків" у сучасних організаціях.

Основними методами дослідження виступають діалектичний метод наукового пізнання, метод господарської інтерпретації економічних явищ і процесів, порівняльний метод аналізу.

Якщо порівняти два основні типи людської діяльності – конкуренцію та соціальне партнерство – то стає зрозумілим, що саме соціальне партнерство іманентне людині [1, с. 55]. Саме соціальне партнерство дозволяє людині розумно співпрацювати з іншими людьми щодо забезпечення розумних потреб і свого розвитку.

Саме цей аспект потрібно враховувати у сучасних мережних організаціях, де діяльність партнерів – учасників мереж – базується на довірі, співробітництві, прагненні до загальної мети. У цих умовах змінюється сам тип менеджменту: він повинен виходити з того, що інтелектуальний працівник і фірма рівною мірою потрібні одне одному, а тому ніхто з них не має права диктувати свої умови з позиції сили.

Соціальне партнерство приводить до створення співтовариства однодумців ("співтовариство практиків") [2, с. 115], які використовують професійні знання та спеціальні прийоми, і коли кожен член групи відчуває свою індивідуальну значимість як особистість і як член співтовариства.

Як свідчить практика, у сучасному виробництві в людях, засоби виробництва яких зводяться до їх знань, зацікавлені самі фірми, бо саме від таких працівників великою мірою залежить ефективність діяльності самої фірми. Разом з тим, важко оцінити вклад співтовариств, оскільки, як правило, цей прикований актив не відображено ні у структурній схемі, ні в балансовому звіті організації.

Але для того щоб зрозуміти, яким чином "співтовариства практиків" створюють вартість, потрібно уявити співтовариство як фактор розвитку соціального капіталу. Саме соціальний капітал, яким наділено "співтовариство практиків", приводе до змін, у результаті яких зростають масштаби обміну знаннями, що у свою чергу позитивно впливає на результати діяльності організації. Наведено лише деякі аспекти поточної діяльності "співтовариств практиків", що позитивно впливають на результати діяльності організації.

1. Навчання нових співробітників. У рамках співтовариства нові співробітники отримують можливість встановлювати зв'язки, які дозволяють знайти тих, хто займається аналогічною діяльністю і може допомогти порадою або діями. Такі співтовариства сприяють встановленню і розвитку відносин "наставник – ученик", які приносять користь кожній стороні. Так, за допомогою конференцій, практики наставництва члени співтовариства отримують корисні поради щодо їх професійної діяльності.

2. Швидкість реагування на запити клієнтів. Співтовариства практиків відіграють значну роль у розповсюдженні знань. Особливо важливо це, коли співробітники знаходяться на відстані, а інформація, яка потрібна клієнту, зберігається у так званих централізованих репозиторіях [2]. Ці матеріали можуть бути у вигляді презентацій, пропозицій, розроблених для потенційних клієнтів, а також планів реалізації проектів.

3. Рівень повторних розробок і винаходів. Можливо, найціннішим вкладом співтовариства практиків є можливість повторно використовувати вже існуючі знання. Це дає змогу скоротити час та зусилля на пошук нової інформації, а також поліпшити можливості для професійного зростання, зниження витрат та спрощення обміну знаннями між членами організації.

4. Рівень інноваційності. Співтовариства практиків створюють середовище для розвитку інновацій, де люди можуть спокійно на основі довіри обговорювати проблеми. Залучення людей, які мають різні точки зору, – це один із засобів стимулювання інновацій усередині суспільства. У співтовариствах практиків люди готові ділитися інноваційними ідеями з тими, кому довіряють, та чиїм досвідом і знаннями можуть скористатися з метою удосконалення своєї ідеї.

Таким чином, соціальне партнерство виступає адекватним механізмом людської діяльності як суспільної співпраці і його необхідно використовувати повною мірою при вирішенні тактичних і стратегічних проблем економічного розвитку. Це пояснюється рядом причин:

1) людина виживає завдяки тому, що вона об'єднує свої зусилля, знання і дії з іншими людьми, породжуючи синергетичний ефект, якого не досягти окремому суб'єкту;

2) співпрацю породжує довіра, яка перетворюється на соціальний капітал, необхідний для вирішення сучасних проблем людського суспільства;

3) виникнення соціального партнерства у кожному окремому випадку сприяє нарощуванню інноваційного потенціалу кожного з партнерів, підвищує рівень його інтелектуального і соціально-культурного розвитку;

4) різноманітність місця виникнення і реалізації, форм і цільової спрямованості партнерських акцій та ін.

З розвитком співробітництва, партнерських відносин та співтовариств пов'язується подальший розвиток систем управління на рівні підприємства. Використовуючи необхідні компоненти, організація може створювати умови, які дозволять "співтовариствам практиків" відігравати значну роль у створенні, розповсюдженні та застосуванні знань, тим самим удосконалюючи результат діяльності самої організації.

Література: 1. Колупаева И. В. Социальное партнерство или углубление конкуренции: стратегический вектор реализации экономического потенциала / И. В. Колупаева // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Економічна серія. – № 754. – Харків, 2006. – С. 54–58. 2. Как превратить знания в стоимость: Решения от IBM Institute for Business Value. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 248 с. 3. Задорожний Г. В. Соціальне партнерство – реальний шлях до відкритого суспільства / Г. В. Задорожний, О. В. Коврига, В. В. Смоловик. – Харків : ХІБМ, 2000. – 192 с.

ОПТИМІЗАЦІЯ КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНУ ЗБЕРІГАННЯ ТА ПРОДАЖУ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ЗА УМОВИ ЦІНОВОГО РИЗИКУ

Анотація. Запропоновано метод календарного планування, зберігання та продажу запасів промислової продукції з урахуванням ризику.

Анотация. Предложен метод календарного планирования, хранения и продажи запасов промышленной продукции с учетом риска.

Annotation. The method of the calendar planning, storages and sales of industrial products supplies, taking into account a risk, is offered.

Ключові слова: ціновий ризик, календарний план, метод календарного планування, зберігання та продаж запасів промислової продукції.

Напрями розвитку підприємства визначаються системою планів різного рівня. Але щоб планування було реально здійсненним, воно повинно закінчуватися конкретними вказівками: коли, хто і як повинен виконувати відповідні виробничі процеси. Тобто постає питання розробки календарного плану.

Прибуток виробника від реалізації виготовленої продукції залежить від тривалості зберігання ним запасів цієї продукції та від майбутніх ринкових цін [1; 2]. Недетермінованість майбутніх ринкових цін спричиняє торговельні та фінансові ризики щодо майбутнього доходу власника від реалізації наявних запасів [3; 4].

Постає задача визначення такого календарного плану зберігання та продажу наявних запасів виготовленої виробником продукції, щоб майбутній очікуваний (в сенсі математичного очікування) прибуток виробника від реалізації продукції був якнайбільшим [5]. Цю задачу можна розв'язати з використанням відповідних математичних методів моделювання та оптимізації, розробка та опрацювання яких виступають предметом дослідження.

Нехай Q – обсяг наявного у власника в поточний момент часу запасу виготовленої ним продукції (у натуральному вимірі, одиниць); T – тривалість майбутнього планового періоду (кількість днів), упродовж якого цей запас має бути реалізованим.

Основними невідомими задачі календарного планування виступають змінні x_t , які показують кількість продукції, що підлягатиме реалізації у день t планового періоду ($t = 1, \dots, T$). Отже, множина $X = \{(x_1, \dots, x_T)\}$ допустимих календарних планів зберігання та продажу запасу продукції визначається умовами:

$$X: \sum_{t=1}^T x_t = Q; \quad x_t \geq 0, \quad t = 1, \dots, T. \quad (1)$$

Позначимо через c_t витрати виробника на зберігання одиниці продукції упродовж t -ї доби планового періоду ($t = 1, \dots, T$). Обсяг запасів продукції, яку матиме виробник у відповідний день планового періоду, дорівнює: або Q – у перший день ($t = 1$), тобто на початок планового періоду, або ж $Q - \sum_{\tau=1}^{t-1} x_\tau$ – у кожний з наступних днів, починаючи з другого ($t = 2, \dots, T$). Тому елементи потоку витрат на зберігання продукції $V = (v_1, \dots, v_T)$ обчислюватимуться за формулами:

$$v_1 = c_1 Q; \quad v_t = c_t (Q - \sum_{\tau=1}^{t-1} x_\tau), \quad t = 2, \dots, T. \quad (2)$$

Елементи потоку доходів виробника $D = (d_1, \dots, d_T)$, у свою чергу, визначаються ринковою ціною P_t продажу одиниці продукції та обсягами продажів у цей день x_t :

$$d_t = p_t x_t, \quad t = 1, \dots, T. \quad (3)$$

Отже, зведений до початку планового періоду чистий дохід (далі скорочено – прибуток) виробника z , що відповідає календарному плану $x = (x_1, \dots, x_T)$ реалізації продукції, дорівнюватиме:

$$z = \sum_{t=1}^T \frac{d_t - v_t}{(1+r)^t}, \quad (4)$$

де r – обрана виробником добова нормативна ставка дисконту.



Таким чином, згідно з відношенням (4) обчислення прибутку враховує дохід від реалізації продукції, витрати виробника на її зберігання, а також непрямі втрати через невикористання "заморожених" у запасах фінансових ресурсів (останній чинник беремо до уваги завдяки зведенню грошових потоків доходів та витрат за обраною виробником нормативною ставкою дисконту).

Прибуток z є випадковою величиною через випадковий хаотичний характер динаміки ринкових цін. Щоб обчислити основні статистичні характеристики: очікуваний рівень \bar{z} та дисперсію σ_z^2 цього випадкового прибутку, потрібно спочатку охарактеризувати випадкові ринкові ціни $P_t, t=1, \dots, T$.

Вважатимемо, що ринкова ціна P_t визначається її очікуваним рівнем \bar{P}_t та випадковою складовою ε_t :

$$P_t = \bar{P}_t + \varepsilon_t, \quad t = 1, \dots, T, \quad (5)$$

де \bar{P}_t – очікувані рівні цін P_t визначаються за економетричними моделями (трендовими, однофакторними, багатфакторними тощо) або шляхом експертного оцінювання [6], а випадкові складові ε_t мають нульові очікувані значення: $\bar{\varepsilon}_t = 0$, відомі дисперсії $\sigma_{\varepsilon_t}^2$ ($t = 1, \dots, T$) та є статистично незалежними між собою: $\text{cov}(\varepsilon_\tau, \varepsilon_t) = 0$ при $\tau \neq t$.

За наведених умов з урахуванням співвідношень (3) – (5), очікуваний прибуток виробника \bar{z} дорівнює:

$$\bar{z} = \sum_{t=1}^T \frac{\bar{P}_t x_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^T \frac{v_t}{(1+r)^t}, \quad (6)$$

а дисперсія σ_z^2 випадкового прибутку виробника z обчислюється за формулою:

$$\sigma_z^2 = \sum_{t=1}^T \frac{\sigma_{\varepsilon_t}^2 x_t^2}{(1+r)^{2t}}. \quad (7)$$

Тому, враховуючи залежності (1) – (7), економіко-математична модель задачі оптимізації календарного плану зберігання та продажу запасів виготовленої виробником продукції за несприятливих умов ставлення виробника до ризику, набуває вигляду:

$$\left. \begin{aligned} \bar{z} &= \sum_{t=1}^T \frac{\bar{P}_t x_t}{(1+r)^t} - Q \sum_{t=1}^T \frac{c_t}{(1+r)^t} + \sum_{t=2}^T \frac{c_t}{(1+r)^t} \sum_{\tau=1}^{t-1} x_\tau \rightarrow \max, \\ \sigma_z^2 &= \sum_{t=1}^T \frac{\sigma_{\varepsilon_t}^2 x_t^2}{(1+r)^{2t}} \rightarrow \min, \sum_{t=1}^T x_t = Q, x_t \geq 0, t = 1, \dots, T \end{aligned} \right\} \quad (8)$$

де T – тривалість планового періоду (днів);

Q – наявний у виробника в момент прийняття планового рішення запас продукції (у натуральному вимірі, одиниць);

r – обрана виробником добова нормативна ставка дисконту;

c_t – витрати виробника на зберігання одиниці продукції упродовж t -ї доби планового періоду (грошових одиниць), $t = 1, \dots, T$;

\bar{P}_t – очікувана на день t ринкова ціна одиниці продукції (грошових одиниць), $t = 1, \dots, T$;

$\sigma_{\varepsilon_t}^2$ – дисперсія випадкової ринкової ціни одиниці продукції P_t у день t планового періоду (квадратів грошових одиниць), $t = 1, \dots, T$.

Невідомими у задачі (8) виступають: \bar{z} – очікуваний прибуток (тобто зведений до початку планового періоду чистий дохід) виробника від реалізації у майбутньому календарного плану $x = (x_1, \dots, x_T)$ зберігання та продажу наявного запасу продукції (грошових одиниць); σ_z^2 – дисперсія випадкового майбутнього прибутку виробника.

Розв'язком задачі оптимізації календарного плану зберігання та продажу запасів продукції є такий з ефективних планів цієї двокритеріальної задачі (8), який найкраще відповідає індивідуальним перевагам власника.

Використання запропонованого методу дозволить виробникам ефективно захищати свої економічні інтереси за умов торговельних та фінансових ризиків щодо майбутнього прибутку від реалізації наявних запасів виготовленої продукції.

Література: 1. Рыжиков Ю. И. Управление запасами / Ю. И. Рыжиков. – М. : Наука, 1969. – 344 с. 2. Управлінський облік / Дон Р. Хенсен, Мертен М. Моувен, Небіл С. Еліас, Девід У. Сенков ; пер. з англ. – К. : Міленіум, 2002. – 974 с. 3. Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємстві: монографія. – К. : КНЕУ, 2004. – 480 с. 4. Кігель В. Р. Методи і моделі підтримки прийняття рішень у ринковій економіці: монографія / В. Р. Кігель. – К. : ЦУЛ, 2003. – 202 с. 5. Сток Дж. Р. Стратегическое управление логистикой / Дж. Р. Сток, Д. М. Ламберт ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 797 с. 6. Количественные методы в экономических исследованиях : учебник для вузов / под ред. М. В. Грачевой, Л. Н. Фадеевой, Ю. Н. Черемных. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 791 с.

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. Присвячено дослідженню проблеми управління знаннями у процесі роботи підприємства. Визначено переваги впровадження, підтримання та розвитку системи управління знаннями на сучасних підприємствах, які створюють міцне підґрунтя для ефективного перетворення інформації в унікальні та рідкісні знання.

Аннотация. Посвящено исследованию проблемы управления знаниями в процессе работы предприятия. Определены преимущества внедрения, поддержки и развития системы управления знаниями на современных предприятиях, которые создают крепкую почву для эффективного преобразования информации в уникальные и редкие знания.

Annotation. The article is dedicated to researching of the knowledge management problem in the enterprise. The advantages of implementation, support and development of a knowledge management system for modern enterprises, which create a solid ground for an effective transformation of information into a unique and rare skills are suggested.

Ключові слова: знання, система управління знаннями, конкурентні переваги.

У сучасну епоху динамічних змін з'явилися нові поняття, що більш глибоко й всебічно відображають кардинальні зміни в економічному житті. Найбільш загальними поняттями стали економіка знань й освітнє суспільство. Розуміння ролі знання й уміння виробляти нове знання, здатність застосовувати його для блага людства зараз стає одним з найбільш актуальних завдань для дослідження сучасною суспільствознавчою наукою. Без цього неможливо подолання глобальних криз, породжених техногенною цивілізацією.

Питання формування економіки знань знайшли своє відображення у працях вітчизняних і закордонних авторів: Антипиної О., Антонюк В., Астахової І., Варшавського А., Васильчука Ю., Гейця В., Гнибіденка І., Григоряна Г., Дракера П., Задорожного Г., Іноземцева В., Інфлегарта Р., Кіма М., Лібанової Є., Лісогор Л., Мелоуна М., Приходько Н., Семикіної М., Тоффлера Е., Федулової Л., Фукуями Ф., Чухна А. та ін. Проте, незважаючи на широкий потік наукових та популярних публікацій за визначеною проблемою, залишаються дискусійними безліч питань, серед них – визначення ефективності і результативності системи управління знаннями в контексті досягнення підприємством стійких конкурентних переваг. Забезпечення успішного позиціонування сучасної держави у світі, потреба в переході до навчання фахівців у режимі безперервної освіти стають необхідними відповідями на виклики економіки, заснованої на знаннях.

Висвітлення проблеми управління знаннями в контексті досягнення підприємством стійких конкурентних переваг, зокрема, забезпеченні його прибутковості, унікальності та неповторності.

На початку XXI століття в економічних процесах відбуваються якісні нові зміни – важливе значення знання в економічному розвитку зростає, випереджаючи значущість засобів виробництва і природних ресурсів. За оцінками Світового банку фізичний капітал у сучасній економіці формує 16 % загального обсягу багатства кожної країни, природний – 20 %, а людський капітал – 64 %. У таких країнах, як Японія і Німеччина, частка людського капіталу становить до 80 % національного багатства. На сьогодні цінності створюються за рахунок підвищення продуктивності та використання нововведень, тобто застосування знання на практиці [1].

За яскравим виразом П. Друкера більшість ресурсів перестають бути специфічними: "Найголовніший ресурс, що відрізняє бізнес та забезпечує вирішальні конкурентні переваги, – це специфічні виробничі та управлінські знання, які використовуються при веденні бізнесу" [2]. Отже, економіку, засновану на фізичній праці та сільському господарстві, змінила епоха індустріальної економіки, що ґрунтується на використанні природних ресурсів, яку у свою чергу змінює інформаційна економіка або економіка знань. Уперше термін "управління знаннями" прозвучав у 1986 р. у виступі Карла Віга на конференції ООН. Спочатку під управлінням знаннями розумілися ІТ-рішення, спрямовані на збереження, структурування, аналіз, пошук звітів, аналітичних записок та інших документів з описанням певного успішного досвіду в галузі або в самій компанії. Такий "інформаційно-технологічний" підхід домінував до початку 2000 рр., коли з'ясувалося, що між управлінням інформацією та управлінням знаннями існує суттєва різниця. Починаючи з 2000 р. активного вивчення набули концептуальні засади управління знаннями [3; 4], прикладні аспекти впровадження системи управління знаннями на підприємстві. Сьогодні підприємства, які використовують технології з управління знаннями, все частіше виграють на ринку порівняно з компаніями, які використовують звичайний збір та накопичення інформації. За показником індексу економіки знань, за яким Всесвітній банк проводить оцінку готовності країн до переходу на модель розвитку на основі знань, у 2008 році Україна посіла 57 місце [5].

У період швидких соціокультурних і економічних змін людина найчастіше має справу не з готовими системними знаннями, а з інформацією, з якої нове знання потрібно ще зуміти правильно виділити та знайти оптимальні шляхи його використання. Творчо працюючий фахівець є не стільки

споживачем готової інформації, скільки генератором, інтерпретатором і розповсюджувачем знання. Ще більшою мірою це стосується так званих інтелектуальних підприємців, які стають практичним рушієм процесу формування економіки знань.

Дослідники виділяють чотири типи політики навчання персоналу в сучасних організаціях [6]: функціональний, проблемно-орієнтований, перспективно-орієнтований та креативний. Функціональна політика навчання більшою мірою зосереджена на підвищенні кваліфікації окремих співробітників, ніж на розвитку персоналу, і нарощуванні інтелектуального капіталу організації в цілому. Результатом проблемно-орієнтованої політики навчання є формування механізму рішення проблем міжфункціональної взаємодії відділів і співробітників. У компаніях з перспективно-орієнтованою політикою навчання навчаються, насамперед, топ-менеджери й ключові фахівці, що визначають напрямки розвитку організації. У компаніях, де превалює креативна політика навчання, створюються робочі групи, що самонавчаються, та групи, всередині яких процес навчання дійсно є безперервним. Підтримуючі креативні навчальні проекти, які "розхитують" стереотипи організаційної поведінки, компанія має змогу по-новому поглянути на себе і на своє зовнішнє оточення.

Сьогодні для підприємств навчання є не тільки засобом передачі нових навиків співробітникам, а й чинником збільшення інтелектуального потенціалу компанії. Тому не можна не погодитись з тим, що управління знаннями – це стратегія підприємства, мета якої – виявити та обернути на користь підприємству всю наявну у нього інформацію, досвід і кваліфікацію працівників з тим, щоб покращити якість обслуговування клієнтів та прискорити реагування на зміни ринкових умов.

Досвід роботи провідних світових та вітчизняних підприємств засвідчує, що ефективність системи управління знаннями напряму впливає на успішність розвитку підприємства. Однією з невід'ємних складових цієї системи є проєкція "навчання та розвиток", в основі якої – показники навчання та розвитку персоналу підприємства [7]. Отже, можна стверджувати, що поступово концепція управління знаннями набуває практичних обрисів у системі управління сучасним підприємством та сприяє формуванню конкретних результатів на шляху забезпечення конкурентоспроможності та успішності розвитку вітчизняних підприємств.

Таким чином, автор розглянув лише окремі проблеми системи управління знаннями у процесі роботи підприємства, який є багатогранною та на сьогодні майже невичерпною, як у науковому, так і у прикладному аспекті. Однак, уже тепер зрозуміло, що незважаючи на активну розробку теоретико-методологічних засад менеджменту знань, залишаються дискусійними питання організації системи управління знаннями на підприємстві. Можна констатувати те, що на сучасних підприємствах впровадження, підтримання та розвиток системи управління знаннями, створює міцне підґрунтя для ефективного перетворення інформації у нематеріальний актив підприємства (унікальні, рідкісні знання), який і буде ключовим фактором успіху у конкурентній боротьбі в умовах розвитку "нової" економіки.

