

Управління розвитком

*Харківський національний
економічний університет*

*Присвячено 20-річчю кафедри
бізнесу та підприємництва*

*Міжнародна науково-практична
конференція "Проблеми та шляхи
вдосконалення економічного механізму
підприємницької діяльності"*

24 – 25 квітня 2009 року

*Секція 1
"Напрямки підвищення ефективності
підприємницької діяльності"*

*Секція 2
"Економічний механізм
розвитку підприємництва"*

Збірник наукових статей
видається 2 рази на рік

№ 8, 2009

Харків. Вид. ХНЕУ, 2009

Засновник і видавець

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Реєстраційний номер свідоцтва КВ №5948 від 19 березня 2002 р.

Затверджено на засіданні вченої ради університету.

Протокол №9 від 24.02.2009 р.

Редакційна колегія

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Редакція збірника наукових статей

Зав. редакції **Сєдова Л. М.**

Редактори: **Лященко Т. О.**

Дуднік О. М.

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

Адреса видавця: 61001, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а

Телефони:

(057)702-03-04 — головний редактор

(057)758-77-05 — зав. редакції

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 11.04.2009 р.

Формат 84×108 1/16. Папір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 11,0. Обл.-вид. арк. 13,86. Тираж 500 прим. Зам. № 262.

Ціна договірна.

Надруковано з оригінал-макета на Riso-6300 61001, м. Харків, пр. Леніна, 9а.

Видавництво ХНЕУ.

- © Харківський національний економічний університет, 2009
- © Видавництво ХНЕУ, 2009
- дизайн, оформлення обкладинки
- © Управління розвитком, 2009

Зміст

Секція 1 “Напрямки підвищення ефективності підприємницької діяльності”

Гриньова В. М. Підприємництво в інноваційному розвитку економіки	5
Гордиенко Л. Ю. Проблемы трансформации малого и среднего бизнеса в транзитивной экономике	6
Бондаренко Т. Ю. Визначення інвестиційної привабливості підприємства.....	7
Борсук А. М. Оцінка стану зовнішньоекономічної діяльності підприємств у системі агропромислового комплексу України.....	8
Гросул В. А. Проблеми розвитку підприємницьких мереж на роздрібному ринку продуктів харчування.....	9
Вацьковски К. С. Направления повышения эффективности предпринимательской деятельности в аграрном секторе Польши.....	10
Бардаков В. А., Грецька Г. М. Ефективність організаційних форм підприємництва.....	11
Должикова А. П. Проблеми використання виробничої функції на рівні підприємств.....	12
Демин С. С. Совершенствование организационно-экономического механизма экспортной деятельности Харьковского региона.....	13
Дзьобко І. П. Методичні рекомендації щодо реалізації логістико-орієнтованого підходу до управління поточними процесами підприємства.....	14
Лепейко Т. І., Чистяков А. С. Проблеми розбудови інформаційного забезпечення управління змінами в суб'єктах господарювання.....	16
Мандзюк М. М. Роль внутрішніх комунікацій в управлінні підприємством.....	17
Мажник Л. О. Ефективність управління персоналом у контексті підприємницької діяльності.....	18
Мельникова К. В. Електронні закупівлі як інструмент підвищення ефективності логістичної діяльності підприємства.....	19
Тімонін К. О. Обґрунтування системи показників для оцінки економічної ефективності бренда підприємства.....	20
Герашенко І. Н. Критерии отбора персонала на руководящую должность.....	21
Сотник І. М. Напрямки вдосконалення еколого-економічного інструментарію мотивації ресурсозбереження в Україні.....	22
Небилиця О. А. Інноваційна культура як напрямок підвищення ефективності підприємницької діяльності.....	24
Пестіна Г. О. Особливості оцінки ефективності інноваційних технологій щодо виробництва нових продуктів харчування	25
Погосова М. Ю., Лугош А. В. Оперативне управління структурою капіталу підприємства на інноваційно-інвестиційному етапі його розвитку	26
Салашенко Т. І. Енергоресурси – важлива складова виробничого процесу.....	28
Коршунов Є. А. Планування витрат суб'єктів господарювання на підставі змінних витрат.....	29
Колодзєва Т. О., Руденко Г. Р. Розробка інтегрального показника ефективності логістичної діяльності на машинобудівних підприємствах	30
Шушлякова О. В. До питання обліку доходів підприємницької діяльності	31
Шульга Г. Ю. Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.....	32
Фартушняк О. В. Факторинг як засіб ліквідації неплатежів.....	32
Шахова О. В. Ефективність використання фінансових ресурсів у поточній діяльності житлово-комунальних господарств.....	33
Таньков К. М. Реорганізація бізнес-процесів в умовах стратегічної взаємодії “підприємство – споживач”.....	34
Новіков Д. А. Соціально-економічні наслідки розвитку малого промислового підприємництва в Україні.....	35
Отенко В. І., Колодін О. М. Адаптивність та її роль для управління підприємством.....	36
Придатченко І. М. Оцінка економічної ефективності інноваційних проектів з урахуванням фактора ризику.....	37
Сидоренко В. В. Роль человеческого капитала в системе повышения эффективности предпринимательской деятельности.....	38
Слепченко Н. Л. Проблема побудови кривої попиту для ефективної діяльності підприємства.....	39
Ткаченко Т. В. Удосконалення інноваційної діяльності підприємства.....	40
Шелудько Л. В. Упровадження системи оплати праці від валового доходу у СТОВ “Гусарівське” Балаклійського району як протизатратної.....	41
Храпкіна В. В. Поняття фінансової безпеки та умови її забезпечення.....	41
Шелудько Р. М. Оптимізація галузевої структури фермерських господарств на прикладі С(Ф)Г “Чопенко Юрій Васильович” Близнюківського району.....	42
Хамідова А. Ш. Діалектика підходів до становлення соціально відповідального маркетингу на хімічних підприємствах галузі мінеральних добрив.....	43



Секція 2 "Економічний механізм розвитку підприємництва"