Література: 1. Стюарт Т. Богатство от ума / Т. Стюарт ; пер. с англ. – Минск : Парадокс, 1998. – 346 с. 2. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке : учебное пособие / П. Ф. Друкер ; пер. с англ. – М. : Издательский дом "Вильямс", 2000. – 272 с. 3. Винарчик П. Спасение идей: Й. Шумпетер и ключевые проблемы противоборствующих экономических теорий / П. Винарчик // Вопросы экономики. – 2003. – № 11. – С. 15–26. 4. Управление знаниями в корпорациях : учебное пособие / Б. З. Мильнер, З. П. Румянцева, В. Г. Смирнова, А. В. Блиникова ; под ред. докт. эконом. наук, проф. Б. З. Мильнера. – М. : Дело, 2006. – 304 с. 5. http://info.worldbank.org/etools/kam2/KAM_page5.asp. 6. Политика обучения персонала в российских компаниях // Российский журнал менеджмента. – 2005 – Том 3. – № 2. 7. Каплан Р. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон. – М., 2003. – 283 с.

УДК 331.101.6:67/68

Мищенко Г. І.

ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто управління розвитком підприємства, підвищення ефективності його роботи, поліпшення техніко-економічних показників за рахунок впровадження організаційних факторів. Аналіз основних показників (об'єм товарної продукції) виконано методом групування підприємств.

Аннотация. Рассмотрено управление развитием предприятия, повышение эффективности его работы, улучшения технико-экономических показателей за счет внедрения организационных факторов. Анализ основных показателей (объем товарной продукции) выполнено методом группировки предприятий.

© Мищенко Г. І., 2010



Annotation. Management of development of enterprise, increase of efficiency of personnel work, improvement of technical and economic indexes due to introduction of organizational factors are considered. The analysis of basic indexes (volume of commodity output) by the method of grouping of enterprises is done.

Ключові слова: організація, організаційні фактори, концентрація чисельності робітників, спеціалізація, управління розвитком підприємства.

Досягнення високої ефективності виробництва потребує такої його організації, яка б забезпечувала сучасне впровадження у виробництво нових досягнень науки і техніки. Максимальний ефект від впровадження нової техніки і прогресивної технології може бути досягнутий тільки у тому випадку, якщо одночасно удосконалюється і організація виробництва. Чим вище рівень організації виробництва, тим вище використовуються матеріальні і трудові ресурси, тим вище рівень і темпи зростання продуктивності праці. Отже, висока продуктивність праці – це не тільки результат використання передової техніки і прогресивної технології, але й результат удосконалення організації виробництва.

Підвищення ефективності взаємодії у виробничому процесі засобів, предметів праці і робочої сили значно визначається досягнутим рівнем розвитку суспільних форм організації виробництва – концентрації, спеціалізації, кооперації і комбінування. Висока ефективність цих форм організації виробництва доведена теоретично і підтверджена практикою роботи підприємств. Однак наслідки концентрації, спеціалізації, спеціалізації і кооперації виробництва дуже суперечливі. Так, поряд з поліпшенням техніко-економічних показників надмірне поглиблення концентрації і спеціалізації часто тягне погіршення управління підприємствами, неможливість швидкого реагування на зміну попиту населення. Усе це потребує додаткових досліджень ефективності концентрації і спеціалізації виробництва, визначення найбільш переважаючих форм і напрямків їх розвитку в умовах зростаючих темпів інтенсифікації виробництва.

На підприємствах, які характеризуються масовим і багатосерійним виробництвом, дискретним характером виробничих процесів, широким асортиментом продукції, яка випускається, найбільш ефективними формами організації виробництва, які мають найбільше значення для підвищення продуктивності праці, є концентрація і спеціалізація. Своє матеріальне втілення вони знаходять у створенні системи підприємств, які володіють певним виробничим профілем, котрий дозволяє цим підприємствам у сукупності задовольняти потреби населення в тій чи іншій продукції.

При вивченні питання стану рівня концентрації виробництва використовується метод групування підприємств, який ґрунтується на аналізі основних показників (об'єм товарної продукції).

Слід зазначити, що концентрація чисельності робітників на малих та середніх виробництвах значно вище концентрації основних промислово-виробничих фондів. Це свідчить про слабку технічну оснащеність праці робочих і наявність великої кількості робочих, які зайняті ручною працею, що обумовлює більш низький рівень його продуктивності порівняно з великими підприємствами.

Підвищення рівня концентрації є необхідною умовою впровадження нової техніки і прогресивної технології, здійснення комплексної механізації і автоматизації виробництва відкриває можливість для використання досягнень науки і техніки у виробництві. Мета розвитку концентрації – забезпечення раціонального поєднання підприємств різного розміру, тому що у всіх галузях є ще багато малих підприємств, які не здатні ефективно використовувати виробничі ресурси. Не здійснюючи суттєвого впливу на галузеве виробництво, вони ускладнюють процеси його управління і планування. Малі підприємства отримують можливість підвищувати продуктивність праці, коли на них відбувається концентрація однорідного виробництва в результаті спеціалізації, яка приводить до змінення профілю і структури підприємства. З підвищенням рівня концентрації виробництва зростає фондвіддача і знижується собівартість продукції.

Концентрація досягає найбільшої ефективності в тому випадку, якщо вона супроводжується спеціалізацією. Для повного задоволення вимог населення в тих чи інших виробках доцільно мати меншу кількість універсальних підприємств широкого профілю, які повністю забезпечують споживача потрібним набором виробів, замість того щоб координувати велику кількість вузькоспеціалізованих виробництв, які виготовляють окремі види цих виробів. У такому випадку створюються умови для зниження витрат, які пов'язані з управлінням виробництвом.

Спеціалізація призводить до розчленування процесу виробництва продукції на операції, які характеризуються стабільністю режимів, оснащення, матеріалів, що створює основу для використання більш прогресивних форм поточної організації виробництва і підвищення продуктивності праці.

Відповідно до сучасної структури попиту і потужності підприємств необхідно, щоб підприємства спеціалізувалися на випуску виробів за їх призначенням і виглядом. Розширення і оновлення асортименту повинно досягатись випуском сімейства виробів, які створені на основі однієї якої-небудь базової конструкції. Досліди показують, що шляхом удосконалення спеціалізації продуктивність праці може бути збільшена на 2 – 3 %, а шляхом оптимізації потужності – тільки на 1 – 2 %.

Одним з напрямів розвитку спеціалізації є створення централізованих комплектуючих пунктів. У результаті їх організації продуктивність праці підвищується на 0,3 %.

Спеціалізація, забезпечуючи стабільність виробничих умов, створює передумови для впровадження високопродуктивного обладнання, комплексної механізації і автоматизації виробництва, обумовлює заміну універсального обладнання спеціалізованим, більш продуктивним. У результаті чого забезпечується суттєве зростання продуктивності праці. Тому спеціалізація забезпечує більш повну загрузку обладнання і збільшення фондвіддачі. Забезпечуючи широке розповсюдження по-



точної організації, спеціалізація сприяє економії сировини і матеріалів за рахунок підвищення однорідності виробництва, стабільності режимів операцій, які виконуються.

До найбільш суттєвих особливостей, які визивають необхідність інтенсифікації процесів концентрації і спеціалізації, відносяться: значне зростання вимог покупців до асортименту і якості виробів, постійне розширення номенклатури продукції, яка виробляється, та зміна профілю потоків.

Література: 1. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань – К. : ТОВ "УБК "ЕксОб", 2002. 2. Риполь-Сарагоси Ф. Б. Основы финансового и управленческого анализа / Ф. Б. Риполь-Сарагоси. – М. : Приор, 2000.

УДК 336.22:658

Рожко В. І.

СТИМУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ

Анотация. Зазначено, що подолання наслідків економічної кризи та прискорення економічного зростання України залежить від визначення пріоритетних галузей економіки, що потребують державної підтримки. Обґрунтовано, що для прискореного розвитку економіки державної підтримки замало, необхідно впровадження нових умов регулювання господарської діяльності підприємств.

Аннотация. Определено, что преодоление экономического кризиса и ускорение экономического роста Украины зависит от определения приоритетных областей экономики, которые нуждаются в государственной поддержке. Обосновано, что для ускоренного развития экономики, государственной поддержки недостаточно, необходимо внедрять новые условия регулирования хозяйственной деятельности предприятий.

Annotation. It is suggested that overcoming of economic crisis and economic growth of Ukraine acceleration depends on determination of priority areas economies which need state support. It is grounded that for speed-up development of economy, state support not enough, it is necessary to inculcate the new terms of adjusting of economic activity of enterprises.

Ключові слова: стимулювання діяльності, скрещена система оподаткування, державна підтримка, розвиток підприємства.

Подолання наслідків економічної кризи та прискорення економічного зростання України залежить від визначення пріоритетних галузей економіки, що потребують державної підтримки. Але для прискореного розвитку економіки державної підтримки замало, необхідне проведення структурних реформ, насамперед, упровадження нових умов регулювання господарської діяльності підприємств різних видів та форм власності.

Питомий вклад кожної галузі народного господарювання у формування ВВП держави визначають підприємства, що входять до її складу. При визначенні підприємств, що потребують державної підтримки, необхідно враховувати показники ефективності їх діяльності, які характеризують соціальну важливість для суспільства та держави в цілому. Державну підтримку, в першу чергу, повинні мати підприємства, що здатні виробляти конкурентоспроможну та якісну продукцію. Тому дослідження результатів діяльності підприємств дає можливість визначити види підприємств, що мають визначальний вплив на розвиток економіки та для яких необхідно спрямувати державну підтримку.

Дослідження було проведено на основі аналізу основних показників результативності функціонування вітчизняних підприємств різних видів діяльності, форм власності та розмірів за 2009 р. Серед них питома вага у формуванні ВВП держави, питома вага перерахованих податків суб'єктами господарювання у державний бюджет за видами підприємств, структура зареєстрованих малих підприємств за видами діяльності, структура виробництва продукції різними видами підприємств, яка визначена неякісною та не відповідає вимогам стандартів якості.

Аналіз діяльності суб'єктів господарювання різних видів за розмірами виявив такі результати. Малі підприємства (що знаходяться на спрощеній системі оподаткування) мають питому вагу у формуванні ВВП України не більше 9 %. Наприклад, у США – 60 %, в Німеччині – 54 %. Середні підприємства мають вклад у формування ВВП – 39 %, великі – 52 % [1].

© Рожко В. І., 2010



Структура обсягу податків, перерахованих у державний бюджет різними видами підприємств, наведена на рис. 1.

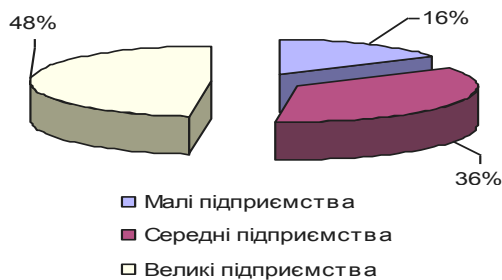


Рис. 1. Питома вага перерахованих податків суб'єктами господарювання у державний бюджет за видами підприємств [1]

Наступним показником, що характеризує діяльність вітчизняних підприємств, є структура зареєстрованих малих підприємств за видами діяльності (рис. 2).

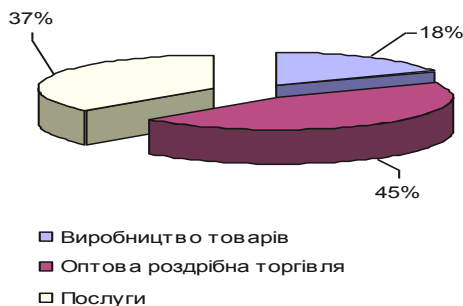


Рис. 2. Структура зареєстрованих малих підприємств за видами діяльності [1]

Аналіз даних Інституту Укрметртестстандарту м. Києва щодо перевірки продукції, яка визначена неякісною та не відповідає вимогам стандартів якості, дозволяє отримати наступні результати (рис. 3).

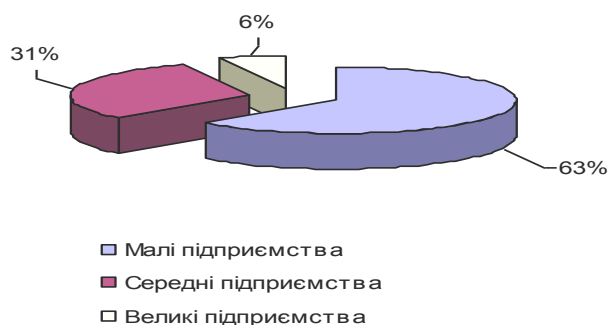


Рис. 3. Структура виробництва продукції різними видами підприємств, яка визначена неякісною та не відповідає вимогам стандартів якості [2]

Крім цього, згідно з даними перевірок Інституту Укрметртестстандарту м. Києва з 100 тон перевірених продуктів харчування 20 % не відповідають вимогам стандартів якості, а виробникам накладено штрафів на суму понад 420 тис. грн, у тому числі виробниками 60 % неякісної продукції є малі підприємства [2].

Таким чином, стимулювання малого та середнього бізнесу (спрощена система оподаткування) призводить до небажаних наслідків для суспільства та держави в цілому з точки зору якості продукції, що виготовляється та реалізується.

Державну підтримку (спрощена система оподаткування) більшість підприємств малого та середнього бізнесу використовують як схему мінімізації сплати податків та надання сумнівних фінансових послуг. Тому впровадження нових умов ведення господарської діяльності неможливо без змін у податковій державній політиці. Прийняття податкового кодексу є основним кроком, який до-

зволить створити передумови формування якісно нового підходу щодо здійснення підприємницької діяльності в Україні.

Насамперед потребують перегляду розміри критеріїв переходу на спрощену систему оподаткування, а також скорочення переліку видів діяльності. Перед тим як отримати можливість перейти на спрощену систему оподаткування, суб'єкти господарювання повинні обґрунтувати свою спроможність виробляти якісну, конкурентоспроможну продукцію, нараховувати дійсну заробітну плату, яку отримують робітники, забезпечити відповідні умови праці найманим робітникам. Тільки після підтвердження спроможності ведення свого бізнесу відповідно до цих вимог отримати можливість перейти на спрощену систему оподаткування.

Підприємства-виробники конкурентоспроможної продукції та послуг реального сектору економіки – що потребують державну підтримку, не можуть використовувати переваги спрощеної системи оподаткування для свого розвитку. Тому необхідно, з одного боку, зменшити кількість податків та впроваджувати диференційовані ставки для платників, а з іншого – спростити процедуру оформлення та ведення звітності підприємницької діяльності. Зменшити податкове навантаження на фонд оплати праці на підприємствах. На вітчизняних підприємствах нарахування у середньому складають 43 % [3]. За цим показником Україна займає одне з передостанніх місць в Європі.

Також пропонується використовувати практику застосування податкових канікул. Це дозволить підприємствам реального сектору економіки закумуляувати фінансові ресурси, перейти на інноваційну модель розвитку, модернізувати та впроваджувати заміщуючі технології з виробництва продукції, що раніше не вироблялася в Україні.

Література: 1. Статистичний щорічник України за 2009 рік / Державний комітет статистики України ; відп. за вип. О. Г. Осауленко. – К. : Українська енциклопедія, 2010. – 631 с. 2. <http://www.ukrcsm.kiev.ua/>. 3. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 338.5.01

Сасина Л. А.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕФЛЕКСИВНОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ

Аннотация. Теоретически обоснована целесообразность использования рефлексивного подхода в управлении как одного из направлений совершенствования деятельности руководителя.

Анотация. Теоретично обґрунтована доцільність використання рефлексивного підходу в управлінні як одного з напрямків удосконалення діяльності керівника.

Annotation. The expediency use of the reflective approach in management as one of directions of perfection activity of the chief is theoretically proved.

Ключевые слова: рефлексивный подход, теоретические основания, рефлексивное управление.

Исследование проблем теории и практики управления с точки зрения наличия методологических оснований позволило многим ученым (А. Авиллову, О. Виханскому, П. Друкеру, Г. Кунцу, Е. Моргунову, А. Наумову и др.) говорить о том, что в настоящее время не существует науки управления, есть только практика, "инженерия" управления [1; 2]. Причем эффективность последней невысокая. Это объясняется, с одной стороны, низким уровнем профессионализма управленцев, с другой, – ориентацией их на ущербного работника типа "X" (по Д. Макгрегору).

Такая критическая оценка сложившейся ситуации в управлении по-своему справедлива и требует продолжения исследований, направленных на поиск способов преодоления очевидных несовершенств, прежде всего – формирования прочных методологических оснований, обеспечивающих успешное функционирование и развитие науки. Одним из перспективных и малоизученных направлений является использование рефлексивного подхода в управлении. Концепция рефлексивного управления еще не имеет своей ниши в системе научных знаний, но претендует на нее.

Цель настоящего исследования – теоретическое обоснование целесообразности использования нового подхода в управлении.

Известно, что в рамках традиционного распределения ролей устанавливаются дистантные отношения руководителя и персонала, при этом основное внимание субъекта управления обраца-

© Сасина Л. А., 2010



ется на объект, рефлексивное осмысление им собственной деятельности, как правило, отсутствует. Такому смещению акцентов способствуют устоявшиеся убеждения относительно того, что неопределенность в деятельности объекта вносит персонал и внешняя среда. При этом игнорируется обстоятельство, что в наибольшей степени неопределенность зависит от изменчивого, часто непредсказуемого поведения самого субъекта управления. Следовательно, руководитель прежде всего должен быть объектом собственной управленческой деятельности.

Рефлексия – это метод философии. Ее содержание определено предметно-чувственной деятельностью человека. Давид Юм называл рефлексией вторичные перцепции (восприятия), то есть те идеи, которые основаны на уже осуществленном чувственном восприятии.

Рефлексия – обращение назад, отражение. Это форма теоретической деятельности человека, направленная на осмысление своих собственных действий.

Оперирование отвлеченными понятиями, высокая степень созерцательного познания обеспечивают обдуманность, содержащую анализ прошлого и настоящего, прогноз будущего. Именно через рефлексию у человека возникает философское осознание жизни, его нравственное становление.

Сторонники нового направления в управлении предлагают использовать в качестве его методологических оснований положения праксеологии и феноменологической психологии.

Рассмотрим кратко сущность этих направлений с точки зрения целесообразности такого применения [3].

Главная задача праксеологии – найти общие законы любой человеческой деятельности и разработать на этой основе ее рациональную технику. Сущность данной науки изложена Т. Котарбинским в труде "Трактат о хорошей работе". Теоретической платформой праксеологии считаются идеи К. Маркса о всеобщности труда, сформулированные в "Капитале".

Праксеология рассматривает внутреннюю мотивацию человека, как определяющую при построении им своей деятельности. То есть рефлексия стремлений человека к саморазвитию, достижению цели, поиску смысла жизни и деятельности формирует доминирующую мотивацию и, как следствие, – алгоритм поведения. Поэтому в рамках узко очерченной предметной области (деятельности руководителя) использование положений праксеологии для продолжения теоретических и практических исследований рефлексивного управления может быть эффективным.

Феноменологическая психология – это научное направление, объясняющее природу человека и особенности его поведения.

Основные ее идеи заключаются в следующем:

– материальная или объективная действительность есть реальность, сознательно воспринимаемая и интерпретируемая человеком в данный момент времени. Это означает, что поведение человека можно понять только в терминах его субъективного восприятия и познания действительности. Именно внутренняя система отсчета человека (или субъективная способность постигать действительность) играет ключевую роль в определении внешнего поведения человека;

– люди сами способны определять свою судьбу. Действительно, люди свободны в выборе решения, какой должна быть их жизнь в контексте врожденных способностей и ограничений. В конечном итоге они ответственны за то, что собой представляют;

– люди по своей сути добры и обладают стремлением к совершенству. Они естественно и неизбежно движутся в направлении большей дифференциации, автономности и зрелости. Концепция роста, выраженная в идее реализации внутренних возможностей и личностного потенциала человека, отражает позитивный и оптимистичный взгляд на природу человека.

Основным идеологом феноменологического направления в психологии считается американский ученый К. Роджерс. В своей теории он предпринял попытку объяснить, как человек воспринимает мир, разработал концепцию "самости", изучил тенденции развития, присущие всем людям. Труды К. Роджерса имеют огромное теоретическое и прикладное значение.

Идеи феноменологии во многом созвучны с положениями гуманистического направления исследования личности, изложенными в теории А. Маслоу, и когнитивного направления, представленного в трудах Д. Келли.

Основные научные положения, сформулированные учеными, позволяют глубоко и всесторонне проанализировать природу человека, его мотивационную сферу, логику развития. Поэтому они могут быть использованы в качестве методологической основы нового научного направления – рефлексивного управления.

Рефлексия в управлении возможна лишь по отношению к деятельности самого руководителя. Чтобы управлять неким явлением (процессом), ему необходимо собственную деятельность воспринимать как орудие познания (положения праксеологии).

Исходным пунктом любой значимой деятельности является состояние дискомфорта, личная неудовлетворенность. Это не негативное, а критичное, требовательное отношение к себе. Неудовлетворенность не может быть постоянной, она преодолевается в процессе решения возникшей проблемы путем, прежде всего, изменения своей собственной деятельности. Позитивное движение вперед (от неудовлетворенности к удовлетворенности) обеспечивается осознанием субъектом управления смысла деятельности на основе своего опыта и интуиции (положения феноменологии).