Новікова М. М. Економічний механізм взаємодії системи управління трудовим потенціалом підприємства та бізнес-середовища.....	45
Полов О. Є. Організаційно-економічний механізм корпоративного управління в акціонерному товаристві.....	46
Вейцев С. В. Економічна криза як стимул до оновлення й розвитку.....	47
Великий Ю. М. Упрощенная система налогообложения как фактор развития малого предпринимательства	48
Власова А. В., Ващенко А. В. Розвиток підприємництва в Україні – один із важелів виходу з економічної кризи	49
Гидраула А. А. Теоретические подходы к оценке эффективности использования персонала.....	50
Власова Н. О., Носач Л. Л. Вплив стану дебіторської та кредиторської заборгованостей на рух грошових потоків підприємств оптової торгівлі.....	51
Браташ М. А. Развитие частного предпринимательства в сфере управления многоквартирным домом.....	52
Заславська К. А. Активізація підприємництва у сфері виробництва як необхідний фактор економічного розвитку.....	53
Дюба А. В. Проблеми забезпечення продуктивної зайнятості на промислових підприємствах малого бізнесу.....	54
Прохорова В. В. Кластерна модель розвитку в територіальній організації господарства.....	55
Заколдаєва С. Л. Управління інтелектуальною активністю персоналу наукомістких підприємств.....	55
Грузна І. А. Мотиваційне управління персоналом як фактор підвищення ефективності діяльності підприємства.....	56
Горляйнова Ю. С. Проблеми спрощеної системи оподаткування приватних підприємців	57
Демченко Т. В. Брендинг как направление повышения результативности деятельности предприятия в современных условиях.....	58
Деренська Я. М. Використання інструментів проектного менеджменту при проектуванні логістичних систем в умовах фармації.....	59
Добровольська М. В. Сучасні тенденції інвестування малого бізнесу в Україні.....	60
Дуда О. В. Кластерний підхід до підвищення ефективності підприємницької діяльності.....	61
Доровська В. О. Людський капітал як чинник підвищення ефективності підприємницької діяльності.....	62
Колосов А. М., Ляшенко О. М. Адаптивна організація діяльності щодо забезпечення економічної безпеки підприємства.....	63
Кузенко Т. Б. Інформаційне забезпечення фінансової безпеки підприємства.....	64
Козьрева Е. В. Роль социально направленных расходов в процессе реализации концепции социальной ответственности бизнеса.....	65
Курило С. В. Інвестиції в підприємництво.....	66
Кубатко О. В. Удосконалення економічних інструментів природоохоронного напрямку в підприємницькій діяльності	67
Ляпунова Н. М. Правове забезпечення підприємницької діяльності – вимога часу.....	68
Лисиця А. В. Комунікаційні взаємодії розвитку екологічних потреб у підприємстві.....	69
Македон В. В. Економічна інтеграція у процесі інтернаціоналізації господарського життя.....	70
Кубатко О. В. Екологічний менеджмент як еколого-економічна складова сталого розвитку на рівні регіональної економіки.....	71
Мартиненко М. В. Навчання та підвищення кваліфікації персоналу як основа розвитку підприємництва.....	72
Машошина Н. В. Особливості маркетингових досліджень на ринках B2B	73
Мельник Е. А. Концессия как форма предпринимательской деятельности и способ реформирования жилищно-коммунального хозяйства.....	73
Морозова М. Г. Брендинг як інноваційний напрям розвитку підприємства.....	74
Новопісна К. В. Аналіз логістичних витрат.....	75
Овчинникова М. А. Ценообразование в бизнес-планировании на промышленном предприятии.....	76
Проскура Е. Ю. Франчайзинг как основа развития бизнеса	77
Сорокіна А. С. Сутність категорії "інформаційна сфера підприємства".....	78
Струк С. І. Програмно-цільовий метод управління трудовим потенціалом регіону.....	79
Тризна В. В. Діяльність венчурних підприємств у транзитивній економіці.....	79
Рябуха М. С. Мотиваційний механізм у структурі економічного механізму підприємницької діяльності.....	80
Світлична К. С. Формування концептуальної моделі системи менеджменту якості, інтегруючої вимоги міжнародних стандартів ISO серії 9000 та правил GMP.....	81
Швец Л. В. Оцінка якості трудового потенціалу підприємця.....	83
Самойленко В. В. Роль трудового потенціалу з точки зору розвитку підприємництва	83
Огієнко С. О., Письмак В. О. Підвищення ефективності закупівельної діяльності підприємства.....	84
Салун М. М. Взаємозв'язок між відтворенням та модернізацією ресурсного потенціалу промислового підприємства.....	85

Секція 1

"Напрямки підвищення ефективності підприємницької діяльності"

УДК 658.334

Гриньова В. М.

ПІДПРИЄМНИЦТВО В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Одним з основних завдань, які потрібно вирішувати господарюючим суб'єктам з метою досягнення цілей довгострокового виживання й стійкого розвитку, є пошук і вибір варіантів інноваційного розвитку [1]. Важливою складовою таких варіантів виступає взаємодія великої кількості середніх і малих підприємств, оптимальне їх співвідношення відносно крупних підприємств.

Зміна якості бізнесового середовища в інноваційній сфері передбачає необхідність формування нової парадигми розвитку підприємництва. Це пов'язано з недооцінкою значення підприємництва як структуроутворюючої складової економіки й визначається його високою соціально-економічною роллю, бо саме суб'єкти підприємництва (малого і середнього особливо) більш активні в інноваційній діяльності, спроможні при певній підтримці розвивати економічну конкуренцію, створювати додаткові робочі місця, насичувати ринки відповідними товарами (послугами).

Пошук і вибір варіантів ринкових можливостей суб'єктів підприємництва може бути здійснено з використанням SWOT-аналізу, в результаті проведення якого обґрунтовується доцільність розвитку певного інноваційного напрямку: глибоке проникнення на ринок, розширення меж ринку, розробка нових товарів або диверсифікація. Кожен з них може бути визначено на основі зон схеми оцінки за допомогою SWOT-аналізу:

ринкові можливості разом із сильними (або слабкими) сторонами діяльності підприємства;

ринкові загрози разом із сильними (або слабкими) сторонами діяльності підприємства.

У разі необхідності розвитку підприємництва доцільною є зона ринкових можливостей разом із сильними сторонами.