Реальной деятельности руководителя должно предшествовать построение им абстрактной (концептуальной) модели предприятия. Согласно этой модели выделяются и описываются основные понятия и фрагменты деятельности, позволяющие в последующем руководителю делегировать полномочия по решению тактических вопросов специалистам, а самому решать стратегические вопросы функционирования предприятия.

Таким образом, рефлексивное управление – это новый подход в управлении, базирующийся на фундаментальных теориях личности и праксеологии. Его развитие обеспечивает не только совершенствование практической деятельности руководителя, но и последовательное формирование недостающих методологических оснований науки управления.

Литература: 1. Авилов А. В. Рефлексивное управление. Методологические основания : монография / А. В. Авилов. – М. : ГУУ, 2003. – 174 с. 2. Модели и методы управления персоналом : Российско-британское учебное пособие / под ред. Е. Б. Моргунова. – М. : ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2001. – 464 с. 3. Хьелл Л. Теории личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб. : Питер, 2001. – 608 с.

УДК 005.95

Маркова Н. С.

РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ЯК "ТОЧКА ЗРОСТАННЯ" ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто положення концепції сталого розвитку в контексті відокремлення "точок зростання" підприємства. Як "точки зростання" підприємства запропоновано виділити розвиток персоналу як систему взаємопов'язаних елементів, реалізація яких можлива за умови використання матеріальних та нематеріальних ресурсів.

Аннотация. Рассмотрены положения концепции устойчивого развития в контексте определения "точек роста" предприятия. В качестве "точек роста" предприятия предложено выделить развитие персонала как систему взаимосвязанных элементов, реализация которых возможна при условии использования материальных и нематериальных ресурсов.

Annotation. The positions of steady development conception in the context of determining the "points of growth" of enterprise are studied. As "points of growth" of enterprise personnel's development is suggested. Special attention is paid to use of financial and non-material resources.

Ключові слова: "точка зростання", матеріальні ресурси, нематеріальні ресурси.

Виконання положень концепції сталого розвитку, що активно розвивається у світі, починаючи з 70-х років ХХ ст., сутність якої полягає у врахуванні екологічного фактора у процесі розвитку людства, стає реальним за умови пошуку та реалізації точок зростання. Дивлячись крізь призму сучасної економічної думки, на погляд автора, досліджуючи мікроекономічний рівень управління, такими точками можна вважати розвиток персоналу як багатогранну категорію, яка відбиває складні процеси формування й реалізації інтелектуальних, професійних, творчих характеристик особистості, яка задіяна у процесі виробництва й здатна знаходити шляхи узгодження між цілями власників бізнесу й обмеженими природними ресурсами на основі використання інноваційних технологій.

Аналіз літературних джерел переконує у важливості та актуальності проведення досліджень у площині досягнення економічної ефективності за рахунок підтримки сприятливої екологічної ситуації в регіоні та світі. Серед відомих науковців і практиків, які дотримуються положень даної концепції, можна виділити О. Бізаркіну [1], Г. Брутдтланд, І. Вахович [2], Н. Гончарову [3], С. Лісовського [4], Ю. Овсієнко [1], Л. Руденко [4], А. Степанова [3], Н. Сухову [1] та ін. Окреслені наукові погляди авторів мають свій сенс, проте відсутність досліджень у сфері сталого розвитку підприємства й персоналу зокрема обумовлює актуальність та своєчасність дослідження.

З наукової точки зору, вже не підлягає сумніву, що економічний розвиток розглядається як структурні зміни, викликані зростанням нових, "захоплюючих" галузей [3]. Саме дані галузі містять в собі рушійну силу економічного розвитку, які є полюсами зростання, що спочатку ініціюють, а потім розповсюджують розвиток на навколишнє середовище. В основі цієї теорії лежить ефект домінування Ф. Перру [3]. Використовуючи макроекономічні аспекти теорії, можна перенести ці наукові положення на площину персоналу, під чим пропонується розуміти таке: існують певні елементи системи розвитку персоналу (профорієнтація та адаптація, оцінка, мотивація, кар'єрне зростання, професійне навчання, соціальний розвиток персоналу) або професійно-кваліфікаційні групи персоналу, які провокують новації з тим, щоб вони були розповсюджені на інші елементи розвитку або



професійно-кваліфікаційні групи й, таким чином, стали поштовхом для соціально-економічного зростання підприємства в умовах забезпечення екологічної рівноваги в регіоні. Тому вкрай актуальним є проблема виявлення базових точок зростання як підприємства, так і персоналу, що в кінцевому випадку призведе до його розвитку. "Точками зростання" для підприємства можуть виступати інноваційні технології, диверсифікація виробництва, оновлення технологічної бази, розвиток персоналу та ін. Поле зростання, у свою чергу, може бути ресурсний, людський, інноваційний, соціальний, економічний потенціал. Таким чином, розвиток персоналу сам по собі не виступає самометою, а є чинником розвитку підприємства, причому у сторіччя актуальності та верховенства знань чи не найвагомішим. Теоретичне й емпіричне знання допоможе найбільш адекватно поглянути на необхідність прийняття думки щодо обмеженості природних ресурсів, що не завжди відповідає потребам суспільства й окремих осіб. Але тільки адекватні знання як показник рівня освіченості та культури персоналу здатні переконати у справедливості доказів, прийнятих вченими на основі численних досліджень, і прийнятих до виконання на глобально-міжнародному, державному, регіональному та мікрорівнях. На думку Бондаренко Т. М. [5], "точкою зростання" національної економіки виступає науковий потенціал, прибуткове підприємство, яке здатне залучити у виробництво через систему кооперативних та технологічних зв'язків продукцію інших галузей.

З тим щоб розвиток персоналу став точкою зростання, він повинен мати конкурентні переваги як серед прямих, так і непрямих конкурентів, які стосовно до персоналу мають характер ноу-хау, а вони, як відомо, жодним чином не захищені правами власності і в будь-який час можуть бути скопійовані. Тому завдання створення конкурентних переваг полягає в тому, щоб пристосувати їх використання до умов конкретного підприємства, забезпечити нерозголошення управлінської й комерційної таємниці та формулювання й відповідну реалізацію; використати такі переваги, щоб їх копіювання було утруднено виходячи із специфіки діяльності підприємства та базувалося на використанні тільки йому даних ресурсів.

Використовуючи концепцію багаторівневої економіки, що розроблена російськими вченими під керівництвом Анчишкіна А. І. [5], можна представити "точки зростання" персоналу у вигляді трьох взаємопов'язаних компонентів: 1) збільшення чисельності персоналу – кількісний аспект; 2) зміна у професійно-кваліфікаційній, організаційній, штатній, функціональній, соціальній, рольовій структурі персоналу – структурний аспект; 3) зрушення в обсязі та якості професійної підготовки та ефективності реалізації елементів системи розвитку персоналу – якісний аспект. У подібному контексті "точки зростання" полягають у здатності керівництва постійно підвищувати освітній, культурний, інтелектуально-творчий та особистісно-ментальний рівні персоналу та прогресивно змінювати його структуру з тим, щоб досягти тих показників діяльності підприємства, які відповідатимуть його економічним та екологічним параметрам.

Виходячи з суті концепції, можна стверджувати, що розвиток персоналу передбачає собою існування та необхідність подолання суперечностей між досягненням якнайбільшого та якнайшвидшого рівня розвитку та використовуваними при цьому ресурсами – матеріальними і нематеріальними. Матеріальні ресурси необхідні для: забезпечення безперебійної роботи підприємства; облаштування робочих місць таким обладнанням та технологіями, які здатні виробляти продукцію за додержанням критерію "ціна – якість"; проведення роботи з реалізації елементів розвитку персоналу, в основному професійного навчання поза робочим місцем; створення матеріальної бази при проведенні науково-дослідних робіт з пошуку та запровадження ресурсозберігаючих технологій з урахуванням збереження екосистеми регіону. Нематеріальні ресурси повинні стати основою для формування й розвитку інтелектуального капіталу підприємства, у створенні якого активну участь бере висококваліфікований персонал, що є результатом процесу розвитку. Таким чином, вміле поєднання матеріальних та нематеріальних аспектів розвитку персоналу є основою у реалізації "точок зростання" підприємства.

-
- Література:** 1. Овсиенко Ю. В. Устойчивое развитие: концепция и стратегические ориентиры / Ю. В. Овсиенко, Е. Н. Бизяркина, Н. Н. Сухова // Экономика и математические методы. – 2007. – Т. 43. – № 4. – С. 23–33. 2. Вахович І. М. Теоретичні засади формування моделі сталого розвитку суспільства / І. М. Вахович // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2009. – № 15. – С. 17–27. 3. Степанов А. П. "Точки роста" в контексте теорий экономического развития: экономическая сущность и проблемы / А. П. Степанов, Н. П. Гончарова // Стратегія розвитку України. – 2007. – № 1, 2. – С. 29–36. 4. Руденко Л. Г. Концепція сталого (збалансованого) розвитку та її сприйняття в Україні / Л. Г. Руденко, С. А. Лісовський // Український географічний журнал. – 2005. – № 4. – С. 3–10. 5. Бондаренко Т. М. "Точки зростання" економіки: критерії та методичні підходи до визначення / Т. М. Бондаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 5(71). – С. 41–46. 6. Волошин Д. Развитие и рост в концепции многоуровневой экономики / Д. Волошин // Экономист. – 2008. – № 2. – С. 45–57.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СПОЖИВЧОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ ЯК ЗАСОБУ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто найбільш поширені визначення споживчої лояльності; представлено аналіз рівнів лояльності клієнтів, який дозволяє виділити основні моделі ставлення клієнта до підприємства та її продукції. Запропоновано методи підвищення лояльності споживачів.

Аннотация. Рассмотрены наиболее распространенные определения потребительской лояльности; представлен анализ уровней лояльности клиентов, который позволяет выделить основные модели отношения клиента к предприятию и его продукции. Предложены методы повышения лояльности потребителей.

Annotation. The most common definition of consumer loyalty are considered; the analysis of customer loyalty levels; which allows emphasizing the main relationship models of client to the company and its products is conducted. Also methods for increasing customer loyalty are recommended.

Ключові слова: споживча лояльність, рівні лояльності клієнтів, служба продажів, моделі.

В умовах конкуренції підприємства постійно вирішують завдання: як утримати свої позиції на ринку і зберегти ефективність діяльності. Багато фахівців схиляються до висновку, що основним фактором успіху більшості підприємств є вірність споживачів, іншими словами, їх лояльність.

Маркетологи розуміють лояльність як "ступінь нечутливості поведінки споживачів товару чи послуги до дій конкурентів, таких, як зміни цін, товарів, послуг, супроводжуваних емоційною прихильністю до товару чи послуги" [1, с. 57] або як "рішення, в першу чергу, про регулярне споживання того чи іншого бренда (усвідомлене чи неусвідомлене), що виражається через увагу або поведінку" [2, с. 16].

Наявність лояльності, тобто сприятливого ставлення споживачів до компанії, продукту є основою для стабільного обсягу продажів, що, у свою чергу, є стратегічним показником успішності компанії. Лояльними можна назвати також тих споживачів, які досить довго (порівняно зі строком функціонування товару) залишаються з компанією й роблять при цьому повторні покупки.

Мета даної статті – виділити основні моделі ставлення клієнта до підприємства та його продукції, а також запропонувати методи підвищення лояльності споживачів.

Лояльність споживачів є чимось більшим, ніж повторення покупки [3, с. 25]. Аналіз рівнів лояльності клієнтів, разом зі статистичним аналізом конкретних моделей споживання і задоволеності від нього, проведений співробітниками компанії МакКінсі, дозволив виділити шість споживчих груп. Перші три оцінюються позитивно і відносяться до лояльних. Ці групи зберігають на колишньому або підвищують рівень споживання з таких причин: унаслідок емоційно-позитивного ставлення до компанії; у результаті раціонально зробленого вибору на користь компанії і, нарешті, через те, що зміна компанії-виробника пов'язана з небажаними ускладненнями. Решта груп за рівнем лояльності нестійкі і схильні до низьких рівнів споживання через такі фактори: зміна стилю та способу життя; переоцінка фінансових можливостей і появи більш вигідних варіантів споживання; нарешті, значна незадоволеність сервісним обслуговуванням компанії.

Таким чином, можна виділити три основні моделі ставлення клієнта до підприємства та її продукції: емоційно-позитивне, індіферентне і оціночно-раціональне [4].

Найбільш лояльними є ті клієнти, які прихильні компанії через емоційний фактор. У цій групі клієнти рідко переоцінюють свої споживчі потреби, вважаючи, що вибір на користь конкретної компанії оптимальний.

Інертні клієнти, як і емоційно прихильні, також рідко переоцінюють свої споживчі потреби, однак через те, що переорієнтація на іншу компанію пов'язана з небажаними витратами чи то через слабкий емоційний зв'язок з самою компанією та її продукцією. Дана цільова група не схильна до зниження або підвищення рівня споживання.

Раціонально налаштовані клієнти, що підтримують або знижують існуючий рівень споживання, є найбільш масовою споживчою групою, що становить близько 40 % від всіх клієнтів у будь-якій галузі. Ця група більшою мірою схильна переоцінювати свої можливості і запити виходячи з таких критеріїв, як ціна продукту, його якісні характеристики і рівень сервісного обслуговування. Для того щоб створити збалансовану компенсаційну програму з підтримки рівня лояльності клієнтів, багато компаній намагаються в першу чергу вплинути на оціночно-раціональну групу, як тільки вона досягає 40 %-го кордону в загальній масі клієнтів. Ця цільова група найбільш важлива для тих компаній, у яких відсутній яскраво виражений брендинг продукції, існує велика кількість субститутів і конкуренція будується в основному на ціновому факторі.

Є декілька методів підвищення лояльності споживачів [5], які допоможуть розвиватися компанії і бути конкурентоспроможними в нинішніх умовах:



- проаналізувати і провести сегментування окремих груп споживачів з точки зору їх лояльності компанії, її товарам і послугам;
- провести дослідження мотивів звернення споживача до компанії;
- переходити від мети та стратегії бізнесу до загальної ринкової націленості;
- визначити критерії оцінки лояльності споживачів, методи аналізу і періодичність проведення аналізу;
- оцінювати показники функціонування наявних систем, інформаційних технологій;
- розробляти плани дій з управління взаємовідносинами зі споживачами за такими напрямками: інформаційний менеджмент, системна підтримка, маркетинг та послуги;
- випробовувати в пілотному режимі нові системи маркетингу та обслуговування;
- реалізувати схему впровадження поступово, ретельно відстежуючи показники її функціонування, використовуючи для оцінки внутрішні параметри якості.

Лояльність клієнта на споживчому ринку забезпечує задоволення від покупки. Промислове підприємство мати подібне відчуття не може, але тривалий і успішний досвід співпраці з певним постачальником може дати такий же ефект на всіх рівнях управління компанії. Один з найбільш поширених у світовій практиці інструментів забезпечення лояльності на промисловому ринку – це сервісне обслуговування. Значимість промислового сервісу підкреслює той факт, що для багатьох великих західних компаній оборот по сервісних послугах можна порівняти з оборотом від продажів основної продукції. Якісна робота сервісу в гарантійний період, як правило, забезпечує укладення договору і на післягарантійне обслуговування.

Ще один потужний інструмент, який можна використовувати для формування лояльності клієнта, – це служба продажів. Менеджер служби закупівлі в клієнта – це технічний фахівець, який відмінно розбирається у специфіці практичного застосування того обладнання, за закупівлю якого він відповідає. А представник компанії – інший технічний спеціаліст, який може підказати оптимальні проектні рішення для встановлення техніки, що поставляється, й аргументовано показати, що пропонуване рішення – дійсно оптимальне для клієнта [6].

У довгостроковому періоді будуть виживати та процвітати ті компанії, які постійно й послідовно приділятимуть увагу задоволеності споживача. Високоякісна продукція й супутні послуги, створені з урахуванням потреб споживачів, будуть сприяти більш високому рівню задоволеності споживачів; високий рівень задоволеності – підвищенню рівня лояльності споживачів. Лояльність буде виступати ключовим фактором довгострокових фінансових успіхів організації.

Література: 1. Цысарь А. В. Лояльность покупателей: основные определения, методы измерения, способы управления / А. В. Цысарь // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2002. – № 5. – С. 57. 2. Андреев А. Г. Лояльный потребитель — основа долгосрочного конкурентного преимущества компании / А. Г. Андреев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2003. – № 2. – С. 16. 3. Соколовський І. Вивчення задоволеності споживачів: важливість і специфіка застосування в автомобільній сфері / І. Соколовський // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 1(53). – С. 23–27. 4. Руденко А. Клиентская лояльность: три модели поведения [Электронный ресурс] / А. Руденко. – Режим доступа : <http://www.management.com.ua/marketing/mark023.html>. 5. Кеворков В. В. Лояльность. Формирование и повышение. [Электронный ресурс] / В. В. Кеворков. – Режим доступа : <http://bizkiev.com/content/view/522/205/>. 6. Гусаков В. Управление лояльностью клиентов на промышленных рынках и рынках b2b / В. Гусаков // Топ-Менеджер. – 2009. – Квітень.

Лялюк А. М.

УДК 330.142.1

СУТНІСТЬ ПОНЯТЬ "ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ" ТА "ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ РЕСУРСИ": ЇХ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА РОЗБІЖНОСТІ

Анотація. Досліджено підходи до трактування термінів "інтелектуальний капітал" та "інтелектуальні ресурси", виявлено взаємозв'язок та розбіжності між ними. Запропоновано побудувати модель управління перетворення інтелектуального капіталу в інтелектуальні ресурси організації.

Анотация. Исследованы подходы к трактовке терминов "интеллектуальный капитал" и "интеллектуальные ресурсы", выявлены взаимосвязь и различия между ними. Предложено построить модель управления преобразования интеллектуального капитала в интеллектуальные ресурсы организации.

© Лялюк А. М., 2010

Annotation. The approaches to the interpretation of the terms "intellectual capital" and "intellectual resources" are investigated, the relationship and the differences between them are revealed. It is proposed to construct a model for managing the transformation of intellectual capital into intellectual resources of the organization.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, інтелектуальні ресурси.

Перехід до нової стадії глобального економічного розвитку характерний тим, що сьогодні, на початку XXI століття, у розвинутих країнах пріоритетними напрямками матеріальних і фінансових інвестицій стає інтелектуальний капітал, який набуває форми капіталу у зв'язку з посиленням суспільної необхідності участі у створенні матеріальних благ. У сучасній зарубіжній та вітчизняній літературі широко використовуються поняття "інтелектуальний капітал", "інтелектуальні ресурси". Уперше термін "інтелектуальний капітал" використав ще в 1969 р. Дж. К. Гелбрейт. Протягом наступних десятиріч з'явилося багато різноманітних визначень цього терміна, проте немає єдиного загального трактування цих категорій, що потребує дослідження їх суті та взаємозв'язку між собою.

Мета даної публікації – дослідити різні підходи до трактування термінів "інтелектуальний капітал" та "інтелектуальні ресурси", виявити між ними взаємозв'язок та уточнити розбіжності.

Аналіз трактувань терміна "інтелектуальний капітал" дозволив зробити висновок, що всіх авторів можна об'єднати у дві групи. Перша група авторів розглядає інтелектуальний капітал насамперед як знання і навички (Т. Стюарт, Степанова А. С., Клімов С. М., Дж. Тобін, Дресвянников В. А. та ін.)

Найчастіше у публікаціях із даної теми посилаються на трактування, яке дав Т. Стюарт: "Інтелектуальний капітал – патенти, процеси, управлінські навички, технології, досвід та інформація про споживачів і постачальників. Об'єднані разом, всі ці знання складають інтелектуальний капітал" [1]. Степанова А. С. наголошує на інноваційній складовій інтелектуального капіталу, зокрема вказує, що "інтелектуальний капітал – це знання, навички і нематеріальні активи, які включають патенти, бази даних, програмне забезпечення, товарні знаки, що використовуються з метою розвитку інноваційної економіки. Вони є результатом цілеспрямованого вибору людини матеріальних активів у процесі інновацій" [2, с. 7].

До другої групи увійшли науковці, які визначають інтелектуальний капітал як нематеріальні активи, котрі піддаються кількісній оцінці (К. Тейлор, Е. Брукінг, С. Альберт, К. Бедлей, Макаров А. М., О. Стрижак, В. Тітков та ін.). Наприклад, російський економіст В. Тітков переконаний, що "інтелектуальний капітал – це знання, які мають потенційну цінність, тобто ідеї і люди – фахівці, котрі їх створюють. Інтелектуальний капітал не має реальної цінності доти, поки він відповідним чином не облікований і не захищений у цьому відношенні" [3]. К. Тейлор переконаний, що "інтелектуальний капітал відноситься до нематеріальних активів компанії, котрі піддаються кількісній оцінці. Інтелектуальний капітал компанії складає знання його співробітників, накопичені ними при розробці продуктів, наданні послуг, а також їх організаційна структура та інтелектуальна власність" [4].

Крім вищенаведених трактувань терміна "інтелектуальний капітал", у літературі останнього часу з'явилися праці вітчизняних та зарубіжних науковців, які заслуговують на увагу та дають поштовх для подальших досліджень. Так Мілнер Б. З. до інтелектуального капіталу відносить:

- ринкові активи (нематеріальні активи, пов'язані з ринковими операціями);
- інтелектуальну власність як актив (патенти, авторські права, права на марки товарів і послуг, ноу-хау, торгові секрети та ін.);
- людські активи (сукупність інтелектуальних знань співробітників підприємства, їх творчих здібностей, умінь вирішувати проблеми, особистих якостей, підприємницьких і управлінських якостей, а також психометричні дані та відомості про поведінку окремих особистостей у різних ситуаціях);
- інфраструктурні активи (технології, методи і процеси, які роблять можливою роботу підприємства) [5].

Мних О. Б. і Р. Патора вважають, що важливою складовою інтелектуального капіталу виступає організаційний капітал, який охоплює: інфраструктурний, процесуальний, реляційний, капітал інтелектуальної власності) [6].

Цікавою є думка Мельникова О. Н., що інтелектуальний капітал – це акумульована творча енергія суб'єкта, володіючого інтелектуальним капіталом, (котрий іноді може і не стати інтелектуальним ресурсом організації) [7]. Тому необхідно використати систему управління корпоративної творчої енергії організації. Для вирішення поставленого завдання, перш за все, необхідно знайти соціально-економічний механізм перетворення інтелектуального капіталу в інтелектуальні ресурси організації, під якими вищевказаний економіст вважає за потрібне розуміти сукупність інтелектуальних засобів фірми, мобілізованих для досягнення конкретних для поточного періоду економічних результатів. Отже, виникає питання в уточненні відмінностей між поняттями "інтелектуальний капітал" та "інтелектуальні ресурси" підприємства.

Насамперед спробуємо уточнити сутність терміна "ресурси". В економічній енциклопедії "ресурси – основні елементи виробничого потенціалу, які мас в розпорядженні система і які використовуються для досягнення конкретних цілей економічного розвитку. Система будь-якого рівня охоплює такі ресурси: природні, технологічні, кадрові, просторові, часові, структурно-організаційні, інформаційні, фінансові нематеріальні" [8, с. 206]. Виходячи з вищевказаного, заслуговує на увагу твердження російського економіста Клімова С. М. щодо розходження у сутності термінів "інтелектуальний капітал" та "інтелектуальні ресурси". Зокрема він стверджує, що "інтелектуальний капітал, або людський капітал, визначається як сукупність індивідуальних здібностей людини і є категорією мікроекономіки, що характеризує якість робочої сили. Інтелектуальний капітал існує виключно в персоніфікованих формах індивідів. Однак це досягнення стає дійсно капіталом лише тоді, коли включається в капітал підприємства" [9]. І хоча у цьому підході поняття "інтелектуальний капітал" та



"людські ресурси" зливаються в одне ціле, проте підкреслюється, що інтелектуальний капітал не завжди стає капіталом підприємства. На думку Клімова С. М. "Інтелектуальні ресурси, які проявляються через затрати людиною його творчої енергії – це поняття більш високого рівня, що є атрибутом підприємства і суспільства загалом. Якщо для підприємства це чинник виробництва, то для суспільства – потенціал економічного зростання у і його якісного розвитку" [9].

Отже, усе вищенаведене дає можливість зробити висновок про те, що в даний час не існує структурованого і самодостатнього підходу до використання термінів стосовно опису можливостей використання інтелектуально-творчих ресурсів в організації. Необхідно побудувати модель управління інтелектуального капіталу в інтелектуальні ресурси організації, які в сукупності з матеріальними ресурсами утворюють її конкурентно-ринкові ресурси.

Література: 1. Stewart T. Brainpower / T. Stewart // Fortune. – 1991. – June 3. – Pp. 42–60. 2. Степанова А. С. Интеллектуальный капитал как фактор развития инновационной экономики : автореф. на соиск. уч. ст. канд. экон. наук / А. С. Степанова. – Севастополь : Севастопольский гос. ун-т, 2010. – С. 7. 3. Титков В. Человеческий капитал малого бизнеса / В. Титков // Бизнес для всех (еженед. газета). – 06.06.2001. 4. Тейлор К. Интеллектуальный капитал / К. Тейлор // Computerword. – 2001. – №13. 5. Мильнер Б. З. Управление знаниями. / Б. З. Мильнер. – М. : ИНФРА-М, 2005. 6. Мних О. Б. Стратегічна роль інтелектуального капіталу і технологічних інновацій в маркетинговій діяльності / О. Б. Мних, Б. Патора //Тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції "Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми, перспективи, ризики". – Львів : Видавництво Національного університету "Львівська політехніка". 2010. – С. 310. 7. Мельников О. Н. Творческая энергия как механизм реализации ИК [Электронный ресурс] / О. Н. Мельников. – Режим доступа : [http:// creativeconomy.ru/library/prd169.php](http://creativeconomy.ru/library/prd169.php). 8. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.1 / Редкол.:... С. В. Мочерний (відп.ред) та ін. – К. : Видавничий центр "Академія", 2000. – 864 с. 9. Климов С. М. Формирование, использование и стратегическое управление интеллектуальными ресурсами общества в условиях рыночной трансформации российской экономики : автореф. на соиск. уч. ст. докт. экон. наук / С. М. Климов. – СПб, 2001.

Ярошевська О. В.

УДК 658.8:339.128

МОНІТОРИНГ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто маркетингове середовище ВАМ "Славутич", яке складається із факторів, котрі впливають на здатність підприємства встановлювати і підтримувати контакти з цільовим ринком. Наведено блок-схему процесу стратегічного бенчмаркінгу, яка на корпоративному рівні припускає моніторинг маркетингового середовища підприємств-партнерів.

Анотация. Рассмотрена маркетинговая среда ОАО "Славутич", которая состоит из факторов, влияющих на способность предприятия устанавливать и поддерживать контакты с целевым рынком. Приведена блок-схема процесса стратегического бенчмаркинга, которая на корпоративном уровне предполагает мониторинг маркетинговой среды предприятий-партнеров.

Annotation. The marketing environment of Open-End Company "Slavutich", which consists of the factors affecting the company's ability to establish and maintain contacts with the target market, is considered. The block diagram of a process of strategic benchmarking, which at the corporate level involves monitoring the marketing environment of partner companies, is reduced.

Ключові слова: маркетингове середовище, моніторинг, підприємство.

Сучасні підприємства функціонують у певних соціальних і політичних умовах та зазнають вплив наявної економіко-правової бази, науково-технічних факторів і специфічного культурно-етичного середовища. Будучи мінливим, що припускає обмеження і повну невизначеність, маркетингове середовище глибоко стосується життя підприємства. Це необхідно враховувати при організації стратегічного маркетингового управління в підприємствах.

Стратегія розвитку компанії "Славутич", Carlsberg Group в Україні ґрунтується на загальноприйнятій засадах успішного економічного існування компанії, одним з яких є соціальна відповідальність. Компанія веде чесний та прозорий бізнес, успішно будує лояльні стосунки із суспільством, проявляє турботу про навколишнє середовище. У витоків цієї стратегії лежить усвідомлення того, що підприємство працює не в ізольованому просторі, і гармонізація стосунків із навколишнім середови-

© Ярошевська О. В., 2010

щем є запорукою успішного функціонування компанії. Усі підприємства, що входять до Carlsberg Group в Україні, – соціально відповідальні компанії, які використовують високі етичні стандарти у взаємних стосунках із співробітниками, партнерами, акціонерами та місцевими спільнотами.

ПБК "Славутич" сьогодні – один із найбільших виробників пива в Україні з унікальним пивоварним устаткуванням, передовими технологіями, високим професіоналізмом і досвідом колективу. Сучасний "Славутич" – це популярна торгова марка українського пива, яка відповідає міжнародним стандартам якості.

Як підхід до дослідження діючої практики стратегічного маркетингового управління на ВАТ "Славутич" автором був використаний стратегічний бенчмаркінг, сутність якого, на погляд автора, зводиться до оцінки стратегій і цілей маркетингової діяльності підприємств виробників пива порівняно з підприємствами – лідерами для виявлення стратегічних пріоритетів і використання передового досвіду в діяльності свого підприємства для поліпшення позиції на ринку.

Автором були відібрані як об'єкти бенчмаркінгу підприємства – виробники пива в Україні (таблиця).

Таблиця 1

Об'єкти бенчмаркінгу

Підприємство	Місце розташування
ВАТ "Славутич"	м. Запоріжжя
ЗАТ "Оболонь"	м. Київ
ЗАТ "Сармат"	м. Донецьк
ТОВ "Перша приватна броварня"	м. Львів
ВАТ "Сан інтербрю Україна"	м. Київ
ВАТ "Севастопольський пивобезалкогольний завод"	м. Севастополь
ВАТ "Луцький пивзавод"	м. Луцьк
ВАТ "Львівська пивоварня"	м. Львів
ВАТ "Бровар"	м. Тернопіль

Блок-схема процесу стратегічного бенчмаркінгу, відповідно до якої було проведене дослідження на підприємствах, наведена на рис. 1.

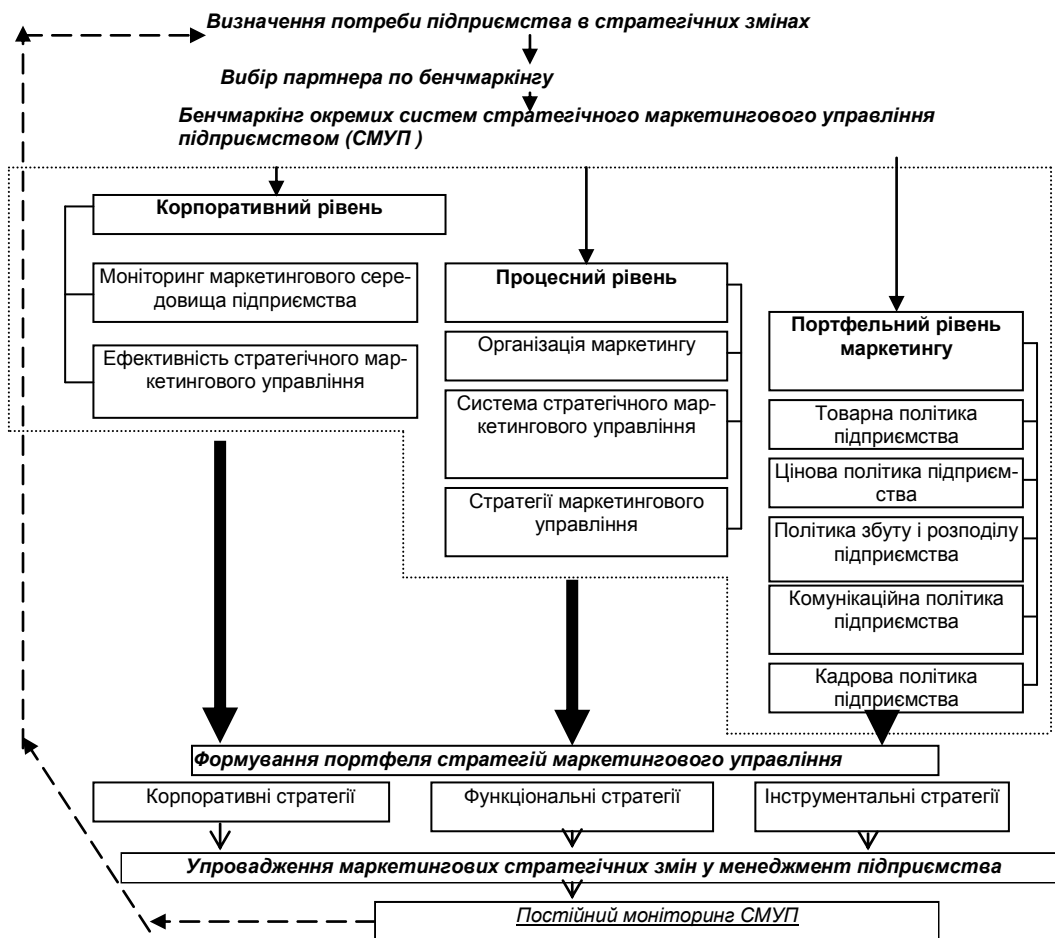


Рис. 1. Блок-схема процесу стратегічного бенчмаркінгу



Бенчмаркінг на корпоративному рівні припускає моніторинг маркетингового середовища підприємств-партнерів.

Маркетингове середовище складається з факторів, досліджуючи які підприємство повинне шукати для себе нові можливості і виявляти потенційні загрози. Фактори маркетингового середовища впливають на здатність підприємства встановлювати і підтримувати контакти з цільовим ринком [1].

Дослідження маркетингового середовища дозволяє підприємству краще пристосовуватися до умов ринкової економіки, тому першим етапом проведеного автором дослідження діючої практики стратегічного маркетингового управління підприємств-виробників пива України – був моніторинг маркетингового середовища підприємств, що є складовою частиною комплексної системи стратегічного маркетингового управління підприємством.

Мета проведеного автором моніторингу – оцінити привабливість стратегічного клімату для досліджуваних підприємств і визначити пріоритети стратегічного розвитку підприємств – партнерів по бенчмаркінгу.

Моніторинг макросередовища був проведений у розрізі PEST-факторів (рис. 2).

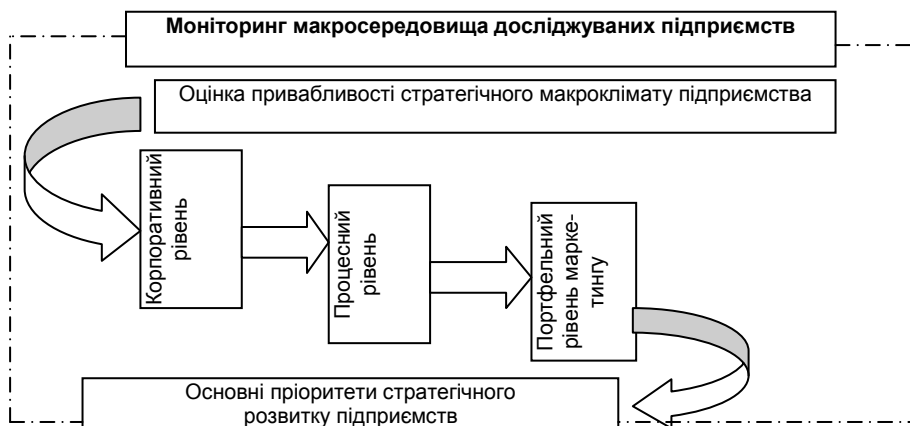


Рис. 2. Моніторинг макросередовища досліджуваних підприємств

Досліджувані політико-правові фактори охоплювали: закони та нормативні акти, що регулюють бізнес і охоплюють відношення уряду до бізнесу, податкову політику, сертифікацію товарів і послуг та ін. [2].

Державне і політичне середовище тісно пов'язане з економічним порядком, що склався в тій чи іншій країні. В Україні існує економічний порядок, іменований "змішаною економікою", де існує державна і приватна власності на засоби виробництва.

Таким чином, використовуючи маркетингову корпоративну стратегію зростання необхідно належну увагу приділяти "стратегії поглиблення на ринок, стратегії розвитку ринку та стратегії розвитку товару".

Література: 1. Семенов А. Г. Стратегічне управління машинобудівними підприємствами : монографія / А. Г. Семенов. – Запоріжжя : КПУ, 2009. – 364 с. 2. Семенов Г. А. Маркетингові організаційні структури машинобудівних підприємств : монографія / Г. А. Семенов, О. В. Профатило. – Запоріжжя : КПУ, 2009. – 226 с.

Гурко О. В.

УДК 336.5.02

СУТЬ КОНЦЕПЦІЙ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Анотація. Розглянуто методики аналізу інновацій на промислових підприємствах, виділено сильні та слабкі сторони кожної з них, запропоновано проводити аналіз інновацій на промислових підприємствах відповідно до блок-схеми у чотири етапи.

Анотация. Рассмотрены методики анализа инноваций на промышленных предприятиях, выделены сильные и слабые стороны каждой из них, предложено проводить анализ инноваций на промышленных предприятиях в соответствии с блок-схемой в четыре этапа.

© Гурко О. В., 2010

Annotation. Methods for analysis of innovations in industrial enterprises are studied, the allocation of the strengths and weaknesses of each of them are offered to carry out an analysis of innovation in industrial enterprises in accordance with the flowchart in four stages.

Ключові слова: методика, інновації, підприємства, алгоритм, модель Дюпона.

В основі управління витратами підприємства лежить спроба забезпечити всебічною інформацією про фінансово-економічні результати, які підприємство досягнуло протягом певного часу з метою оптимізації управлінських процесів та подальшого впровадження раціоналізаторських рішень, з метою пошуку резервів економії витрат. Інформаційним полем для дослідження рівня витрат слугують бухгалтерський та статистичний обліки, калькуляції витрат, база норм та сукупність бюджетів витрат, де відображена структура та динаміка зміни рівня витрат протягом певного періоду. Дослідженням проблем управління витратами приділяли увагу такі вчені: С. Голов, Р. Каплан, Л. Нападівська, Ф. Шайкан, Дж. Шанк. Проте в їхніх працях розглядалися окремі концепції управління витратами. Економіка знань вимагає розгляд цих концепцій у взаємозв'язку.

З розвитком глобалізаційних процесів змінилися наукові підходи до визначення основних цілей суб'єктів господарювання з отримання максимального прибутку на збереження підприємства та забезпечення його подальшого розвитку. При цьому можливість отримання майбутнього прибутку вважається одним із суттєвих чинників в оцінці вартості бізнесу [1]. Метою роботи є вивчення концепцій управління витратами підприємства.

В умовах формування ринкових відносин відбуваються постійні зміни, обумовлені внутрішніми особливостями процесів трансформації. При цьому, внаслідок дії різних чинників (інфляція інституційна невизначеність, недостатність та асиметричність інформації) зовнішнє середовище діяльності суб'єктів господарювання змінюється швидше порівняно зі змінами його внутрішнього середовища. Невідповідність змін внутрішнього середовища суб'єкта господарювання не дозволяє приймати управлінські рішення, які б відповідали стану ефективного реагування на виклики оточення, оскільки запізнюється у пристосуванні до швидких змін, що відбуваються ззовні [2].

Поряд із завданням оцінки вартості підприємства, включаючи оцінку майбутніх конкурентних переваг, перед керівництвом суб'єкта господарювання стоїть завдання мінімізації витрат. Використання стратегій у системі управління вимагає принципово різних за своєю суттю підходів до витрат з метою управління їхньою "поведінкою".

У теоретичній і застосовуваній на практиці галузі знань як управління витратами до базових концепцій віднесено: витратоутворюючих чинників, доданої вартості, ланцюга цінностей, диференціації, трансакційних витрат, ABC (activity-based costing), стратегічного позиціонування, збалансованих показників (Balanced Scorecard). У 80-ті роки ХХ ст. на Заході була сформульована концепція витратоутворюючих чинників. Сутність цієї концепції полягала у тому, що до складу зазначених чинників було віднесено таку структурну складову, як теоретична основа управління витратами. Ефект оптимізації витрат забезпечувався не в результаті зміни складу затрат (обліковий бухгалтерський аспект), а за рахунок підвищення ефективності використання внутрішньогосподарських ресурсів і прискорення їхньої оборотності (економічний аспект). Сучасною традиційною парадигмою управління витратами називають концепцію доданої вартості. За цією концепцією проводиться дослідження складових витрат на всіх стадіях створення доданої вартості, починаючи із закупівлі сировини і закінчуючи реалізацією продукції (робіт, послуг). Центральним стрижнем такого підходу є максимізація різниці (доданої вартості) між закупівлею та реалізацією. Концепцію ланцюга цінностей, звільнену від недоліків концепції доданої вартості, формування якої обмежувалось лише можливостями підприємства та ігноруванням інформації із зовнішнього середовища, сформулював у 1985 р. М. Портер [3]. Ця концепція дозволяє використовувати в інтересах підприємства можливі зв'язки з постачальниками сировини та кінцевими споживачами і зумовлює врахування витрат постачальників і споживачів вже після закупівлі товару або одержання послуг.

Основою концепції альтернативності витрат (витрати втраченої вигоди) є розуміння того, що прийняття будь-якого фінансового рішення відбувається у результаті порівняння альтернативних витрат, і реалізація одного із них пов'язана з відмовою від інших.

Концепція трансакційних витрат (витрат для обслуговування угод) стала відомою лише в 90-х рр. ХХ століття. У розвинених економічних системах питома вага цих витрат має значний рівень. За висловами вчених: "вивчати ринкову економіку без урахування трансакційних витрат – це теж саме, що вивчати механіку без сил тертя" [4; 5].

На жаль, здійснення функцій управління трансакційними витратами в сучасних умовах є не-реальним у зв'язку з тим, що вітчизняні П(С)БО не містять поняття "трансакційні витрати", а отже, їх облік не передбачено.

В основу концепції ABC покладено не стільки бухгалтерський підхід до формування витрат, скільки розрахунок реальної собівартості продукції (робіт, послуг) за видами діяльності. Подібні розрахунки не пов'язані з обов'язковим відображенням господарських операцій на рахунках бухгалтерського обліку, вони мають довгостроковий характер і не передбачають ведення регістрів бухгалтерського обліку.

На формування витрат, пов'язаних із розробкою стратегії підприємства з метою досягнення конкурентних переваг, спрямована концепція стратегічного позиціонування. Ключовим моментом такого підходу є оцінка системи та методології обліку з позиції їх відповідності стратегії розвитку підприємства на визначений проміжок часу [6].

За останні десятиріччя здійснилась переорієнтація зі світу виробника на світ споживача. Для застосування в умовах формування ринкових відносин (коли пропозиція перевищує попит) рекомендованою для



застосування є концепція диференціації, тобто створення суб'єктом господарювання більшої цінності, ніж у конкурентів. Цінність продукції чи послуг – це можливість задовольняти пріоритети у бажаннях споживачів. При цьому ключовим питанням є створення моделі здійснення діяльності, зорієнтованої на потреби споживача з урахуванням прогнозованих змін зазначених пріоритетів на перспективу.