Парадигма розвитку підприємництва в сучасних умовах базується на створенні певних організаційно-економічних умов:

залучення й ефективне використання фінансових ресурсів;

фінансування цільових програм і проектів;

розробка пакетів документів для ліцензування і патентування видів підприємницької діяльності;

дерегуляція й дерегламентація економіки, які повинні здійснюватись, перш за все, на регіональному рівні, де вирішуються місцеві економічні та соціальні проблеми;

розробка принципів організації, в першу чергу, малого бізнесу;

формування узгодженої позиції суб'єктів підприємництва відносно економічного розвитку як України, так і окремих регіонів з урахуванням пріоритетних напрямків розвитку;

сприяння створенню правових і фінансово-економічних умов для розвитку підприємництва шляхом участі в розробці проектів відповідних законів, нормативно-правових актів тощо;

розширення міжнародних контактів суб'єктів підприємництва з метою залучення іноземних інвестицій, використання зарубіжних технологій та досвіду;

створення системи підготовки кадрів для підприємницької діяльності;

здійснення інформаційно-аналітичної та науково-методичної роботи, спрямованої на розвиток суб'єктів підприємництва;

створення відповідного економіко-правового механізму щодо стимулювання продуктивної приватної ініціативи;

підвищення ролі регіонів у національній економіці, базуючись на використанні аналізу результатів розвитку підприємства;

формування регіональних ринків, розвиток їх інфраструктури з урахуванням їх особливостей і можливостей використання дієвих конкурентних переваг [2];

використання податкових пільг, спрямованих на вирішення пріоритетних регіональних завдань (екологічна безпека, підвищення зайнятості тощо).

Існуючи в сучасних умовах інноваційного розвитку економіки розмаїття форм власності та підприємницьких структур обумовлює необхідність раціонального поєднання підприємств різноманітного розміру. Таке поєднання передбачає економічну доцільність на території регіону й забезпечує його комплексний, збалансований розвиток, спрямований на задоволення потреб виробництва (а також населення) регіону в якісних товарах (послугах) на основі використання нововведень, які забезпечують вимоги ресурсозбереження та охорони навколишнього середовища. Серед таких підприємств



значна увага повинна бути приділена розвитку малого бізнесу. Це пояснюється їхньою гнучкістю, швидкою пристосованістю до споживчого попиту, чутливістю до нововведень та нових технологій [3]. Саме такі підприємства потребують відповідної регіональної підтримки, яка полягає в такому:

- визначення пріоритетних напрямків розвитку кожного суб'єкта підприємництва;
- розробка необхідних заходів і ресурсів для їхньої реалізації за рахунок регіональних джерел;
- визначення ступеня участі кожного суб'єкта підприємництва в державних та регіональних програмах його розвитку.

Основними завданнями регіональної політики повинні стати: стимулювання переорієнтації малого підприємництва з торгівельно-посередницької діяльності на виробництво найбільш потрібних товарів (послуг); вигідна для регіону експортна діяльність тощо.

Література: 1. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 04.07.2002 р. №40-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – №36. – С. 266. 2. Будко М. П. Регіональні особливості економічних трансформацій в перехідній економіці. – К.: Знання України, 2005. – 476 с. 3. Комарницький І. М. Регіональна політика організаційно-економічної підтримки малих підприємств. – Львів: УРДНАН України, 2003. – 236 с.

Гордиенко Л. Ю.

УДК 334.012.61

ПРОБЛЕМЫ ТРАНСФОРМАЦИИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ТРАНЗИТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Во многих странах мира малый и средний бизнес (МСП) по численности и объемам производства занимает ведущее место, так как обеспечивает гибкость и устойчивость экономической системы, формируя значительную долю ВВП и приближая ее к потребностям конкретных потребителей, а также предоставляя рабочие места, тем самым выполняя важнейшую социальную роль, обеспечивая источник дохода для значительной прослойки населения. Так, по сведениям, приведенным в работе [1], за 2005 – 2006 годы, например, в США малый бизнес формировал 50 – 52% ВВП, в Японии – 52 – 55%, в Италии – 57 – 60%. В Украине в 2006 году малыми предприятиями реализовано продукции на 90,3 млрд грн, или 4,8% от общего объема реализации по стране. В 2007 году доля малого бизнеса уменьшилась еще сильнее – до 4,4%.

Согласно данным Госкомстата, в 2007 году в Украине действовало 324 тыс. малых предприятий, что по сравнению с 2000 годом больше почти в 1,5 раза. Однако данная цифра означает число зарегистрированных объектов, фактически же реализовывали продукцию или предоставляли услуги в 2007 не более 70% от общего их количества [1]. По сравнению же с другими странами по количеству МСП Украина значительно уступает международным и европейским показателям (таблица).

Таблица

**Количество субъектов хозяйственной деятельности
в некоторых странах Европы [2]**

Страна	Число предприятий на 1 000 граждан	Число индивидуальных предпринимателей на 1 000 граждан	Всего субъектов хозяйствования на 1 000 граждан
Эстония	49	27	76
Венгрия	47	71	118
Нидерланды	23	22	45
Хорватия	22	79	101
Латвия	22	20	42
Франция	20	22	42
Чешская Республика	18	91	109
Польша	7	72	79
Словацкая Республика	13	38	54
Украина	7	12	19

© Гордиенко Л. Ю., 2009

Второй, не менее важной проблемой МСП в Украине, которая проявилась в последние годы, является снижение числа занятых работников. Так, по данным Госкомстата [3], в 2007 году количество занятых работников на малых предприятиях Украины составило 1 748,1 тыс. лиц – это 18,4% от занятых работников в стране в целом, что на 3,8% меньше, чем в 2006 году. Перелом же в тенденции роста количества украинцев, занятых в малом бизнесе, произошел в 2003 – 2004 годах. С 1991 по 2003 годы это число неуклонно увеличивалось, а в 2004 году по сравнению с 2003 количество занятых на малых предприятиях впервые в Украине снизилось – с 2 052,2 тыс. человек до 1 978,8 тыс. (на 73,4 тыс. человек, или на 3,6%).