Найвідомішою системою показників оцінювання та стратегічного управління діяльністю організації, яка поєднує фінансові та нефінансові індикатори, є збалансована система показників Норттона – Каплана. Її призначення – забезпечити чіткіше формулювання стратегічних планів та їхню реалізацію – є ширшим за призначення систем, які лише вимірюють фінансові показники. Збалансована система показників – джерело інформації як щодо внутрішніх процесів в установі, так і щодо їхніх зовнішніх наслідків [7].

Отже, до переваг ефективного управління витратами відносяться: наявність своєчасної, достовірної та повної інформації про собівартість окремих видів продукції та їхні позиції на ринку порівняно з продукцією конкурентів; наявність ресурсів для гнучкого ціноутворення; прийняття управлінських рішень з використанням лише релевантної інформації; організація виробництва продукції, конкурентоспроможної щодо витрат та цін.

Система вітчизняного обліку потребує коригувань для забезпечення потреб управління в умовах формування ринкових відносин.

Наук. керівн. Полінкевич О. М.

- Література:** 1. Голов С. Управлінський облік : підручник / С. Голов. – [3-тє вид.]. – К. : Лібра, 2006. – 704 с. 2. Деньга С. М. Екаунтинг ефективності вкладення капіталу в торговельну сферу : монографія / С. М. Деньга. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 455 с. 3. Портер М. Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Е. Портер, И. Минервин ; пер. с. англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 452 с. 4. Теорія бухгалтерського обліку : монографія / Л. В. Нападівська, М. Добія, Ш. Сандер, Р. Матезіч та ін. ; за заг. ред. Л. В. Нападівської. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 735 с. 5. Шайкан А. В. Бухгалтерський облік у прийнятті управлінських стратегічних рішень : монографія / А. В. Шайкан. – К. : КНЕУ ім. В. Гетьмана, 2009. – 303 с. 6. Шанк Дж. Стратегическое управление затратами. Новые методы увеличения конкурентоспособности / Дж. Шанк, В. Говиндараджан. – СПб. : Бизнес Микро, 1999. – 288 с. 7. Каплан Р. С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон. – М. : Олимп-бизнес, 2004. – 344 с.

Бабенко А. Г.

УДК 338.24: 338.436.33

Бондаревська К. В.

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ В АГРАРНОМУ РЕГІОНІ

Анотація. Проведено дослідження стану використання персоналу в обстежуваному регіоні (Новомосковський район Дніпропетровської області), а також виявлено резерви щодо підвищення ефективності виробництва, зменшення втрат живої праці та вдосконалення організації технологічних процесів.

Анотация. Проведено исследование состояния использования персонала в исследуемом регионе (Новомосковский район Днепропетровской области), а также выявлены резервы по повышению эффективности производства, уменьшению потерь живого труда и совершенствованию организации технологических процессов.

Annotation. A study of personnel state in the study region (Novomoskovsk district Dnipropetrovsk region) is conducted, and reserves to increase production efficiency, reduce losses of human labor and improve the organization of technological processes are identified.

Ключові слова: аграрний регіон, ефективне використання персоналу, земельні ресурси.

В умовах сучасного ринкового середовища особливого значення набувають проблеми використання земельних ресурсів, основних фондів, а також трудового потенціалу.

За останні 20 років в аграрній сфері України простежувались в більшості випадків негативні тенденції.

© Бабенко А. Г., Бондаревська К. В., 2010



Зокрема, погіршився стан соціальної інфраструктури, мають місце поглиблення демографічної кризи, бідність, безробіття та трудова міграція сільських жителів. А тому виникає необхідність глибокого та всебічного аналізу вказаних явищ. Поряд з цим слід відстежувати на підприємствах рух персоналу, а також ефективність використання людських ресурсів.

Одним із головних напрямів покращення соціально-економічної ситуації в аграрній сфері є раціональне, ефективне використання персоналу, підвищення його продуктивності. За цих умов можливе реальне нарощування обсягів виробництва продукції, збільшення маси прибутків та зростання рентабельності товарних галузей.

Метою даного дослідження є аналіз стану використання персоналу в обстежуваному регіоні (Новомосковський район Дніпропетровської області), а також виявлення резервів підвищення ефективності використання робочої сили.

Політика ефективного використання персоналу – це застосування знань, вмінь та навичок працівників сільського господарства. Сюди також можна віднести і певний рівень чисельності персоналу, необхідний для максимізації результатів праці (показником є продуктивність праці), а також і мінімізація трудових ресурсів підприємства для здійснення виробничої діяльності (показником є трудомісткість продукції).

На підприємствах одним з основних показників є продуктивність праці, а також ряд коефіцієнтів (структури кадрів, якості підготовки та стабільності кадрів, інтенсивності обороту, плинності та відновлення кадрів, показники використання фонду робочого часу тощо).

Методи обчислення тих чи інших коефіцієнтів руху та результативності персоналу здійснюються за відомими формулами. При їх підрахунках використано фактичні цифрові дані сільськогосподарських підприємств Новомосковського району станом на 1 квітня 2010 р.

Коефіцієнт стабільності кадрів визначений шляхом відношення кількості працівників, що були на обліку протягом усього звітного періоду (*Чст.*), до середньооблікової чисельності працівників за той же період (*Чсер.об.*):

$$K_{stab} = Чст./Чсер.об. = 2\ 929/3\ 032 = 0,966.$$

Чим більший рівень цього показника, тим більш стабільною є кадрова ситуація на підприємствах.

У даному випадку коефіцієнт *0,966* свідчить про високий рівень стабільності кадрів.

Визначення стану використання персоналу аграрного підприємства неможливе без урахування показників обороту чисельності працівників, які подаються нижче.

Зокрема, коефіцієнт обороту по найму (прийому) кадрів (*Кн*) визначено як відношення кількості осіб, прийнятих на роботу за певний період (*Чпр*) до середньооблікової чисельності штатних працівників на початок періоду (*Чсер.об.*):

$$K_n = (Чпр/Чсер.об.) = (304/3032) = 0,100.$$

Коефіцієнт обороту по звільненню (вибуттю) кадрів (*Кзв*) обчислено як відношення кількості звільнених працівників за період (*Чзв*) до середньооблікової чисельності штатних працівників на початок періоду:

$$K_{зв} = (Чзв/Чсер.об.) = (166/3032) = 0,055.$$

Коефіцієнт загального обороту (*Коб.*) розраховано як відношення чисельності прийнятих і звільнених працівників за звітний період до середньооблікової чисельності штатних працівників:

$$K_{об} = ((Чпр.+Чзв.)/Чсер.об.) = (304+166)/3032 = 0,155.$$

Коефіцієнти обороту робочої сили показують, наскільки часто змінюється склад працюючих. Невеликі показники обороту засвідчують відносну стабільність кадрів у регіоні, що впливатиме також на ефективність діяльності персоналу.

Отже, оборот по найму персоналу перевищує оборот по звільненню, що є позитивним фактором кадрової політики. У цілому ситуація є задовільною, до того ж чисельність персоналу по району збільшилася на 138 осіб.

Коефіцієнт плинності кадрів (*Кпл*) розраховано як відношення кількості звільнених працівників за власним бажанням та за порушення трудової дисципліни за звітний період (*Чзв.в.*) до середньооблікової чисельності штатних працівників:

$$K_{пл} = Чзв.в./Чсер.об = 158 / 3032 = 0,052.$$

Коефіцієнт відновлення кадрів визначено відношенням кількості прийнятих працівників (*Чпр*) до кількості звільнених з різних причин за певний період (*Чзв.*):

$$K_{від} = Чпр/Чзв. = 304/166 = 1,831.$$

Показник відновлення персоналу, що перевищує одиницю, свідчить про рівень відновлення, більший за норму.

З урахуванням величини фонду робочого часу обчислюється також коефіцієнт використання запасу праці (*Кв.п.*).

Він визначається відношенням фактичного фонду робочого часу (*ФРЧ*) до запасу праці (*Запас пр.*).



Запас праці визначено за методикою Андрійчука В. Г. [1], з урахуванням ефективного річного фонду робочого часу одного працівника: "від 365 днів віднімають 60 вихідних і святкових днів, а також 29 днів відпустки і невиходів на роботу у зв'язку з хворобою.

У результаті отримують явочний фонд робочого часу в кількості 276 днів. Множенням цієї кількості днів на середню тривалість робочого дня (6,83 год) отримуємо ефективний річний фонд робочого часу одного працівника – 1885 год."

Запас праці у свою чергу одержано шляхом множення 1 885 годин на середньооблікову кількість працівників (за нашими даними – це 3 032 особи). Отже, запас праці дорівнює 5 715 320 людино-годин.

Коефіцієнт використання запасу праці дорівнює 0,256, що свідчить про окремі недоліки у використанні робочої сили (оскільки в нормі коефіцієнт повинен дорівнювати одиниці).

З метою поглиблення дослідження авторами статті простежено рух персоналу за 2007 – 2009 роки (табл. 1).

Таблиця 1

**Динаміка чисельності та руху персоналу сільськогосподарських підприємств
Новомосковського району (осіб)**

Показники	2007	2008	2009	2009 р. до 2007 р.	
				у %	відхилення +, -
Облікова чисельність персоналу на початок періоду	3 887	3 644	3 144	80,9	-743
Середньооблікова чисельність персоналу	3 594	3 144	3 164	88,0	-430
Прийнято працівників	1 390	1 397	1 534	110,4	+144
Звільнено працівників	1 609	1 897	1 462	90,9	-147
Облікова чисельність персоналу на кінець періоду	3 668	3 144	3 216	87,7	-452

Із наведених цифрових даних видно, що у 2009 році порівняно з 2007 роком середньооблікова чисельність персоналу зменшилась на 430 осіб. Сумарно за три роки було прийнято на роботу за наймом 4 321 особу, а звільнено – 4 968 осіб (або ж на 647 осіб менше). Саме ці показники вплинули на величину коефіцієнтів відновлення, плинності, обороту та стабільності кадрів, які подані за 2007–2009 рр. у вигляді діаграм (рис. 1).

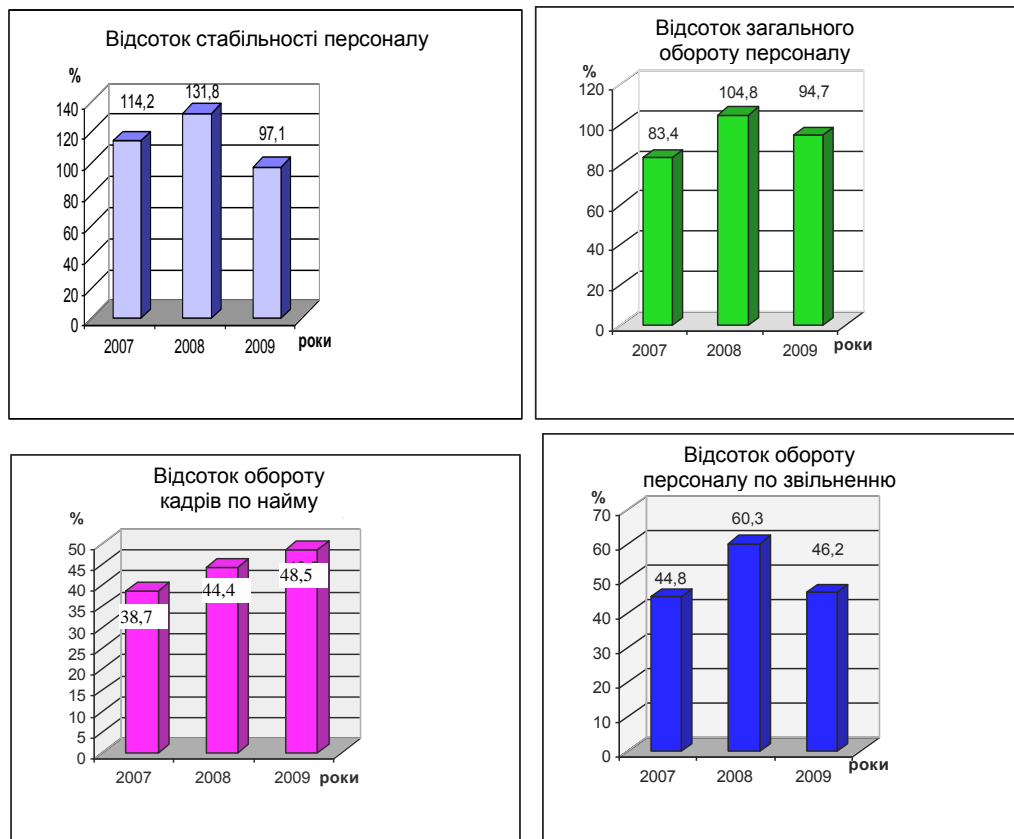
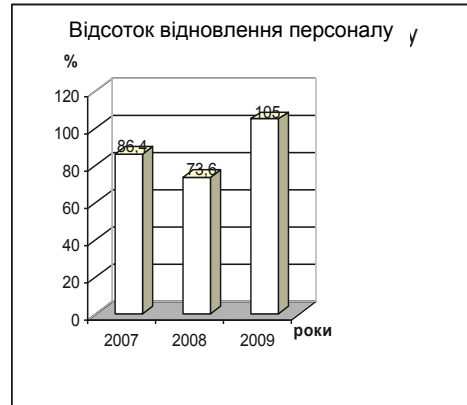


Рис. 1. Відносні показники руху персоналу аграрних підприємств Новомосковського району



Закінчення рис. 1

Оскільки коефіцієнти загального обороту, а також обороту по найму та звільненню зростають, відбувається зниження відсотка стабільності з 114,2 до 97,1.

Необхідно також відмітити, що негативні наслідки фінансово-економічної кризи у країні, що розпочалася наприкінці 2008 р., здійснили свій вплив на плинність персоналу. У цей період відбувається скорочення штату не лише через недоліки умов та низької оплати праці, а й через неспроможність сільськогосподарських підприємств здійснювати виплати заробітної плати працівникам.

Ситуація покращилась у 2009 році. Так, показники відновлення кадрів та обороту по прийому зросли, в той час як плинність персоналу та оборот по звільненню зменшилися.

Проведено також аналіз використання фонду робочого часу персоналу в цілому по Дніпропетровській області та окремо по Новомосковському району за 2009 рік. Їх результати подані в табл. 2.

Таблиця 2

Використання фонду робочого часу працівників у Дніпропетровській області (2009 рік)

Показники	Дніпропетровська область	Новомосковський район	
		Усього	До обласних показників
Фонд робочого часу (явки та неявки) – усього, тис. людино-годин	1 846 703	22 996	1,24 %
у т. ч. на одного штатного працівника, годин	1 985	1 982	99,8 %
Відпрацьовано на одного штатного працівника, годин	1 623	1 717	105,8 %
у % до фонду робочого часу	81,8	86,6	+ 4,8 пункта
Неявки з поважних причин на одного штатного працівника:			
• щорічні відпустки, годин	163	146	89,5 %
у % до фонду робочого часу	8,2	7,3	-0,9 пункта
• тимчасова непрацездатність, годин	54	40	74,1 %
у % до фонду робочого часу	2,7	2,0	-0,7 пункта
• навчальні відпустки та інші неявки, годин	12	8	6,7 %
у % до фонду робочого часу	0,6	0,5	-0,1 пункта
Втрати робочого часу (не відпрацьовано) на одного штатного працівника – усього, годин	133	72	54,1 %
у тому числі у відсотках:			
• неявки з дозволу адміністрації;	18,8	18,1	-0,7 пункта
• відпустки за ініціативою адміністрації;	3,6	3,4	-0,2 пункта
• внаслідок переведення на скорочений робочий день (тиждень);	59,8	78,2	+18,4 пункта
• інші причини	17,8	0,3	-17,5 пункта

Як засвідчують цифрові матеріали, в Новомосковському районі дещо кращі показники порівняно з аналогічними даними по Дніпропетровській області.

Зокрема, витрати робочого часу (не відпрацьовано) на одного працівника тут в 1,9 раза були меншими.

Основним показником, який відображає ефективність використання персоналу, є продуктивність праці – здатність робочої сили виконувати певну кількість робіт в одиницю робочого часу залежно від умов та особливостей галузі.

За вартісним методом розрахунку продуктивність праці становить відношення валової продукції (з урахуванням співставних цін 2005 року) або товарної (реалізованої) продукції до середньооблікової чисельності персоналу підприємств.



Оскільки ефективність діяльності персоналу є формою прояву загальної ефективності діяльності фірми, доцільно обчислити ефективність праці персоналу як ресурсу підприємства:

$$E.п. = ВРч / (Чсер.об. + Фос. + Фоб) \cdot 100,$$

де *E.п.* – ефективність праці персоналу;
ВРч – чиста виручка від реалізації сільськогосподарської продукції;
Чсер.об. – середньооблікова чисельність персоналу;
Фос. – обсяг основних фондів підприємства;
Фоб. – вартість оборотних фондів підприємства.

Розрахунки продуктивності, ефективності праці персоналу та інші економічні показники подані в табл. 3.

Таблиця 3

Динаміка продуктивності праці та інших основних показників сільськогосподарських підприємств Новомосковського району

Показники	2007	2008	2009	2009 до 2007	
				у %	Відхилення +, -
Наявність с/г угідь, га	76 472	77 170	76 198	99,6	-274
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	3 133	3 208	2 836	90,5	-297
Основні фонди, тис. грн	126 174	152 123	184 876	146,5	+58 702
Оборотні фонди, тис. грн	210 633	273 833	302 145	143,4	+91 512
Валова продукція: усього, тис. грн	149 572	190 146	166 039	111,0	+16 467
у т. ч. на одного працівника, тис. грн	47,7	59,3	58,6	122,8	+10,9
Виручка від реалізації, тис. грн	213 357	246 506	330 173	154,7	+116 816
Виробництво валової продукції на 100 га с/г угідь, тис. грн	196	246	218	111,2	+22
Фондовіддача, грн	1,19	1,25	0,90	75,0	-0,3
Фондомісткість, грн	0,84	0,80	1,11	132,1	+0,27
Фондоозброєність, тис. грн	40,3	47,4	65,2	161,8	+24,9
Виручка від реалізації продукції на 100 га с/г угідь, тис. грн	279	319	433	155,2	+154
Ефективність праці, %	62,8	57,4	67,4	-	+4,6
Прибуток, тис. грн	64 919	47 538	82 416	127,0	+17 497
Рентабельність, %	37,3	21,3	30,0	-	-7,3

У 2009 році виробництво валової продукції сільського господарства у співставних цінах на одного працівника складало 58,6 тис. грн або ж на 22,8 % більше порівняно з 2007 роком.

Виручка від реалізації за цей період зросла на 54,7 %.

Прибуток зріс на 27 % від відповідного обсягу 2007 року, проте рівень рентабельності продукції зменшився від 37,3 до 30 %.

Динаміку продуктивності та ефективності праці наочно видно на рис. 2.

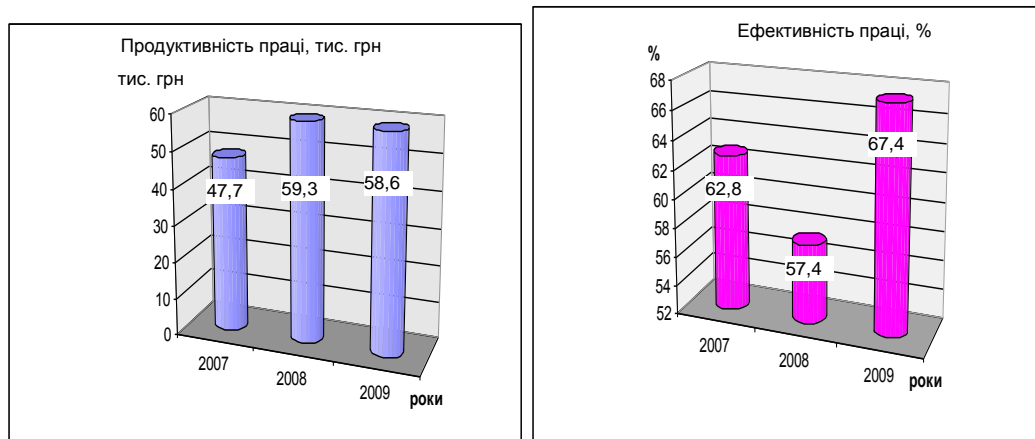


Рис. 2. Динаміка продуктивності та ефективності праці персоналу сільськогосподарських підприємств Новомосковського району



Проте тут існують ще невикористані резерви щодо подальшого підвищення економічних показників аграрних підприємств Новомосковського району. А тому передбачається на перспективу поглиблення соціально-економічних досліджень в інших районах області.

Отже, можна зробити такі висновки:

1) в аграрному секторі обстеженого регіону спостерігається погіршення стану соціальної інфраструктури, поглиблення демографічної кризи, мають місце безробіття та трудова міграція сільських жителів;

Одним із напрямів покращення соціально-економічної ситуації в аграрній сфері є ефективне використання персоналу, підвищення його продуктивності;

2) апробовано на фактичних матеріалах об'єкта дослідження методичні підходи щодо обчислення коефіцієнтів, показників руху персоналу та ефективності трудових ресурсів аграрних підприємств Новомосковського району;

3) проведено аналіз стану та використання персоналу за останні три роки, виявлено основні тенденції руху персоналу, показників використання фонду робочого часу, а також його втрат з різних організаційно-технічних причин. Зокрема, по Дніпропетровській області втрати робочого часу складають 6,7 % від усього фонду, а на одного штатного працівника складають 133 години на рік;

4) у регіоні спостерігається зростання обсягів виробництва валової продукції сільського господарства, виручки від реалізації товарної продукції (зростання 54,7 %), підвищення продуктивності праці (зростання 22,6 %), а також покращення інших економічних показників. Проте тут залишаються невикористаними резерви щодо підвищення ефективності виробництва, зменшення втрат живої праці та вдосконалення організації технологічних процесів.