Важнейшая причина неудач отечественного малого бизнеса, по мнению экспертов [1; 2], заложена уже на старте и состоит в том, что украинцы, желающие заняться предпринимательством, после создания малых предприятий сталкиваются в Украине с невероятными трудностями. Так, по оценке экспертов [2], стоимость рабочего времени, потраченного МСП Украины на получение разрешений в 2006 г., составила 67 млн грн (\$ 13 млн). Эти затраты складывались из многих компонентов, среди которых: стоимость рабочей силы, которая занималась подготовкой необходимых документов; стоимость прохождения экспертизы; суммы неофициальных платежей/стоимость подарков или "бесплатно" переданных товаров и услуг и т. п.

Таким образом, на пути МСП стоят огромные бюрократические препятствия (например, для реоформления квартиры-дома в нежилой фонд под офис, магазин или кафе может понадобиться целый год и даже больше); коррупция со стороны многочисленных чиновников (преференции "своим" фирмам, "наезды" на конкурентов, взяточничество и т. п.); отсутствие долгосрочных и дорогих любых кредитов; противоречивость и нестабильность законов, постановлений, инструкций; очень высокие ставки налогов, обязательных платежей, платы за лицензии, патенты и т. д.

Литература: 1. Руденко А. Кризис поможет малому бизнесу // <http://intercredit.com.ua/5/article562>. 2. Бізнес-середовище в Україні. – К.: Міжнародна фінансова корпорація, 2007. – 108 с. 3. <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УДК 658.14

Бондаренко Т. Ю.

ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Унаслідок трансформації економічних процесів, які відбуваються останнім часом в Україні, існує проблема залучення інвестиційного капіталу в діяльність підприємств. Тому визначення інвестиційної привабливості підприємства має вирішальне значення у прийнятті інвестором рішення щодо інвестування суб'єктів господарювання. Актуальність даного питання підтверджує значна кількість праць, написаних вченими та економістами останнім часом: І. О. Бланка [1], М. І. Бондар [2], Б. І. Скворцова [3], В. М. Хобти [4] та ін. У цих працях висвітлені питання визначення та оцінки інвестиційної привабливості, напрямки її підвищення, але не достатньо повно. Тому метою даної статті є дослідження економічних аспектів інвестиційної привабливості підприємства.

Проведені дослідження довели, що, незважаючи на значну кількість праць, написаних на дану проблематику, визначення понятійного апарату інвестиційної привабливості підприємства наводиться лише декількома авторами. Так, І. О. Бланк [1] під інвестиційною привабливістю підприємства розуміє узагальнюючу характеристику переваг і недоліків окремих напрямків та об'єктів з позиції конкретного інвестора. М. І. Бондар [2] визначає інвестиційну привабливість підприємства як сукупність характеристик, що дозволяють інвестору оцінити, наскільки той чи інший об'єкт інвестицій більш привабливий за інші, а також може протистояти оцінці кредитоспроможності інвестора. За методикою інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій [5] інвестиційна привабливість підприємства – інтегральна характеристика з точки зору наявного фінансового стану, можливостей розвитку техніко-економічного та організаційного рівня виробництва, соціальної безпеки й інформаційної забезпеченості тощо.

Узагальнюючи наведені визначення, було сформульовано власне трактування даного поняття: інвестиційна привабливість підприємства – це сукупність фінансово-економічних характеристик діяльності підприємства, які визначають інвестору доцільність вкладу інвестиційного капіталу.

Важливе місце в інвестиційній привабливості підприємства займає його оцінка, яка визначається різними методами під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ, що знайшли своє відображення у працях вітчизняних вчених і економістів. Але в цих працях не при-



ділено уваги де-факторам, які стримують розвиток інвестиційної діяльності, а саме: нестабільність економічної системи країни; недосконала система розрахунків з державою та партнерами по бізнесу; недосконала законодавча база; відсутність державних програм підтримки інвестиційної діяльності та ін. Тому, на погляд автора, необхідно формувати фактори впливу на інвестиційну привабливість з поділом їх не тільки на зовнішні (рівень країни, регіону, галузі) та внутрішні (підприємства, проекту), а й на стимулюючі та де-фактори, що й буде основою для подальших досліджень.

Література: 1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент. — К.: МП "Итем ЛТД", "Юнайтед Лондон Трейд Лимитед", 1995. — 448 с. 2. Бондар М. І. Інвестиційна діяльність: методика та організація обліку і контролю: Монографія. — К.: КНЕУ, 2008. — 256 с. 3. Скворцов І. Б. Ефективність інвестиційного процесу: Монографія. — Львів, 2003. — 312 с. 4. Хобта В. М. Управління інвестиціями. Навч. посібн. — Донецьк: ДонПТУ, 2005. — 392 с. 5. Наказ Агентства з питань запобігання банкрутства підприємств та організацій "Про затвердження методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій" №22 від 23.02.98 р. // [http:// www.rada.dov.ua](http://www.rada.dov.ua).

Борсук А. М.

УДК 658

ОЦІНКА СТАНУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СИСТЕМІ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Агропромисловий комплекс – велике міжгалузеве формування, що постійно перебуває у стані розвитку. Особливої уваги потребує вдосконалення механізмів регулювання ринку зерна України. На сьогодні зернове господарство нашої держави є стратегічною і найбільш ефективною галуззю народного господарства. Оскільки нашій державі притаманні природно-кліматичні умови та родючість землі, то це, у свою чергу, дає змогу отримати високоякісне продовольче зерно в межах забезпечення внутрішніх потреб і формування експортного потенціалу.

Проблема розвитку сільського господарства нашої держави є важливою та актуальною на сьогодні. Вирішенню питань сучасного стану, в тому числі й зовнішньоекономічних відносин, загальної системи агропромислового комплексу України присвячується багато наукових робіт. У даній роботі дослідження проведені в напрямку зазначення об'єктивної необхідності у значному вдосконаленні моніторингу стану зовнішньоекономічної діяльності нашої держави як виробника сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку.