Література: 1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств / Василь Гаврилович Андрійчук. – 2-ге вид., доп. і перероблене. – К. : КНЕУ, 2002. – 228 с. 2. Бабенко А. Г. Управление повышением производительности труда : монография / Анатолий Григорович Бабенко. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1996. – 270 с. 3. Бабенко А. Г. Підвищення економічної ефективності в сільському господарстві: теорія, методологія, практика / А. Г. Бабенко // Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности : сб. науч. тр. – Вып. 2. – Т. 3 / НАН Украины. Ин-т экономики промышленности. – Донецк, 2009. – С. 27–38. 4. Бабенко А. Г. Напрями вдосконалення державного регулювання в аграрному секторі України / А. Г. Бабенко // Державне управління та місцеве самоврядування. – Харків : Вид. ХарПІ-НАДУ ; Магістр. – 2010. – С. 293–295. 5. Дієсперов В. Визначення ефективності в сільськогосподарському підприємстві / В. Дієсперов // Економіка України. – 2007. – № 10. – С. 70–78. 6. Притула Н. М. Сучасний стан та актуальні проблеми розвитку агропромислового комплексу / Н. М. Притула // Держава та регіони. – 2009. – № 3. – С. 157–163. 7. Саблук П. Стан і перспективи розвитку агропромислового комплексу України / П. Саблук // економіка України. – 2008. – № 12. – С. 4–18.

УДК 658.12.34

Васильєва Ю. І.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Анотація. Розглянуто стан підприємств хлібопекарської промисловості, їхня конкурентоспроможність, шляхи підвищення рентабельності з одночасним утриманням низьких цін на хлібобулочні вироби.

Аннотация. Рассмотрено состояние предприятий хлебопекарной промышленности, их конкурентоспособность, пути повышения рентабельности с одновременным удержанием низких цен на хлебобулочные изделия.

Annotation. The status of baking industry, its competitiveness, ways to increase profitability while retaining the low price of bakery products are studied.

Ключові слова: конкуренція, рентабельність, прибутковість, виробничі витрати.

Хлібопечення – найбільш розвинутий вид економічної діяльності харчової промисловості України, яка забезпечує населення життєво необхідними продуктами – хлібобулочними виробами. Тому питання конкуренції хлібопекарських підприємств є дуже актуальним і потребує значної уваги.

© Васильєва Ю. І., 2010



Це питання розглядали такі науковці: Галушко В. П., Кваша С. М., Брю С. Л., Макконел К. Р., Фатхутдинов Р. А., Хайек Ф. А., Завадський Й. С. та ін. Їхні дослідження сфокусовані на оцінці конкурентної позиції підприємства і способах вистояти в умовах конкуренції виду економічної діяльності. Проте залишаються невирішеними питання забезпечення прибутковості хлібопекарських підприємств з одночасним утриманням низьких цін на хлібобулочні вироби.

Метою статті є дослідження стану хлібопекарських підприємств та шляхи підвищення їхньої конкурентоспроможності.

Підприємства хлібопекарської промисловості функціонують у конкурентному середовищі, адже для даного виду економічної діяльності характерною є велика кількість підприємств різних потужностей і форм власності. В Україні хліб та хлібобулочні вироби випікають промислові хлібзаводи, підприємства Укрпродспілки, приватні міні-пекарні, підприємства колишньої системи Укоопспілки. Структура основних виробників хліба і хлібобулочних виробів в Україні у відсотковому відношенні така: промислові хлібзаводи – 72 %, приватні міні-пекарні – 20 %, підприємства колишньої системи Укоопспілки – 6 %, підприємства Укрпродспілки – 2 %. За даними органів статистики станом на 2006 рік в Україні було зареєстровано 1 486 хлібопекарських підприємств. У 2002 році цей показник складав 1 695, тобто за чотири роки кількість хлібопекарських підприємств зменшилася, а виробництво продукції скоротилося на 94 тис. т [1]. Оскільки частину хліба випікають в тіні, то фактичну кількість спожитої кількості хлібобулочних виробів не можна визначити.

На ринку хлібобулочних виробів в Україні є конкуренція між хлібзаводами і міні-пекарнями. Оскільки дана продукція не може довго зберігатися, то основна увага зосереджується на місцевих конкурентах. Перевагою великих хлібзаводів є економія на масштабах, а міні-пекарень те, що необхідні невеликі потужності. Проте міні-пекарні не можуть закуповувати борошно за твердими державними розцінками і їхня продукція має вищу собівартість.

За даними Укрхлібпрому за минулі роки оновлення основних виробничих засобів у цьому виді діяльності становило 4 – 5 % на рік, а сьогодні цей показник є близьким до нуля. Пояснити це можна тим, що виробництво має низьку рентабельність і відсутня державна підтримка.

За останні роки відбулося значне падіння обсягів виробництва хліба, яке спричинене скороченням населення країни на 4 млн чоловік за останні 10 років, зниження купівельної спроможності населення, економічне використання хліба та випікання хліба невеликими міні-пекарнями. Так, у червні 2008 року випущено всіма хлібопекарськими підприємствами України 160,8 тис. т, у червні 2009 році – 146,3 тис. т, у червні 2010 році – 144,0 тис. т [2]. Таким чином відбулося зменшення випуску у натуральних одиницях у червні 2010 році порівняно з 2008 роком цього ж періоду на 16,8 тис. т або 11,7 %.

Значне скорочення обсягів виробництва хліба і хлібобулочних виробів призвело до низького рівня використання потужностей підприємств, що супроводжується зростанням витрат палива у виробництві. Це все впливає на показник рентабельності підприємства, який зменшився за останні роки на 7 %.

Хлібопекарським підприємствам важко вистояти на ринку через велику конкуренцію, низьку рентабельність, зростання цін на борошно та паливо-енергетичні ресурси. Оскільки хлібобулочні вироби є продуктами першої необхідності, то держава регулює ціни на соціальні сорти хліба, встановлюючи верхню межу. За таких умов підприємствам-виробникам необхідно шукати шляхів зниження виробничих витрат.

Основною сировиною для виготовлення хлібобулочних виробів є борошно. Ланцюг постачання борошна від виробника і до використання його хлібзаводом свідчить, що воно потрапляє на хлібзавод через посередників. Наявність кількох посередників при постачанні борошна призводить до зростання цін на борошно. Це, у свою чергу, впливає на підвищення цін на хлібобулочні вироби. І утворюється замкнуте коло. Якщо підприємства підвищують ціни на хлібобулочні вироби, то залишаються невдоволеними споживачі, якщо ж залишають ціни сталими, а закупку борошна провели за підвищеними цінами, то підприємство стає збитковим. Із цієї ситуації є вихід – укладення хлібзаводом договорів на закупівлю борошна для хлібопечення безпосередньо у виробників борошна за нижчими цінами і належної якості, яка відповідає державним стандартам. Це дало б змогу підприємству виробляти конкурентоспроможну продукцію при значно кращих фінансових показниках.

На українському ринку хлібобулочних виробів ціни знаходяться під контролем держави. Так, середній рівень цін по Волинській області на хліб з борошна пшеничного I ґатунку станом на 30.12.2009 р. – 3,42 грн, на 30.09.2010 р. – 3,83 грн за кг, на хліб житньо-пшеничний – 3,37 та 3,63 грн за кг відповідно, хліб з борошна пшеничного вищого ґатунку – 3,83 та 4,17 грн за кг відповідно [3]. Тому визначальним фактором конкурентної боротьби є якість продукції та обслуговування. Виробляючи якісну продукцію, підприємство завойовує прихильність споживачів.

Головним напрямом забезпечення конкурентної переваги хлібопекарських підприємств є такі фактори: утримання ініціативи в конкурентній боротьбі, оновлення та розширення асортименту, забезпечення ресурсного потенціалу для досягнення поставлених цілей, підвищення якості продукції, залучення ресурсів підприємства для ефективних попереджувальних заходів щодо дій конкурентів.

Розвиток хлібопекарських підприємств у сучасних умовах також має ряд особливостей, що відрізняють його від розвитку інших харчових підприємств. Основними з особливостей ведення конкурентної боротьби виробників хлібобулочних виробів в Україні можна вважати такі: цінові обмеження на хлібобулочні вироби соціальної лінійки за умов вільного ціноутворення на сировину, виробництво соціально значущої для населення продукції; забезпечення населення свіжою продукцією, рентабельність виробництва хліба; низький рівень технічного оснащення багатьох хлібзаводів. Оцінку конкурентоспроможності підприємств хлібопекарського виду економічної діяльності доцільно проводити за такими факторами: частка ринку, рентабельність підприємства, темп



зростання собівартості, темп зростання обсягу реалізації, темп зростання фонду оплати праці, темп зростання чистого прибутку. Оскільки вони найбільше впливають на силу конкурентної позиції підприємства у відповідній сфері діяльності.

На думку автора, для того щоб підтримати конкурентоспроможність хлібопекарського підприємства, слід поліпшувати якість хлібобулочних виробів, розширювати асортимент, ринки збуту, раціонально використовувати потужності, знижувати виробничі витрати. Оскільки хлібопекарська продукція є важливою для суспільства, то держава повинна запровадити постійно діючий моніторинг зерна за всіма видами і класами, закупити необхідну кількість зерна й борошна до державного резерву для можливого здійснення інтервенцій, забезпечити вільний доступ хлібопекарських підприємств до закупівлі сировини з резервів, зобов'язати хлібопекарські підприємства-монополісти закуповувати борошно на конкурсних засадах. Ці дії сприятимуть підвищенню рівня прибутковості, розвитку підприємств-виробників і зроблять ціни на хлібобулочні вироби доступнішими для споживачів.

Наук. керівн. Полінкевич О. М.

Література: 1. Статистичний щорічник України за 2006 рік / за ред. О. Г. Осауленка. – К. : Державний комітет статистики України, 2007. – 600 с. 2. Виробництво найважливіших видів промислової продукції по місяцях 2008, 2009 і 2010 років // Експрес-випуск. Державного комітету статистики України. – 19.07.2010 р. – № 174 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua. 3. Оперативні дані про середні рівні роздрібних цін на соціально значущі споживчі товари, що реалізуються підприємствами роздрібною торгівлею у Волинській області за 2010 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.voladm.gov.ua/struct.php?id=81>.

УДК 336.74

Крива І. В.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Описано концептуальні засади інформаційного забезпечення управління розвитком підприємства, в межах чого: визначено принципи управління розвитком підприємства, обґрунтовано необхідність та принципи інформаційної підтримки управлінських рішень, розглянуто підходи до змістовного наповнення інформаційного простору.

Аннотация. Описаны концептуальные основы информационного обеспечения управления развитием предприятия, в пределах чего: определены принципы управления развитием предприятия, обоснована необходимость и принципы информационной поддержки управленческих решений, рассмотрены подходы к содержательному наполнению информационного пространства.

Annotation. The conceptual foundations of information management software for company development are described, within which the principles of management of enterprise development, the necessity and principles of information to support management decisions, the approaches to the content filling the information space are defined.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, управління розвитком підприємства, концептуальні засади.

На відміну від індустріальної епохи, становлення інформаційної економіки характеризується зростанням значущості інтелектуальної складової у формуванні ринкового успіху як окремих компаній, так і національних економік. За таких умов серйозно ускладнюється процес прийняття управлінських рішень. Зокрема загострюється потреба у формуванні відповідного інформаційного забезпечення. Зростання масштабів інформації та ускладнення структури інформаційного простору зумовлюють потребу в оптимізації інформаційних потоків для забезпечення ефективності управління підприємством.

Незважаючи на значну кількість публікацій у сфері дослідження інформаційних аспектів управління проблему інформаційного забезпечення управління розвитком компанії слід визнати практично не розглянутою. Саме тому, вирішуючи науково-прикладну проблему розробки методології управління розвитком, необхідно зосередити увагу на питаннях ідентифікації інформаційного простору, формуванні принципів та механізмів інформаційного забезпечення розвитку підприємств.

© Крива І. В., 2010



Дослідженню ролі інформації у сучасній економіці присвятили свої праці визнані науковці Дж. Стиглер, К. Ерроу, Р. Коуз, Дж. Ходжсон, Д. Белл, А. Маршалл, Е. Тюффлер, В. Іноземцев, Е. Маймінес, К. Вальтхаут. Ідентифікація інформації як ресурсу, який забезпечує набуття конкурентних переваг компанії, є найпоширенішою думкою серед дослідників. У конкурентному аспекті однією з базових ознак інформації необхідно визначити її економічну цінність, яка має вирішальне значення у виробництві товарів і послуг [1] та процесі управління соціально-економічними процесами [2]. За умов формування інформаційної економіки та появою таких видів діяльності, як управлінське консультування, розробка інформаційних технологій, цілком слушною є позиція дослідників, згідно з якою інформація розглядається як товар, здатний приносити дохід [3]. Тому двоєдина природа інформації обумовлює такі її специфічні властивості, як відсутність дії закону граничної продуктивності, можливість нескінченного тиражування без втрати якості та цінності для споживача.

Окрему групу науково-прикладних надбань у сфері дослідження інформації утворюють розробки відомих класиків менеджменту П. Друкера, М. Портера, Д. Ліндера, які вказували на визначальну роль інформації у посиленні стратегічних позицій підприємств та її значний вплив на поведінку економічних організацій.

З урахуванням окресленої предметної сфери дослідження завданням є визначення концептуальних засад інформаційного забезпечення розвитку компанії, зокрема окреслити інформаційний простір прийняття управлінських рішень, виділити його ключові компоненти, запропонувати принципи його формалізації для підвищення результативності процесу управління розвитком підприємства.

Управління розвитком підприємства є циклічним процесом, що відображається через виконання функцій: 1) прогнозування – визначення цільових настанов, встановлення завдань функціонування (тактика) і розвитку (стратегія), визначення шляхів і засобів реалізації планів; 2) організація і координування – створення, узгодження факторів і процесів виконання планів; 3) стимулювання і активізація – створення мотивів і стимулів персоналу до узгоджених та ефективних дій; 4) моніторинг – систематичне спостереження за результатами діяльності, їх аналіз, корегування планів, шляхів і засобів їх реалізації [4].

Сьогодні необхідно мати певну політику відносно управління інформацією та інформаційного середовища, у якому перебуває підприємство, для забезпечення результативного якісного покращення її діяльності. Тому основними завданнями інформаційної підтримки управління розвитком підприємств слід визнати: формування, обробку, використання, зберігання та підтримку в актуальному режимі інформації та знань; забезпечення менеджменту нормативно-правовою, довідково-аналітичною, методичною, прогнозою та поточною інформацією, а також комплексом програмних засобів, необхідних для їх аналізу при формуванні управлінських рішень [1].

Формування та формалізація інформаційного простору управління розвитком підприємств відбувається за такими напрямками:

створення єдиної інформаційної бази об'єктів та підрозділів компанії, забезпечення швидкої передачі каналами зв'язку будь-яких видів інформації;

технічна підтримка обробки, аналізу отриманої інформації;

забезпечення необхідного рівня безпеки та захисту інформаційних ресурсів корпорації.

Розробка системи інформаційної підтримки управління розвитком компанії передбачає окреслення інформаційного простору як зони, у якій утворюються різноманітні інформаційні потоки, що забезпечують актуальною, повною і достовірною інформацією процес цілеспрямованих, незворотних, якісних за характером змін складу і зв'язків (тобто структури), а також функції (призначення) підприємства як системи задля подолання протиріч, що виникають у його зовнішньому та внутрішньому середовищі, та забезпечення довгострокового успіху на ринку.

Традиційно формалізацію інформаційних потоків управління розвитком підприємства здійснюють за критерієм джерел утворення інформації. Поділ інформаційних потоків на вхідні та вихідні є досить умовним. Відповідно до принципів та стандартів корпоративного управління до вхідних потоків прийнято відносити інформацію про середовище, у якому функціонує суб'єкт господарювання. До вхідної інформації, яка надходить із зовнішніх джерел, відносять законодавчі, нормативні акти, інформацію загальноекономічного, галузевого характеру, інформацію про діяльність партнерів та конкурентів підприємства.

Для формування інформаційного простору суб'єкта господарювання важливим моментом є визначення змісту вихідних потоків, які мають забезпечити всіх стейкхолдерів необхідними даними для прийняття рішень щодо співпраці. Традиційно до таких інформаційних потоків відносять стратегічні плани підприємства, прогнозні, звітні показники за напрямками діяльності, географічними та продуктовими сегментами, документами про облікову політику, фінансову звітність тощо [3].

Разом з тим, інформаційний простір управління розвитком має обов'язково включати не тільки модель відбору та ідентифікації інформаційних потоків, але й принципи і механізми їх обробки, інтерпретації, перевірки та напрями використання. З метою упорядкування і структуризації елементів інформаційного простору для прийняття управлінських рішень пропонується виділяти джерела інформації, її споживачів, функціональні підсистемні блоки, а також відповідні зовнішні та внутрішні інформаційні потоки.

З метою формалізації процесу створення інформаційного простору управління розвитком підприємств доцільно врахувати такі аспекти:

- стратегічну орієнтацію створення інформаційного простору через визначення мети і формування потреби у відповідній інформації, яка сприяє створенню нової цінності за допомогою нових знань;
- необхідність активізації інноваційних процесів виявлення інформації, перетворення її у знання, генерування нових знань та їх обмін з метою створення корпоративного знання;
- виявлення комунікаційних розривів, що заважає обміну інформацією на організаційному рівні, пошуку причин, виявленню проблемних зон і діагностування управлінських проблем, забезпе-

ченню прискорення процесу розкриття наявних знань в організації, прирощенню формалізованого знання як інтелектуального продукту компанії [4].

Вирішення проблеми формування методологічних засад управління розвитком підприємства, зокрема розробка концептуальних засад інформаційного забезпечення цього процесу, є необхідною умовою ефективного управління його розвитком в умовах економічних знань.

Наук. керівн. Полінкевич О. М.

Література: 1. Твердохліб М. Г. Інформаційне забезпечення менеджменту : навч. посібн. / М. Г. Твердохліб. – Вид. 2-ге, доп. та перероб. – К. : КНЕУ, 2009. – 224 с. 2. Верба В. А. Підсистема управління розвитком на підприємстві: концептуальні засади створення і функціонування / В. А. Верба // Стратегія розвитку України. – Вип. 1–2 / голов. ред. О. П. Степанов. – К. : Книжкове вид-во НАУ, 2009. – 525 с. 3. Корнев Ю. Г. Інформаційне забезпечення розвитку підприємницької діяльності / Ю. Г. Корнев // Вісник НАН України. – 2008. – № 5. – С. 24–31. 4. Whither "Information Strategy" [Electronic resource]. – Access mode : http://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR1033/MR1033.chap1.pdf.

УДК 638.15:334.01223

Бовдун А. В.

АКТУЛЬНІСТЬ ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Анотація. Проведено аналіз і визначено поняття фінансового потенціалу підприємства. Надано аналітичну оцінку використання фінансового потенціалу підприємства і його ефективне використання в майбутньому.

Аннотация. Проведен анализ и определено понятие фінансового потенціала підприємства. Предоставлена аналитическая оценка использования фінансового потенціала підприємства и его эффективное использование в будущем.

Annotation. It is analyzed and performed the concept of financial potential of enterprise. Analytical estimation of the financial potential utilization of enterprise and its effective use in the future is given.

Ключові слова: фінансовий потенціал, виробничий потенціал, оцінка колективності діяльності підприємства, фінансові векселі, фінансовий стан.

Перехід української економіки з командно-адміністративної до ринкової призвело до істотних змін соціально-економічних відносин, яким необхідна ефективна діяльність суб'єктів господарювання. Саме від стабільної та ефективної роботи залежить розвиток підприємства як самостійної одиниці господарювання, суспільства в цілому та економіки.

Для кожного підприємства актуальна проблема наявності грошових коштів, ліквідність грошових активів, а також здатність залучити додаткові інвестиції для розвитку або можливість отримати кредити від різних фінансово-кредитних установ (у першу чергу від комерційних банків) [1, с. 98].

Умовою успішного довгострокового функціонування підприємства у динамічному зовнішньому середовищі є його спроможність й активні дії з адаптації до змін у зовнішньому середовищі та постійного розвитку. Визнання важливості розвитку підприємства як умови його існування дозволяє поставити питання про дослідження джерел розвитку. Таким джерелом пропонується визнати потенціал підприємства, що містить в собі перспективу майбутнього стану підприємства, який, однак, можливо досягти тільки за умов розвитку [2, с. 77].

Економічні дослідження у сфері потенціалу пов'язані здебільшого з оцінкою ефективності роботи підприємств, визначенням їхнього фінансового стану і конкурентоспроможності [3, с. 56].

Важливе значення в розвитку підприємства відіграє фінансова сторона, тому оцінка та аналіз фінансового потенціалу підприємства та його ефективне використання є актуальною проблемою сьогодні.

Незважаючи на той факт, що навіть за допомогою примітивного причинно-наслідкового зв'язку твердження про вплив потенціалу підприємства на його розвиток є безсумнівним, детальне розкриття цього питання потребує більшої уваги й окремого дослідження [2, с. 77].