У сучасних умовах проблема продовольчого забезпечення є найбільш важливою для більшості країн світу. У структурі валової продукції аграрного сектору значне місце займає рослинництво – 57, 9% від загального обсягу відповідно. Дослідження стану зовнішньоекономічних відносин у загальній системі АПК автор проводить за 3 місяці. Такий період надасть можливість більш детально прослідкувати ситуацію експортно-імпоротної діяльності в сільському господарстві України. Так, зовнішньоекономічний обіг продукції за досліджуваний період 2007 року становив 2 289 млн дол. США, тобто 10% зовнішньоторговельного обороту держави. Досліджуючи рослинницьку продукцію, автор зазначає, що за обраний період її обсяги становили 117 366 тис. дол. США, тобто 87% до всього експорту аграрної продукції. Так, зернових було завезено на суму 229 млн дол. США, а це значить у межах 1 244 тис. т. За аналогічний період обсяги експорту тваринницької продукції становили 175 млн дол. США, тобто 13% усього експорту продукції сільського господарства.

Що стосується імпорту, то його частка в загальному обсязі зовнішньої торгівлі сільськогосподарської продукції становить 41%. У структурі основних видів аграрної продукції існує такий розподіл відсотків: риба, ракоподібні (11,75%); плоди, горіхи та цедра (10,50%); тютюн та вироби з нього (9,60%); шоколад, какао (5,80%); олія (4,87%) тощо. Обсяг імпорту продукції рослинництва становить близько 717 640 тис. дол. США, тобто 76,3% до загального ввезення сільськогосподарської продукції.

У цілому зовнішньоекономічний обіг нашої країни за 3 місяці 2007 року склав 22 427 434 тис. дол. США. Таким чином, можна зробити такі висновки. Збільшення експорту аграрної продукції відбулося за такими видами продукції: насіння олійних культур – 2,2 раза (на 59 млн. дол. США), овочі, рослини та коренеплоди – 2,5 раза (на 9 млн дол. США), борошно пшеничне – 2,8 раза (761 тис. дол. США). Зменшення вивезення продукції АПК спостерігалось за такими видами: зернові злаки, всього – на 31% (на 104 млн дол. США); плоди, горіхи та цедра – на 39% (13 млн. дол. США); масло

© Борсук А. М., 2009

вершкове та інші жири – на 83%, або на 3 млн дол. США. Аналогічно імпорт має зростаючу тенденцію за такими видами продукції: плоди, горіхи та цедра – на 22 574 тис. дол. США (30%); інші харчові продукти – на 14 743 тис. дол. США (22%), продукти переробки овочів, плодів – 10 261 тис. дол. США (24%), вироби із зерна та хлібних злаків – на 4 993 тис. дол. США (33%).

Таким чином, в Україні є необхідність у регулюванні зовнішньоекономічної діяльності АПК, а також існує потреба в постійному вдосконаленні механізмів державного регулювання в перспективі. Основними пріоритетами розвитку зовнішньоекономічної діяльності АПК мають стати подальше збільшення обсягів поставок сільськогосподарської продукції і продуктів харчування на світовий агропромисловий ринок, а також взаємне узгодження та збалансування обсягів внутрішнього виробництва, експорту й імпорту продовольства.

УДК 339.372.84:658.62

Гросул В. А.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ МЕРЕЖ НА РОЗДРІБНОМУ РИНКУ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Основним завданням, що сприятиме успішному функціонуванню сучасної української економіки, є створення ефективного підприємницького середовища, заснованого на господарських відносинах між різними ринковими суб'єктами як усередині країни, так і поза її межами.

У даний час основний потенціал українського підприємництва зосередився в торгово-посередницькій діяльності й, зокрема, на ринку продовольчих товарів. На основі проведених досліджень зроблений висновок, що основною рисою сучасного продовольчого ринку є скорочення частки відкритих ринків, витіснення старих організаційних форм за рахунок бурхливого розвитку роздрібних мереж та нових форматів (супермаркетів, гіпермаркетів, дискаунтерів). За умови посилення конкуренції на внутрішньому ринку торговельні мережі мають ряд безперечних переваг, що вже дозволили їм зайняти провідне положення в розвитку торговельного бізнесу багатьох країн з ринковою економікою.

Загальними перевагами функціонування торговельних мереж є:
просторова мобільність, що дозволяє розмістити товар відповідно до територіального розміщення сегментів цільових ринків;
асортиментна мобільність (відповідно до запитів споживачів);
ефективність у сфері диверсифікованих видів діяльності;
здатність забезпечити більш високий рівень управління за рахунок залучення кваліфікованих керівників і фахівців;
зниження витрат на одиницю товару.

Мережна технологія продовольчого роздрібно-го бізнесу приносить дохід за рахунок використання загального бренда, проведення єдиної маркетингової політики, монополізації ринку.

У ході проведеного дослідження виявлено основні тенденції розвитку продовольчих мереж за період 2004 – 2007 рр., серед яких:

- укрупнення бізнесу за рахунок збільшення торгових об'єктів та роботи в одному або декількох форматах;
- стирання локальних меж регіонального розвитку (просування мереж із "столичного" ринку в регіони);
- автоматизація процесів управління та контролю;
- зростання якості товарного асортименту на основі вивчення поведінки споживачів;
- диктат між виробниками та постачальниками;
- формування позитивного іміджу суб'єкта торгівлі за рахунок розширення переліку додаткових послуг;
- існування поряд з новими форматами торгівлі дрібного торговельного бізнесу і торгових ринків;
- активне впровадження інноваційних технологій у торговельній галузі;
- посилення уваги й активне використання гнучких цінових стратегій;
- розвиток власного виробництва та виробництва товарів під власною торговою маркою (private label).

Разом із тим політична криза в Україні, нестійкість економічної ситуації, скорочення темпів зростання економіки стримують розвиток підприємницьких бізнес-структур у роздрібній торгівлі продовольчими товарами. Потребує активізації процес формування ефективного економічного механізму саморегулювання й регулювання взаємодії державних органів на динаміку та вектор розвитку сучасних торгових форматів.