Принципово новою проблематику потенціалу підприємства на сьогоднішній день вважати не можна, адже їй присвячено цілу низку робіт, причому майже всі дослідники розглядають не просто поняття потенціалу підприємства, а й конкретизують окремі види потенціалу. Так, у праці Воронкова А. Е. потенціал підприємства розглядається з позицій його впливу на конкурентоспроможність



потенціалу підприємства; Бузько І. Р., Дмитренко І. Є. та Сущенко О. А. розкривають питання, пов'язані із стратегічним потенціалом підприємства; Хомяков В. І., Вяткіна Т. Г. та Вяткін П. С. пов'язують потенціал із конкурентоспроможністю, аналізуючи питання, які стосуються підприємницького потенціалу; Бондаренко І. В. аналізує окремі аспекти управління маркетинговим потенціалом; Іванов Н. І. оперує поняттям виробничого потенціалу підприємства, а Міоредов А. А. та Ейде-льман Я. Л. – економічного потенціалу [2, с. 78].

Метою статті є аналіз фінансового потенціалу і визначення основних джерел фінансових ресурсів, а також оцінка доцільності використання даного фінансового потенціалу підприємством.

Фінансовий потенціал підприємства – це сукупність грошових ресурсів підприємства, майна (капіталу), які можуть бути використані для вирішення будь-якої задачі, в тому числі і засоби, отримані шляхом перерозподілу із одних сфер використання в інші без переходу критичних меж, які будуть використані в майбутньому з метою отримання максимального прибутку.

Поняття "потенціал" зазвичай у загальному контексті пов'язується із поняттям "сили" або "міцності". Традиційно цей термін використовується для характеристики засобів, запасів і джерел, які можуть бути використані для вирішення певного завдання або досягнення певної цілі, а також для можливостей окремої особи, суспільства, держави [2, с. 77].

Фінансовий потенціал є складовою виробничого потенціалу і на рівні з трудовим, науковим потенціалом, основними фондами входить до загальної групи "ресурси" [1, с. 98].

Залучення додаткових коштів для свого розвитку є однією з найголовніших проблем більшості українських підприємств. Сьогодні багато говорять про відсутність інвестицій в економіку України, відсутність у підприємств фінансових ресурсів, незбалансованість грошових потоків, що приводить їх на межу банкрутства. Вирішення цих проблем залежить від різних факторів, але особливе значення має фінансовий потенціал підприємства [1, с. 98].

Фінансовий стан підприємства характеризується забезпеченням фінансовими ресурсами, які необхідні для нормального функціонування підприємства, доцільністю їх розміщення та ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими юридичними та фізичними особами, платоспроможністю та фінансовою стійкістю [4, с.17].

В об'єктивній оцінці фінансового стану зацікавлені всі користувачі бухгалтерської (фінансової) звітності, які в Міжнародних стандартах бухгалтерського обліку об'єднані в три основні групи, а саме:

особи, які безпосередньо займаються бізнесом на даному підприємстві; особи, які не працюють на підприємстві, але мають пряму фінансову зацікавленість у даному бізнесі (наприклад, власники акцій);

особи, які непряму фінансову зацікавленість у даному бізнесі, тобто податкові служби, фондові біржі, що займаються купівлею-продажем цінних паперів, органи, які контролюють ціни, експорт та імпорт, профспілки, преса та ін. [4, с. 17].

До фінансових важелів відносяться: дохід, прибуток, амортизаційні відрахування, ціна, податки, орендна плата, фінансові санкції, банківський відсоток, цільові грошові фонди, пайові внески, інвестиції, форми розрахунків, види кредитів, дисконт [1, с. 99].

Одна з важливих характеристик фінансового стану підприємства – стабільність його діяльності у світлі довгострокових перспектив. Вона пов'язана із загальною структурою підприємства, ступенем його залежності від кредиторів та інвесторів [4, с. 21].

Тож можна підбити деякі підсумки: щоб підприємство успішно функціонувало та ефективно використовувало всі свої ресурси, необхідно якісно розвивати матеріально-технічні, інвестиційні та фінансові елементи потенціалу. Це обумовлює особливу увагу керівників підприємницьких структур до ефективного та доцільного використання фінансових ресурсів. У зв'язку з цим економічна сутність поняття "фінансовий потенціал", який дозволяє обумовити його відтворення його безперервної роботи виробництва.

У даній роботі проаналізовано та розкрито економічну суть фінансового потенціалу підприємства. Сенс і роль фінансово-економічного потенціалу може бути розглянуто з позицій взаємозв'язків між його компонентами та результативністю діяльності підприємства в цілому [3, с. 60].

Дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, визначення ділової активності дають змогу проаналізувати ефективність основної діяльності підприємства, що характеризується швидкістю обертання його фінансових ресурсів [4, с. 23].

Ефективність використання фінансових ресурсів прямо залежить від забезпечення трансформації ресурсного та виробничого потенціалів у результаті діяльності підприємства. До певної міри фінансовий потенціал виступає в ролі важеля, що формує механізм динамічної трансформації ресурсів у результаті діяльності підприємства.

Фінансовий потенціал належить обом частинам загального потенціалу підприємства: і виробничому – як фінансові ресурси, і економічному – як фінансовий механізм та сила, що може притягувати зовнішні кошти до підприємства. Зміна загального потенціалу підприємства у багатьох випадках здійснюється шляхом зміни фінансового потенціалу.

Наук. керівн. Литвиненко А. О.

Література: 1. Белов О. В. Визначення фінансового потенціалу підприємства / О. В. Белов // Регіональні перспективи. – 2002. – № 5. – С. 98–104. 2. Воронкова А. Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А. Е. Воронкова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 77–84. 3. Бикова В. Г. Фінансово-економічний потенціал підприємства загальнодержавного значення – оцінка й управління / В. Г. Бикова // Фінанси України. – 2005. – № 6. – С. 56–61. 4. Азаров А. О. Комплексне оцінювання фінансового стану підприємства / А. О. Азаров // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2005. – № 3. – С. 17–24. 5. Ареф'єва О. В. Інтереси стейкхолдерів в організаційному стратегічному управлінні фінансовим потенціалом підприємства / О. В. Ареф'єва // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 9. – С. 80–85.

УПРАВЛІННЯ РИНКОВИМ КАПІТАЛОМ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Присвячено огляду проблеми визначення сукупності конкурентних переваг сучасних підприємств на основі ефективного управління ринковим капіталом і виокремлення пріоритетних завдань щодо подальшого їх стратегічного розвитку.

Аннотация. Посвящено обзору проблемы определения совокупности конкурентных преимуществ современных предприятий на основе эффективного управления рыночным капиталом и выделения приоритетных задач относительно дальнейшего их стратегического развития.

Annotation. The problem of determining the set of competitive advantages of modern enterprises, based on the effective management of market capitalization and allocation of priorities with respect to further their strategic development is studied.

Ключові слова: ринковий капітал, складові ринкового капіталу, конкурентні переваги підприємства, управління ринковим капіталом.

У сучасних економічних умовах важливою характеристикою розвитку ринкової економіки є зростання конкурентоспроможності підприємств та збільшення ринкової вартості компаній. Це передбачає ефективне використання природних, матеріальних, трудових та фінансових ресурсів. Водночас дедалі більшу роль відіграють нематеріальні активи, частка яких у структурі активів суб'єктів підприємницької діяльності постійно зростає. Наявність та ефективне використання нематеріальних активів підприємства збільшує його ринкову вартість, інвестиційну привабливість, зміцнює конкурентні позиції та забезпечує динамічний стратегічний розвиток.

Для сучасного підприємства, в умовах обмеженості всіх видів ресурсів, безперечно актуальним є питання розробки ефективної стратегії розвитку та збільшення ринкової вартості. Досвід зарубіжних компаній доводить, що управління ринковим капіталом є невід'ємною складовою системи менеджменту і безпосередньо впливає на результативність діяльності суб'єктів господарювання. Однак в Україні ці процеси досліджені фрагментарно і не набули масштабної реалізації. Це пов'язано з труднощами оцінювання такого роду активів і визначення сукупності їх складових. У зв'язку з цим виникає необхідність визначення об'єктивної необхідності та конкурентних переваг управління ринковим капіталом і передумов їх забезпечення.

Метою роботи є дослідження процесу управління ринковим капіталом підприємства та оцінювання отриманих результатів для забезпечення конкурентоспроможності стратегічного розвитку в сучасних умовах.

Значення ролі нематеріальних активів (НМА) та перші теоретико-методологічні дослідження їх структури було окреслено в кінці ХХ ст. на Заході у працях Л. Едвінсона, Т. Стюарта, М. Мелуона, Д. Даффі, Т. Фортюна, П. Саллівана, Л. Прусака, Д. Клейна та ін. Розробка методичних і практичних засад щодо врахування нематеріальних активів у діяльності підприємств та формування їх ринкової вартості розпочалася значно пізніше. Ці питання висвітлені в роботах Д. Крепса, Р. Вілсона, П. Мілгрома, Д. Робертса, Р. Харлоу, Д. Марстона, Малюги Л. В., Цибульова П. М., Безухи О. В., Цирата А. В., Галянтича М. К., Коваленка Г. І. Визначення сутності окремих складових ринкового капіталу та формування системи їх ефективного використання висвітлені в дослідженнях Р. Швайса, О. Бутнік-Сіверського, Рейлі І. Р., Н. Симонової, О. Мендрула, І. Репіної, Б. Лева, Е. Брукінга, О. Мельник, А. Колота, Н. Лук'яненко та ін.

Незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених управлінню та систематизації нематеріальних активів, ці процеси потребують подальших теоретичних розробок і практичного випробування. Аналіз вітчизняної літератури і досвід практичної діяльності підприємств дозволяє зробити висновок про доцільність та об'єктивну необхідність подальшого дослідження саме процесів економічного зростання підприємства на основі ефективного управління ринковим капіталом. Сучасні економічні процеси призводять до зміни структури капіталу та зміщення пріоритетних напрямків розвитку підприємств різних галузей. Для ефективного економічного розвитку підприємств, підвищення їх інвестиційної привабливості та зміцнення конкурентних позицій необхідним є обґрунтування інструменту створення додаткової вартості бізнесу на основі управління ринковим капіталом.

Можливість ефективного використання ринкового капіталу компаній зумовлена їх галузевою спрямованістю з урахуванням специфіки ринків збуту, цільової аудиторії та завантаження ринку ідентичною продукцією. Для розробки дієвої системи управління ринковим капіталом необхідне



проведення детальної конкурентної діагностики, врахування вагомості кожної його складової та виділення пріоритетних стратегічних завдань для подальшого впровадження.

Саме тому, на думку автора, необхідно окреслити конкурентні переваги компанії, які зумовлені функціонуванням менеджменту ринкового капіталу, з метою прийняття обґрунтованих стратегічних рішень щодо подальшого розвитку та ефективного його використання (рисунок).

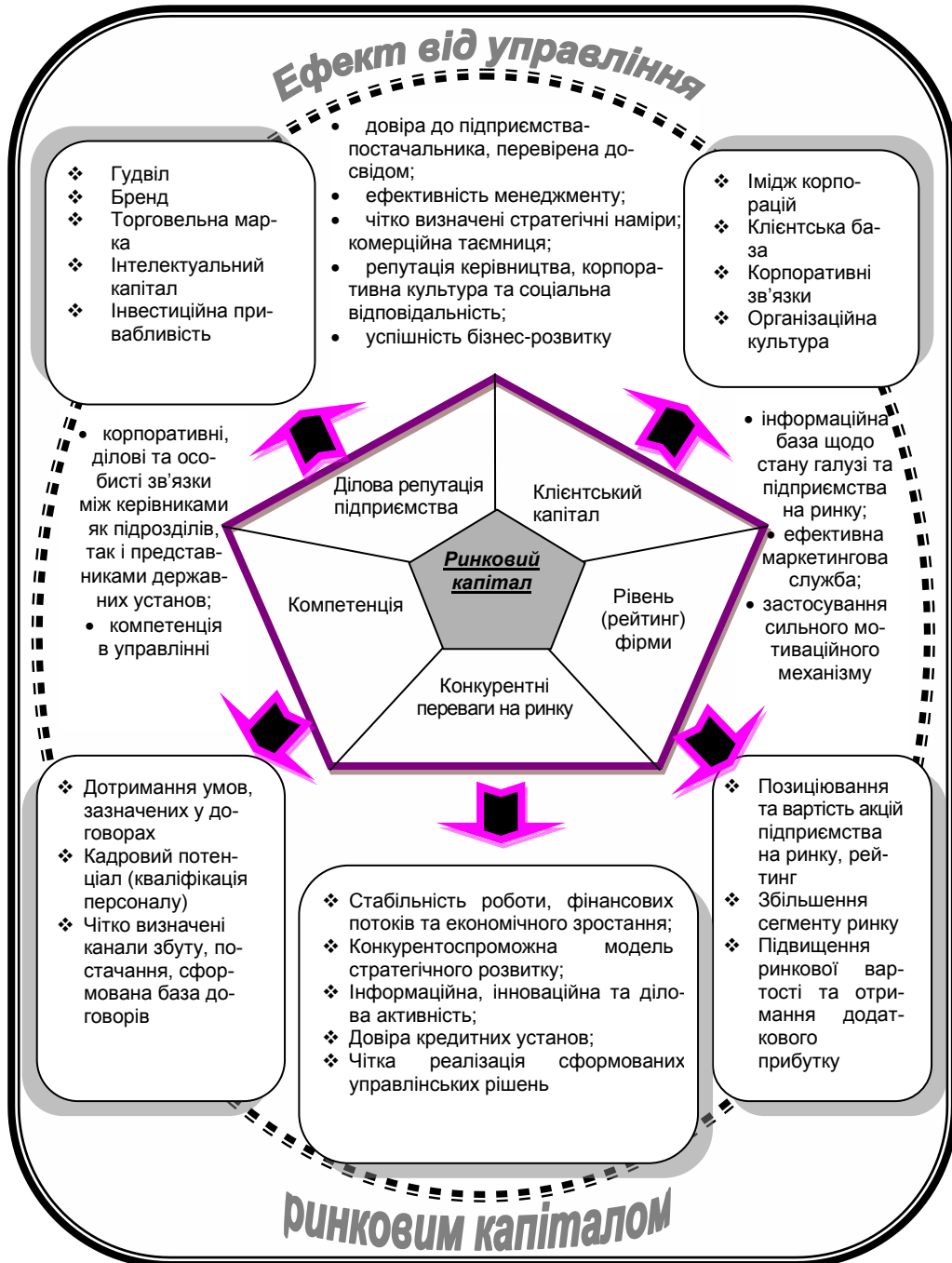


Рис. Конкурентні переваги ефективного управління ринковим капіталом підприємства

Управління ринковим капіталом більш розвинуте у зарубіжних дослідників, оскільки вартість компанії на заході є основним критерієм оцінювання діяльності підприємства на ринку. Українські підприємства мають досвід управління лише частиною ринкового капіталу. Ефективним є комплексне управління всією сукупністю складових ринкового капіталу, що забезпечує інвестиційну привабливість, довіру кредитних установ та конкурентні переваги і стійкість у кризових ситуаціях. Але багато аспектів цієї проблеми ще потребують наукових розробок та подальших досліджень.

Таким чином, у результаті проведених досліджень обґрунтовано необхідність визначення конкурентних переваг на основі управління ринковим капіталом та виокремлення важливих страте-

гічних питань і перспектив розвитку. Це дозволяє конкретизувати чинники зростання ринкової вартості компанії та розробити методи щодо управління ринковим капіталом для ефективного прийняття управлінських рішень щодо підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Література: 1. Швиданенко Г. О. Управління капіталом підприємства : навч. посібн. / Г. О. Швиданенко, Н. В. Шевчук. – К. : КНЕУ, 2007. – 440 с. 2. Репіна І. М. Ідентифікація та класифікація активів підприємства / І. М. Репіна // Стратегія розвитку України : наук. журнал. – 2009. – № 1. – 386 с. 3. Скрынько С. Л. Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов / С. Л. Скрынько, А. Г. Мендрул, В. С. Ларцев – К. : Издатель СПД Цудзинович Т. И., 2009. – 310 с. 4. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности / Грэм Даулинг. – М. : ИМИДЖ-Контакт, 2003. – 400 с. 5. Мішустіна Т. С. Нематеріальні активи підприємства та місце торговельної марки / Т. С. Мішустіна // Академічний огляд : Науково-практичний журнал. – 2003. – Вип. 2. – С. 74–76.

УДК 378:004

Костенко А. П.

Городилова О. В.

МАРКЕТИНГОВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА ВУЗА

Аннотация. Рассмотрены потребности предприятий и компетенции выпускников вуза, что подтверждает отсутствие на сегодняшний день изучения и прогнозирования потребностей рынка труда. Предлагается решить данную задачу, создав маркетинговую информационную систему взаимоотношения рынков образования и труда и общества в целом.

Анотация. Розглянуто потреби підприємств і компетенції випускників ВНЗ, що підтверджує відсутність на сьогодні вивчення і прогнозування потреб ринку праці. Запропоновано вирішити це завдання, створивши маркетингову інформаційну систему взаємовідношення ринків освіти і праці та товариства в цілому.

Annotation. The needs of businesses and competencies of university's graduates, which confirms the absence to date of study and forecasting of labor market needs, are studied. It is proposed to solve this problem by creating a marketing information system of the relationship of education and labor markets and society as a whole.

Ключевые слова: информация, маркетинговая информационная система, взаимоотношения, принципы маркетинговой концептуальной модели системы образования, задачи маркетинговой системы.

Одним из основополагающих вопросов при изучении сферы образовательных услуг в маркетинговом аспекте является определение базовых понятий, а именно: что понимается под образовательными услугами; чьи потребности они удовлетворяют; что выступает в качестве товара на рассматриваемом рынке.

Наиболее типичные взгляды на данные вопросы такие: образовательная услуга — это "...комплекс учебной и научной информации, передаваемой гражданину в виде суммы знаний общепредназначенного и специального характера, а также практических навыков для последующего их применения" [1].

Результатом оказания образовательных услуг может быть: приобретение клиентом (школьником, студентом, слушателем) знаний, умений, навыков в принципиально новой сфере (новая продукция); повышение уже имеющегося потенциала знаний, умений и навыков клиента; преобразование личности. С другой стороны: "Специфика потребления образования состоит в том, что его используют одновременно потребители разных категорий — и сам индивид, и предприятия-работодатели, и общество в целом" [2].

Сейчас большинство фирм на рынке труда не планируют свои кадровые потребности на несколько лет вперед. Вследствие этого изучение и прогнозирование потребностей рынка труда — задача, которую можно решить, только создав **маркетинговую информационную систему (МИС)** взаимоотношения рынков образования и труда и общества в целом.

Обобщая вышесказанное можно утверждать, что: участниками "купли-продажи" выступают три стороны: вуз, будущий специалист и работодатель... С этих позиций предлагается такая маркетинговая концептуальная модель системы образования, которая **базируется на таких принципах**



пах: ориентация на потребителя; использование системного подхода; применение синергетических принципов в рамках нового научного направления — синергетической экономики.

Ежегодно тысячи выпускников школ стремятся поступить в вузы за получением профессиональных "образовательных услуг", а именно за тем, что под этим термином они субъективно подразумевают процесс получения знаний, необходимых для удовлетворения ими потребности: в получении работы, потребности в творчестве и самореализации, а также в общении. Эти базовые потребности оформляются в виде запросов к выбору специальности, к характеристике учебного заведения, цене и качеству обучения. В конечном итоге происходит распределение абитуриентов по вузам – своеобразный процесс самоорганизации. Такая самоорганизация построена главным образом на основе субъективных потребностей потребителей. Это первый уровень сферы образования как экономической (маркетинговой) системы – **уровень взаимоотношений учреждений образования (вузы) – производителей услуг – и студентов – потребителей**. Это и есть фактически рынок образовательных услуг.

После окончания вуза студенты будут носителями эмерджентного свойства системы профессионального образования первого уровня: рынок образования будет выступать как единый интегральный производитель особого продукта – "выпускников" – на рынке труда. Здесь проявляется второй уровень системы образования – уровень взаимоотношения рынка образования и рынка труда. В условиях переходной экономики потребности рынка труда трудно прогнозируемы – наиболее близким синергетическим термином, описывающим состояние этого рынка, является "хаос".

Изучение параметров областей компетенции (и особенно их динамики) может явиться основой для построения информационно-аналитической маркетинговой системы индикаторов удовлетворенности клиентов качеством услуги и качеством отношений, что, в свою очередь, поможет вузу внести необходимые коррективы и в содержательную педагогическую деятельность, и в форму предоставления образовательной услуги.

Современная ситуация на рынке труда, частью которого является рынок молодых специалистов, вряд ли является практическим подтверждением классической концепции человеческого капитала. Скорее речь может идти о том, что образование выполняет фильтрующую, селективную (информационную) функцию. Согласно теории "фильтра" образование трактуется как "средство отбора, как устройство, сортирующее учащихся по их производственным качествам. Естественно, что при найме работников предприниматели будут использовать информацию о потенциальной производительности работника" [3].

Если принять данную точку зрения за основу, то можно говорить о том, что система микроуровня МИС все хуже выполняет эту роль: через фильтр проходят практически все, кто платежеспособен.

Одной из важнейших особенностей образовательной услуги является ее зависимость от компетенции потребителя. Под "*компетенцией потребителя*" в маркетинговой литературе понимается "*сумма знаний, а также физическая и социальная подготовленность клиента, которые связаны с использованием товара в послепродажный период*" [3]. Учитывая своеобразие образовательных услуг, направленных на преобразование личности, и первостепенную зависимость таких услуг от "личностных качеств" потребителя, будем использовать несколько расширенный вариант формулировки, связывая понятие компетенции с адаптационным периодом, а также, учитывая длительность и характер образовательной услуги с самим процессом оказания услуги.

Многоаспектность рассматриваемой проблемы, длительность, а также личностная форма проявления компетенции обуславливают необходимость использования особых маркетинговых средств во взаимоотношениях с потребителями сферы образования. Они могут основываться на принципах разработки **маркетинговой информационной системы**.

Эта система должна реализовать такие задачи: обеспечить подразделения вуза необходимой текущей информацией; организовать контроль за ситуацией на рынке труда; обеспечить поиск новых ниш на рынке труда и новых образовательных услуг; обеспечить контроль за действиями конкурентов; организовать подготовку материалов для обеспечения коммуникативной политики вуза.

С чего практически может начаться создание и проектирование вузовской МИС, построенной на принципах маркетинга отношений? Прежде всего с помощью обобщенной математической модели. Разработать математическую модель МИС достаточно сложно. Для реализации указанной проблемы используются два способа исследований, позволяющих достичь желаемого результата. Первый способ предусматривает декомпозицию исследуемого объекта на отдельные фрагменты с определением связей между ними. Второй, категорный, подразумевает проецирование системы на некоторую совокупность "родственных" ей систем и по свойствам проекций (отображений) позволяет определять внутреннюю структуру исследуемой системы.

Таким образом, исследования потребностей предприятий в данный экономический период подтверждает необходимость создания маркетинговой информационной системы вуза. Предложенная концепция проектирования МИС на основе системного подхода позволяет от целей проектирования перейти к формальным технологиям создания системы для реализации множества функциональных задач вуза.

Литература: 1. Зотов В. Н. Разработка стратегии и тактики маркетинговой деятельности вузов на рынке образовательных услуг и научно-технической продукции : автореферат на получение научной степени к.э.н. / В. Н. Зотов. – М. : РЭА им. Г. В. Плеханова, 1997. 2. Ченцов А. О. Современные проблемы элитарного образования (фрагменты "круглого стола") / А. О. Ченцов // Вестник высшей школы (Alma mater). – 2009. – № 6. – С. 49–52. 3. Мамонтов С. А. Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг : дисс на получение научной степени к.э.н. / С. А. Мамонтов. – Новосибирск : СибУПК, 2005.

НЕОКЕЙНСИАНСКАЯ ВЕРСИЯ МОДЕЛИ ЦИКЛОВ ЖЮГЛЯРА

Аннотація. Исследована динаміка середньострокових економічних циклів. Определены основные характеристики цикла, такие, как амплитуда и частота в функциональной связи со структурами экономической системы. Изучены поведенческие свойства предложенной модели.

Анотація. Досліджено динаміку середньострокових економічних циклів. Визначено основні характеристики циклу, такі, як амплітуда та частота у функціональному зв'язку зі структурами економічної системи. Вивчення властивостей поведінки запропонованої моделі.

Annotation. The dynamics of medium-term economic cycles is investigated. Basic descriptions of cycle such as amplitude and frequency in functional connection with the structures of the economic system are defined. Behavioral properties of the offered model are studied.

Ключевые слова: экономические циклы, характеристика циклов, амплитуда, частота, модель циклов Жюглера.

Выдающийся французский экономист XIX века К. Жюгляр (1819 – 1905) сумел доказать периодичность промышленных кризисов. При этом он полагал, что движущим механизмом циклических проявлений деловой активности являются колеблющиеся цены, повышение или понижение которых ведет к экономическому оживлению либо к упадку и кризису. Однако необходимо отметить тот факт, что к настоящему времени имеется значительное количество теорий возникновения экономических циклов с ограниченным набором соответствующих факторов.

В настоящей работе будут представлены некоторые суждения, обосновывающие существенные уточнения классической и кейнсианской теорий, необходимые для изучения феноменологии цикличности в ее современных проявлениях [1; 2].

В качестве базовой примем математическую модель циклов Жюгляра представленную в [3]. При построении математической модели следует учесть ряд эффектов, характерных для реальных экономических процессов:

- 1) наличие положительных обратных связей между различными экономическими объектами;
- 2) существование запаздываний в изменениях инвестиций по отношению к изменениям потребительского спроса и изменениях выпуска продукции по отношению к варьированию объема инвестиций;
- 3) наличие акселератора в финансовых механизмах инвестиционных процессов;
- 4) быструю (на характерных временах) адаптацию на изменившиеся экономические условия.

При синтезе математической модели рассмотрим динамику выпуска Y в экономической системе. Производимая продукция (объем выпуска Y) определяется производственной функцией: количеством созданных товаров в зависимости от затрат труда L и капитала K . Зачастую в макроэкономическом анализе в качестве производственной функции обычно используется функция Кобба – Дугласа.

$$Y = AK^{\alpha}L^{\beta},$$

где постоянный множитель A характеризует влияния научно-технического прогресса;
 α, β – постоянные коэффициенты, принимающие значения между нулем и единицей.

Для простоты положим $\beta = 0, \alpha = 1$.

Следуя традициям кейнсианской теории полагаем, что произведенная продукция расходует на потребление C и инвестиции I .

$$Y = C + I. \quad (1)$$

Инвестиции направлены на то, чтобы компенсировать амортизацию основного капитала и наращивать объем основных фондов:

$$\frac{dK}{dT} + g_1 K = I, \quad (2)$$

где g_1 – постоянная норма выбытия капитала.

Положительная обратная связь между инвестициями и изменением покупательского спроса имеет вид:

$$I = \epsilon \frac{dC}{dt}.$$

То есть объем инвестиций прямо пропорционален изменению спроса. Параметр ϵ , не меняющийся во времени, отражает степень влияния финансовых институтов. При иницировании спекулятивной активности чем доступнее кредитные ресурсы, тем больше значение коэффициента ϵ . Учет запаздывания изменения величины объема инвестиций от изменения потребительского спроса может быть выражен с помощью уравнения:

$$\frac{dI}{dt} + a(I - \epsilon \frac{dC}{dt} - g_2 K) = 0$$

где коэффициент a_1 отражает скорость реакции инвесторов на изменения в спросе, параметр g_2 характеризует значение предельной склонности капитала к инвестициям. Запаздывание изменения объема выпуска от изменения основного капитала K описывается с помощью дифференциального уравнения первого порядка:

$$\frac{dY}{dt} = r(AK - Y), \quad (4)$$

где r является темпом обновления основных фондов.

Уравнения (1) – (4) образуют систему уравнений макроэкономической динамики. В результате преобразований одна из переменных I, Y, K, C может быть исключена и будем иметь систему трех дифференциальных уравнений первого порядка. Для определенности исключим с помощью (1) переменную спроса C . Тогда получим систему:

$$\begin{aligned} \frac{dI}{dt} &= -\frac{a}{1+a\epsilon} I - \frac{a\epsilon r}{1+a\epsilon} + \frac{a(\epsilon r A + g_2)}{1+a\epsilon} K, \\ \frac{dY}{dt} &= -Y + AK, \\ \frac{dK}{dt} &= I - g_1 K, \end{aligned} \quad (5)$$

которую необходимо дополнить начальными условиями при $t = 0, I(0) = I_0, Y(0) = Y_0, K(0) = K_0$.

Систему (5) легко представить в форме векторно-матричного дифференциального уравнения:

$$\frac{dX}{dt} = FX, \quad (6)$$

где вектор $X = \begin{pmatrix} I \\ Y \\ K \end{pmatrix}$, матрица $F = \begin{pmatrix} -\frac{a}{1+a\epsilon} & -\frac{a\epsilon r}{1+a\epsilon} & \frac{a(\epsilon r A + g_2)}{1+a\epsilon} \\ 0 & -r & rA \\ 1 & 0 & -g_1 \end{pmatrix}$.

Уравнение (6) имеет очевидное решение:

$$X(t) = \Phi(t)X(0), \quad (7)$$

где $\Phi(t) = \exp(Ft)$.

Матрица динамики системы (5) и уравнение (6) обладают характеристическим полиномом:

$$\lambda^3 + a_1\lambda^2 + a_2\lambda + a_3 = 0, \quad (8)$$

где $a_1 = r + g_1 + \frac{a}{1+a\delta}$, $a_2 = r g_1 + \frac{a}{1+a\delta}(r(1 - \delta A) + g_1 - g_2)$;

$$a_3 = \frac{ar(g_1 - g_2)}{1+a\delta}.$$

Если коэффициенты (8) строго положительны и при этом выполнено условие, то корни уравнения (8) имеют отрицательные вещественные части и система (5) является асимптотически устойчивой. Здесь уместно подчеркнуть, что одним из необходимых условий устойчивости является выполнение неравенства

$$g_1 > g_2$$

то есть коэффициент амортизации должен превышать предельную склонность капитала к инвестициям.

В случае устойчивости систем (5), (6) эволюционируют из начального состояния $X(0)$ в конечное тривиальное (нулевое) положение равновесия. Данное положение равновесие имеет содержательный смысл, когда исходная система (5) описывает динамику переменных I , Y , K в отклонениях от фактического нетривиального равновесного значения I^* , Y^* , K^* .

Система дифференциальных уравнений (5) может иметь колеблющиеся решения в случае, когда дискриминант характеристического уравнения (8) является отрицательным числом. В общей ситуации комплексные корни характеристического уравнения (8) имеют очень сложную аналитическую структуру вследствие наличия большого количества параметров, что, в свою очередь, существенно затрудняет анализ поведенческих свойств системы (5). Поэтому сделаем допущение, согласно которому коэффициент выбытия основных фондов равен предельной склонности капитала к инвестициям, то есть.

$$g_1 = g_2$$

Тогда в системе дифференциальных уравнений (5) появится первый интеграл:

$$(1+a_1\epsilon)I(t) - a_1\epsilon Y(t) + a_1K(t) = G = const, \quad (9)$$

где $G = (1+a_1\epsilon)I(0) - a_1\epsilon Y(0) + a_1K(0)$.

В результате преобразований в системе (5) с учетом (9) получил дифференциальное уравнение второго порядка для динамики объема выпуска $Y(t)$:

$$\frac{d^2Y}{dt^2} + \left(r + g_1 + \frac{a}{1+a\delta}\right) \frac{dY}{dt} + r \left(g_1 + \frac{a(1-\delta A)}{1+a\delta}\right) Y = rAG. \quad (10)$$

Уравнение (10) свидетельствует о том, что экономическая система в ходе своей эволюции стремится к равновесному значению:

$$Y^* = \left(g_1 + \frac{a(1-\delta A)}{1+a\delta}\right)^{-1} AG$$

и данное стремление сопровождается затухающими колебаниями, так как процесс, описываемый (10), обладает асимптотической устойчивостью.

По явному виду коэффициентов уравнения (10) можно судить о том, что амплитуда вышеуказанных колебаний убывает с постоянным темпом

$$\alpha = \frac{1}{2} \left(r + g_1 + \frac{a}{1+a\delta}\right),$$

а частота колебаний равна

$$\beta = \left(\left(\frac{r+g_1+\frac{a}{1+a\delta}}{2}\right)^2 - r\left(g_1 + \frac{a(1-\delta A)}{1+a\delta}\right)\right)^{\frac{1}{2}}.$$

На уменьшение частоты влияет увеличение параметра влияния финансовой системы δ , а на увеличение частоты – рост характерных постоянных времени a и r . На рост коэффициента затухания α позитивно действуют коэффициенты a , r , g_1 . Данное обстоятельство означает, что наличие до-



ступных кредитных ресурсов уменьшает частоту колебаний и оттягивает момент попадания в кризисные состояния. Уменьшение временных лагов (увеличение a , r), наоборот, способствует более быстрой реакции экономической системы на возникающие внешние воздействия и более быстрому ее возвращению к положению равновесия.

Здесь уместно подчеркнуть, что наиболее устойчивой для экономики является фаза депрессии, то есть режим равновесия и простого воспроизводства. Но с позиции деятельности экономических агентов такое состояние является неудовлетворительным, так как при простом воспроизводстве уровень прибыли очень низкий и соответственно, накопленных капиталов явно недостаточно для эффективного применения.

Предприниматели вынуждены сдерживать свою деловую активность в связи с неопределенностью инвестиционной деятельности. Имеется в виду, что инвестиции – это существенные затраты и значительные риски: произведенная продукция может оказаться невостребованной и вместо прибыли появятся убытки.

Как только возникают сигналы от рынка о повышении спроса на какие-то конкретные виды продукции и услуг, начинается оживление. Вначале этот спрос обеспечивается за счет накоплений, а далее его стимулируют кредиты, происходит разогрев экономики в целом (фаза подъема). Через определенное время создается ситуация, когда спрос прошел свой максимум и начинает постепенно снижаться, а производство товаров по инерции продолжает расти. Происходит кризис несоответствия деловых ожиданий повышения наблюдаемым тенденциям спроса, неуклонно снижающимся. Реальным является понижение цен, резко сокращается предложение доступных кредитов, происходят банкротства и сокращения в реальном секторе (фаза спада). После этого экономика вновь вступает в фазу депрессии в ожидании новых всплесков (шоков) спроса.

Литература: 1. Гринин Л. Е. Нежеланное дитя глобализации. Заметки о кризисе / Л. Е. Гринин // Век глобализации. – 2008. – № 2. – С. 46–53. 2. Гринин Л. Е. Современный кризис: новые черты и классика жанра / Л. Е. Гринин // История и современность. – 2009. – № 1. – С. 3–32. 3. Гринин Л. Е. Математическая модель среднесрочного экономического цикла / Л. Е. Гринин, С. Ю. Малков, А. В. Коротаев. // Прогноз и моделирование кризисов и мировой динамики / под ред. А. А. Акеева, А. В. Коротаева Г. Г. Малинецкого. – М. : Изд. ЛКИ, 2010. – С. 352.

Довідка про авторів

- Богдан Ю. М.** – інженер-програміст казенного підприємства
“Науково-виробничий комплекс “Іскра”
- Бровкова О. Г.** – канд. екон. наук, доцент Одеського національного
політехнічного університету
- Манакова О. І.** – аспірант Одеського національного
політехнічного університету
- Преображенська О. С.** – викладач ХНЕУ
- Денисюк О. В.** – здобувач ХНЕУ
- Бровкова К. В.** – аспірант Одеського національного політехнічного
університету
- Андрощук І. В.** – магістр Луцького національного
технічного університету
- Бачинська О. В.** – магістр Луцького національного
технічного університету
- Вацьковські К. С.** – докт. екон. наук, професор Варшавського
технологічного університету “Варшавська політехніка”
- Гордієнко Л. Ю.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Гриньова В. М.** – докт. екон. наук, професор ХНЕУ
- Дронова А. Ю.** – аспірант Донецького національного університету
економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського
- Зелінський Р. Л.** – студент ХНЕУ
- Ларіна К. В.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Коюда П. М.** – канд. екон. наук, професор Харківського
національного університету радіоелектроніки
- Шейко І. А.** – асистент Харківського національного
університету радіоелектроніки
- Плішка Т. П.** – канд. екон. наук, доцент Хмельницького
університету управління та права
- Рижа Т. В.** – здобувач Хмельницького національного
економічного університету
- Салун М. М.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Шевченко І. В.** – канд. екон. наук, викладач ХНЕУ
- Серпухов М. Ю.** – викладач ХНЕУ
- Юрченко Л. С.** – студент ХНЕУ
- Федулова І. В.** – докт. екон. наук, доцент, професор
Національного університету харчових технологій
- Леонова Ю. О.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Ізмайлов Я. О.** – канд. екон. наук, доцент Криворізького економічного
інституту ДВНЗ “КНЕУ ім. Вадима Гетьмана”



Ізмайлова О. О. – аспірант Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана
Полінкевич О. М. – канд. екон. наук, доцент Луцького національного технічного університету
Русанов О. М. – магістр, асистент Макіївського економіко-гуманітарного інституту
Сіднева Ж. К. – канд. екон. наук, ст. наук. співробітник Національного університету харчових технологій
Щербань О. Д. – викладач Харківського інституту фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі
Мартиненко М. В. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Літинська В. А. – викладач Хмельницького національного університету
Ковтун К. С. – аспірант ХНЕУ
Проскура О. Ю. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Гук Л. П. – мол. наук. співробітник ДУ “Інститут економіки та прогнозування НАН України”
Біліченко С. П. – наук. співробітник ДУ “Інститут економіки та прогнозування НАН України”
Альберт К. В. – канд. психол. наук, директор ТОВ “Інді Радіо”
Шарко А. І. – аспірант Класичного приватного університету
Данилів В. Б. – студент ХНЕУ
Калініченко А. Ю. – студент ХНЕУ
Мачтакова О. Г. – аспірант Одеського державного економічного університету
Діоба А. В. – викладач ХНЕУ
Заславська К. А. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Дериховська В. І. – аспірант ХНЕУ
Полозова Т. В. – канд. екон. наук, доцент Харківського національного університету радіоелектроніки
Єременко А. О. – аспірант Харківського національного університету радіоелектроніки
Смирнова К. В. – аспірант ХНЕУ
Самойленко В. В. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Ішешина Е. В. – канд. екон. наук, доцент Харківського економіко-правового університету
Буряко А. А. – викладач Харківського економіко-правового університету
Шишмарьова Л. О. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Шульга Г. Ю. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Птащенко О. В. – викладач ХНЕУ
Струк С. І. – здобувач ХНЕУ
Стеблиненко Г. В. – аспірант ХНЕУ
Селезньова Г. О. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Грузіна І. А. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ

Касьянова А. О. – здобувач Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна
Небилиця О. А. – аспірант ХНЕУ
Жиляєва І. Ю. – аспірант ХНЕУ
Король С. А. – аспірант Київського політехнічного університету
Швець Л. В. – аспірант ХНЕУ
Литвиненко А. О. – викладач ХНЕУ
Сахненко І. В. – аспірант Харківського національного університету радіоелектроніки
Кобзєв П. М. – канд. фіз.-мат. наук, доцент ХНЕУ
Скопенко Н. С. – канд. екон. наук, доцент Національного університету харчових технологій
Бусургіна М. А. – студент ХНЕУ
Ковшова С. О. – студент ХНЕУ
Поповиченко Г. С. – аспірант Луганського національного аграрного університету
Мазко Т. І. – аспірант ХНЕУ
Коршунов Є. А. – аспірант ХНЕУ
Плоха О. Б. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Пермінова А. О. – аспірант ХНЕУ
Юсвалєва А. В. – викладач ХНЕУ
Сахно Т. В. – студент ХНЕУ
Петренко О. О. – викладач ХНЕУ
Запащук Л. В. – викладач ХНЕУ
Орлова А. Ю. – аспірант ХНЕУ
Отенко В. І. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Сірко А. В. – докт. екон. наук, професор Вінницького інституту економіки ТНЕУ
Найдич Н. М. – канд. екон. наук, доцент Вінницького інституту економіки ТНЕУ
Тімонін К. О. – аспірант ХНЕУ
Басова О. С. – аспірант ХНЕУ
Гордієнко А. І. – аспірант ХНЕУ
Воліков В. В. – начальник науково-дослідного сектору ХНЕУ
Атаманюк Р. Ф. – канд. екон. наук, доцент Хмельницького національного університету
Гольцяєва Л. А. – викладач ХНЕУ
Плаксюк О. О. – аспірант Київського політехнічного університету
Діхтяренко К. В. – аспірант ХНЕУ
Смоленюк П. С. – канд. екон. наук, доцент Хмельницького економічного університету



- Лутицька Ж. С.** – аспірант ХНЕУ
- Мица Н. В.** – ст. викладач Хмельницького економічного університету
- Костіна О. М.** – аспірант ХНЕУ
- Колупаєва І. В.** – канд. екон. наук, доцент Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ
- Тимченко І. Є.** – канд. екон. наук, доцент Харківського економіко-правового університету
- Бокій В. І.** – канд. техн. наук, професор Київського національного університету технологій та дизайну
- Беляєва С. В.** – аспірант Київського національного університету технологій та дизайну
- Лавриненко Л. М.** – канд. екон. наук, ст. наук. співробітник ДУ “Інститут економіки та прогнозування НАН України”
- Міщенко Г. І.** – канд. техн. наук, доцент Хмельницького університету економіки та підприємства
- Рожко В. І.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Сасіна Л. О.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Маркова Н. С.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Мироненко І. І.** – аспірант ХНЕУ
- Лялюк А. М.** – канд. екон. наук, доцент Волинського національного університету ім. Лесі Українки
- Ярошевська О. В.** – аспірант Київського політехнічного університету
- Гурко О. В.** – магістр Луцького національного технічного університету
- Бабенко А. Г.** – докт. екон. наук, професор Дніпропетровської державної фінансової академії
- Бондаревська К. В.** – аспірант Дніпропетровської державної фінансової академії
- Васильєва Ю. І.** – студент Луцького національного технічного університету
- Крива І. В.** – магістр Луцького національного технічного університету
- Бовдун А. В.** – студент ХНЕУ
- Гусєва І. Ю.** – аспірант Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана
- Костенко О. П.** – канд. техн. наук, доцент Кременчуцького університету економіки, інформаційних технологій і управління
- Городилова О. В.** – методист Кременчуцького університету економіки, інформаційних технологій і управління
- Воронін А. В.** – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
- Вовк К. Я.** – студент ХНЕУ