Досить серйозними проблемами, що спричиняють необхідність пошуку виходу із ситуації, що склалася, є: суттєвий дефіцит якісних торгових площ; складність отримання земельних ділянок під забудову; високі орендні ставки на торгові площі; недосконала нормативно-правова база діяльності суб'єктів підприємництва; відсутність доступу до довгострокового кредитування для більшості операторів роздрібного ринку; нерозвиненість інфраструктури споживчого ринку (включаючи будівництво та реконструкцію доріг, підтримку транспортних підприємств тощо), ненасиченість ринку цивілізованих форматів торгівлі; орієнтація на екстенсивний шлях розвитку торговельних мереж.

Вацьковски К. С.

УДК 338.43(475)

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ПОЛЬШИ

Вхождение Польши в Европейский Союз (ЕС) расширило возможности финансирования предпринимательской деятельности, в том числе за счет средств ЕС. Среди целевых программ, направленных на поддержку предпринимательской деятельности, существенное место отведено Плану развития сельского хозяйства на 2004 – 2006 гг., секторной операционной Программе реструктуризации и модернизации животноводческого сектора и развития сельских регионов на 2004 – 2006 гг., а также секторной операционной Программе рыболовства и переработке рыбы на 2004 – 2006 гг., действие которых продолжено на последующие годы. Одновременно с выполнением указанных программ в 2008 г. было начато внедрение новых мероприятий в рамках Программы развития сельских регионов на 2007 – 2013 гг. и операционной Программы развития сектора рыболовства и прибрежных рыболовецких районов на 2007 – 2013 гг. Контроль за реализацией указанных программ был возложен на Агентство реструктуризации и модернизации сельского хозяйства (АРМСХ) Польши.

В настоящее время АРМСХ в рамках указанных программ контролирует выполнение таких направлений, как модернизация сельскохозяйственных хозяйств; облегчение старта молодым аграриям; дифференциация в направлении несельскохозяйственной деятельности; увеличение добавленной стоимости основной сельскохозяйственной и лесной продукции; группы сельскохозяйственных производителей; структурные ренты; поддержка хозяйствования в горных районах и иных районах с неблагоприятными условиями; лесопосадка на сельскохозяйственных землях и прочих землях; программа охраны окружающей среды сельских районов и технической помощи.

В 2008 г. АРМСХ в рамках указанных выше направлений выплатило бенефициантам 18,3 млрд злотых (или приблизительно \$ 7 млрд.) – таблица.

Таблица

Направления реализации инструментов помощи сельскохозяйственному сектору Польши

№ п/п	Инструменты помощи	Выплаты, млн злотых
1	Выплаты по сферам – JPO +UPO, PZ, RE, Pi. Sukrowa. (JPO – единовременная выплата на сферу; UPO – дополнительная выплата на сферу; PZ – животноводческая выплата; RE – энергетические растения)	10 330,7
2	Государственная помощь	965,1
3	План развития сельского хозяйства на 2004 – 2006 гг.	291,8
4	Секторные операционные программы (2004 – 2006 гг.)	1 851,9
	Секторная операционная программа "Реструктуризация"	1 573,5
	Секторная операционная программа "Рыболовство"	278,4
5	Программа развития сельских регионов на 2007 – 2013 гг.	4 705,4
6	Операционная Программа развития сектора рыболовства и прибрежных рыболовецких районов на 2007 – 2013 гг.	55,3
7	Совместная организация рынков овощей и фруктов	91,2
8	Совместная организация рыбного рынка	0,4
	Итого	18 291,8

© Вацьковски К. С., 2009

Таким образом, вхождение Польши в ЕС расширило национальные возможности поддержки аграрного сектора, тем самым обеспечив предпосылки повышения эффективности предпринимательской деятельности в данной сфере.

УДК 332.126:330.322

Бардаков В. А.

Грецька Г. М.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Демоніполізація житлово-комунального господарства, створення ринкового конкурентного середовища шляхом залучення до управління житловим фондом альтернативних державним організаційно-правових форм підприємств малого та середнього бізнесу потребують ТЕО (таблиця).

Таблиця

Порівняльна характеристика форм організації бізнесу

Фактори впливу на вибір форми бізнесу	Форми підприємств							
	Індивідуальне підприємництво	Приватне	Господарчі товариства, об'єднання					Акціонерне
			З обмеженою відповідальністю	З додатковою відповідальністю	Повне	Командитне	Акціонерне	
Відповідальність власників	Необмежена	Обмежена	Обмежена	Обмежена внесками, майном	Необмежена	Обмежена /необмежена внесками власників	Обмежена	
Оподаткування	Фізичних осіб	Подвійне	Подвійне	Подвійне	Подвійне	Подвійне	Подвійне	
Фінансові потреби	Обмежені капіталом власника і позиками	Обмежені капіталом родини і позиками	Обмежені капіталом усіх власників і позиками	Обмежені капіталом усіх власників і позиками	Обмежені капіталом усіх власників і позиками	Обмежені капіталом усіх власників і позиками	Обмежені сумою продажів акцій	
Контроль за фірмою	Повний контроль власниками	Повний контроль власниками	Учасники обирають дирекцію	Учасники обирають дирекцію	Усі учасники здійснюють контроль	Не беруть участі в управлінні	Акціонери безпосередньо не управляють	
Можливість зміни власника	Бізнес може бути проданий власником	Фірма може бути продана власником	Зміна власника за згодою ін.учасн.	Зміна власника за згодою ін.учасн.	Зміна власника за згодою ін.учасн.	Зміна власника за згодою учасників	Продаж акцій вільний	
Уставний фонд	Мінімально не встановлений	Мінімально не встановлений	Мінімальна зарплата	Немає	Немає	Немає	1 250 мінімальних зарплат	

Від впливу організаційних і економічних факторів на вибір форми бізнесу залежить ефективність вирішення місії, цілей та завдань фірми щодо якості утримання, експлуатації, обслуговування житлових будинків, прибудинкової території, дохідність і прибутковість її діяльності.

Створення ОСББ не усуває існуючого протиріччя щодо приватної власності мешканців на квартиру й колективної власності на приміщення загального користування та прибудинкової території. По суті ОСББ до цього часу залишаються житловими кооперативами.

Щоб усунути це протиріччя та зробити мешканців ОСББ реальними співвласниками будинків і прибудинкової території необхідно провести корпоратизацію власності шляхом створення *акціонерного товариства*. Загальну власність будинку розподілити між акціонерами за акціями. Ставши акціонером, співвласник будинку одержує реальну ринкову ціну на свою частину спільного майна за



курсом акцій, які він може використати відповідно до діючого законодавства України (здати в оренду, продати і т. п.). Таким чином, власники-акціонери вже не будуть байдужі до проблем експлуатації їх реальної власності. Для управління будинком *керуюча компанія* має можливість придбати на фондовому ринку контрольний пакет акцій в акціонерів, тобто співвласників, і вже законно розпоряджатися підвалами, горищами й іншими приміщеннями та прибудинковою територією. Акціонери ж, перш ніж продавати свої акції, повинні будуть стати активними й відповідальними учасниками фондового ринку.

Вирішенням завдань житлового господарства на рівні міста (району), на погляд автора, може займатися також спеціально створена *асоціація* ОСББ. Місія асоціації полягає у забезпеченні захисту прав його членів та дотримання їхніх обов'язків, належного утримання та використання неподільного і загального майна, своєчасного надходження коштів для сплати всіх комунальних платежів, передбачених законодавством та статутними документами, тощо [1].

Функціонування приватних організацій, що управляють, житлових об'єднань повинно відбуватися відповідно до чинного законодавства на договірній основі між: власником місця і наймачем або орендарем (договір найму, оренда); власником і керуючим організацією (договір управління); організацією, що управляє, на надання окремих послуг, виконання робіт із спеціалізованими організаціями та організаціями – постачальниками ресурсів (договори з утримання і ремонту загального майна з власниками квартир) та ін. Договори повинні забезпечувати як захист прав та інтересів населення, так і інтереси організацій, що управляють, і мінімізацію їх ризиків.

Створення недержавних організацій малого та середнього бізнесу є поштовхом для розвитку *конкуренції* в житловому секторі економіки за всім спектром робіт і послуг галузі, підвищення якості, зниження цінних показників, розвитку прибуткового підприємництва.

Література: 1. Постанова КМ України від 16 лютого 1998 р. №175 "Про затвердження Положення про реєстрацію асоціацій та інших добровільних об'єднань органів місцевого самоврядування"// <http://www.kmu.gov.ua/>

Должикова А. П.

УДК 519.86

ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ФУНКЦІЇ НА РІВНІ ПІДПРИЄМСТВ

На сьогодні у практиці економічного аналізу широко використовуються методи статистичного та математичного моделювання. Простежується чіткий зв'язок використання математичних методів в управлінні підприємством з моделюванням економічних процесів. Вплив ендогенних і екзогенних факторів на діяльність господарюючих суб'єктів (та на виробництво) тягне за собою зміни більш високого рівня вимог, що зумовлені розвитком ринкових відносин. За таких умов вагомим інструментом для аналізу та прогнозування тенденцій розвитку виробництва може стати виробнича функція.

За основу економіко-математичного моделювання приймають дослідження економічних процесів, що базуються на побудові та аналізі їх об'єктів. Ці моделі відображають суттєві ознаки досліджуваного об'єкта. Виробнича функція (PF) є математичним виразом співвідношення "затрати – випуск". Проте практичного використання вона не набула. Серед незначних праць, які присвячені застосуванню виробничих функцій на підприємстві, слід зазначити роботи таких авторів, як Б. Є. Грабовецький [1], А. В. Кваско [2], О. В. Мороз [1], Л. М. Савчук [1], С. С. Шумська [3].

Мета роботи полягає в означенні та вирішенні проблем практичного застосування виробничої функції на рівні підприємства.

Практичне використання виробничої функції полягає у відображенні специфіки виробництва, тобто математичному вираженні економічної дійсності певного підприємства.

При розгляді неокласичних видів PF постає потреба чіткого розмежування факторів виробництва [4], що не є можливим за фактичними даними звітності, однопродуктовості, одностадійності виробництва, фіксованості технологій [5], заміщуваності факторів виробництва, що значно звужує коло можливих для аналізу виробництв; також постає проблема приведення кількісних характеристик до єдиної одиниці виміру. Усе це накладає значні обмеження на використання PF на конкретних виробничих підприємствах.

Якісно новою стає системна модель виробничої функції (SMPF) на основі маржинального підходу, яка знімає зазначені вище проблеми:

© Должикова А. П., 2009

$$\begin{cases} MC(t) = at^2 + bt + c, & a \neq 0; \\ AC(t) = \frac{1}{t} \int MC(t) dt, & t \neq 0; \\ Q_{opt} = Q_{trend}(t). \end{cases}$$

У даній системі MC – маржинальні витрати; AC – середні витрати; t – змінна часу (місяць, квартал, рік); Q_{opt} – оптимальний обсяг випуску товарів за даної варіації витрат на виробництво; Q_{trend} – функціональна залежність обсягу випуску товарів до відповідного періоду часу.

Таким чином, у роботі означені головні проблеми, що визначають відірваність виробничих функцій від широкого їх застосування у виробничій практиці; запропоновано альтернативу – системну модель виробничої функції (SMPF). Подальші дослідження можуть бути спрямовані на аналіз галузевих особливостей SMPF та обґрунтування значущості маржинального підходу до факторів моделі.

Література: 1. Грабовецький Б. Є. Виробнича функція як засіб вдосконалення економічних досліджень / Б. Є. Грабовецький, О. В. Мороз, Л. М. Савчук // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2006. – №2. – С. 12 – 25. 2. Кваско А. В. Оцінка і використання виробничих функцій на поліграфічних підприємствах // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №7(73). – С. 150 – 157. 3. Шумська С. С. Виробнича функція в економічному аналізі: теорія та практика використання // Економіка та прогнозування. – 2007. – №2. – С. 138 – 154. 4. Фандель Г. Теорія виробництва і витрат / Пер. з нім. під кер. і наук. ред. М. Г. Грешака. – К.: Таксон, 2000. – 520 с. 5. Уолтерс А. А. Производственные функции и функции затрат: экономический обзор // Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т. 2 / Под ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. – 292 с.

УДК 339.564 (477.54)

Демин С. С.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХАРЬКОВСКОГО РЕГИОНА

В современной экономической науке проблемам регионального экономического развития, повышения конкурентоспособности, экспортной деятельности регионов посвящены труды отечественных ученых: М. В. Жук, Л. Б. Вардомского, Е. Е. Скатерщиковой, Р. Ш. Бутаева, М. Э. Сейфуллаевой [1 – 4].

Актуальность исследования объясняется тем, что практические аспекты формирования и эффективного использования экспортного потенциала украинских регионов остаются всё ещё недостаточно изученными. Одной из причин является то, что вопросы разработки и применения комплекса мероприятий по развитию экспортного потенциала как для предприятий – участников внешнеэкономической деятельности (ВЭД), так и для региона в целом являются относительно новыми мероприятиями, практическое и эффективное внедрение которых требует высокого профессионального уровня специалистов ВЭД, а также выделения средств на эти мероприятия. Цель исследования состоит в определении основных направлений совершенствования организационно-экономического механизма развития экспортной деятельности Харьковского региона. Объектом исследования является экспортная деятельность Харьковского региона. Предметом исследования выступает совокупность организационно-экономических и коммуникационных отношений, возникающих в процессе реализации экспортного потенциала Харьковского региона.

На сегодняшний день в стране нет программы (а соответственно и развитой инфраструктуры), которая систематизировала региональные мероприятия, направленные на продвижение и поддержку отечественного экспорта.

На региональных уровнях существенный экономический эффект, по мнению автора, создаст организация (например, на базе областных управлений внешнеэкономических связей с



общей координацией их работы управлением развития экспортного потенциала Министерства промышленной политики Украины) высокопрофессиональных рабочих групп сервисной поддержки экспорта, осуществляющих системный и последовательный подход к мероприятиям по развитию экспортного потенциала предприятий региона по следующим направлениям:

- диагностика экспортного потенциала предприятия;
- разработка стратегии экспорта и сопровождение ее реализации;
- поиск экономически выгодных поставщиков, инвестиционных возможностей для предприятия;
- составление подробных анализов рынка стран ЕС, представляющих интерес для сбыта отечественной продукции, инвестирования;
- ознакомление региональных предпринимателей со спецификой работы в различных регионах мира, организационная поддержка харьковских компаний при выходе на зарубежные рынки;
- размещение информации о предприятии в международных деловых сетях и базах данных;
- подготовка предприятия к внедрению системы менеджмента качества и к сертификации по международным стандартам;
- содействие в привлечении международных (International Trade Centre, Швейцария) экспертов (консультантов);
- ввод в действие электронного портала информационной поддержки для потенциальных экспортёров региона: создание базы данных по странам и секторам рынка со статистическими и аналитическими данными, контактами, маркетинговой, правовой информацией.

Таким образом, во-первых, усовершенствование регионального организационно-экономического механизма экспортной деятельности имеет существенное значение для развития экспортно-образующих предприятий региона, а равно и повышения его конкурентоспособности.

Во-вторых, успешный выход предприятий Харьковского региона на мировой рынок, для которого сегодня характерны возрастающие риски и неопределенность, особенно в условиях мирового кризиса, во многом определяется тем, насколько качественно и эффективно менеджмент региональных предприятий сможет использовать комплекс разработанных мероприятий по развитию экспорта.

В-третьих, организационно-экономический механизм формирования экспортного потенциала региона должен быть единой, слаженно работающей системой, состоящей из разнообразных составляющих, ориентирующих экспортно-образующие предприятия Харьковского региона как субъектов конкурентной борьбы на активные, фактически атакующие действия по удержанию имеющихся и завоеванию новых позиций на зарубежных рынках.

В-четвертых, для поддержания и развития конкурентоспособности региона необходим постоянно действующий и обновляемый в соответствии с изменяющимися требованиями мирового рынка комплекс мероприятий, направленных на расширение географической структуры экспорта, увеличение его объемов, с укреплением рыночных позиций и удержанием симпатий потребителей внутреннего и зарубежного рынков.

Литература: 1. Жук М. В. Экспортний потенціал регіону. Теорія, методологія, практика. – Чернівці: Рута, 2002. – 200 с. 2. Вардомский Л. Б. Внешнеэкономическая деятельность регионов России: Учебн. пособ. для вузов / Л. Б. Вардомский, Е. Е. Скатерщикова. – М.: Изд. АРКТИ, 2002. – 320 с. 3. Нагдиев С. А. Экспортный потенциал экономики Республики Дагестан / С. А. Нагдиев, Р. Ш. Бутаев, А. А. Асаилов. – Махачкала, 2001. – 194 с. 4. Сейфуллаева М. Э. Маркетинговая составляющая регионального развития // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – №5. – С. 39 – 41.

Дзьобко І. П.

УДК 658.7

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РЕАЛІЗАЦІЇ ЛОГІСТИКО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ПОТОКОВИМИ ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах глобалізації та інтеграції, з одного боку, та в умовах кризи – з іншого, проблеми вдосконалення економічного механізму підприємницької діяльності набувають більшої актуальності.

© Дзьобко І. П., 2009

Одним із дієвих інструментів, здатних істотно підвищити ефективність функціонування вітчизняних підприємств у сучасних умовах, є впровадження логістико-орієнтованого підходу до управління [1], який передбачає використання теорії взаємного відображення та відповідності потокових процесів, трансформованій на засадах логістики, що дозволяє цілеспрямовано впливати на просторово-часове балансування потокових процесів промислових підприємств [2].

Поняття відображення потокових процесів містить одночасно єдність взаємодії й відповідності потокових процесів. Відповідність припускає обов'язковий зв'язок параметрів існуючих матеріально-фінансових потоків підприємства відповідним оптимальним (нормативним) значенням. Ключовим аспектом відповідності потокових процесів є тимчасова відповідність фінансового потоку матеріальному. Виходячи з цього, критерієм відповідності потокових процесів повинен бути час запізнювання. Сам факт наявності часу запізнювання означає, що повної відповідності бути не може, більш того, воно економічно недоцільно з позиції значних витрат на його забезпечення.

Загальна схема реалізації логістико-орієнтованого підходу до управління потоковими процесами підприємства наведена на рисунку.

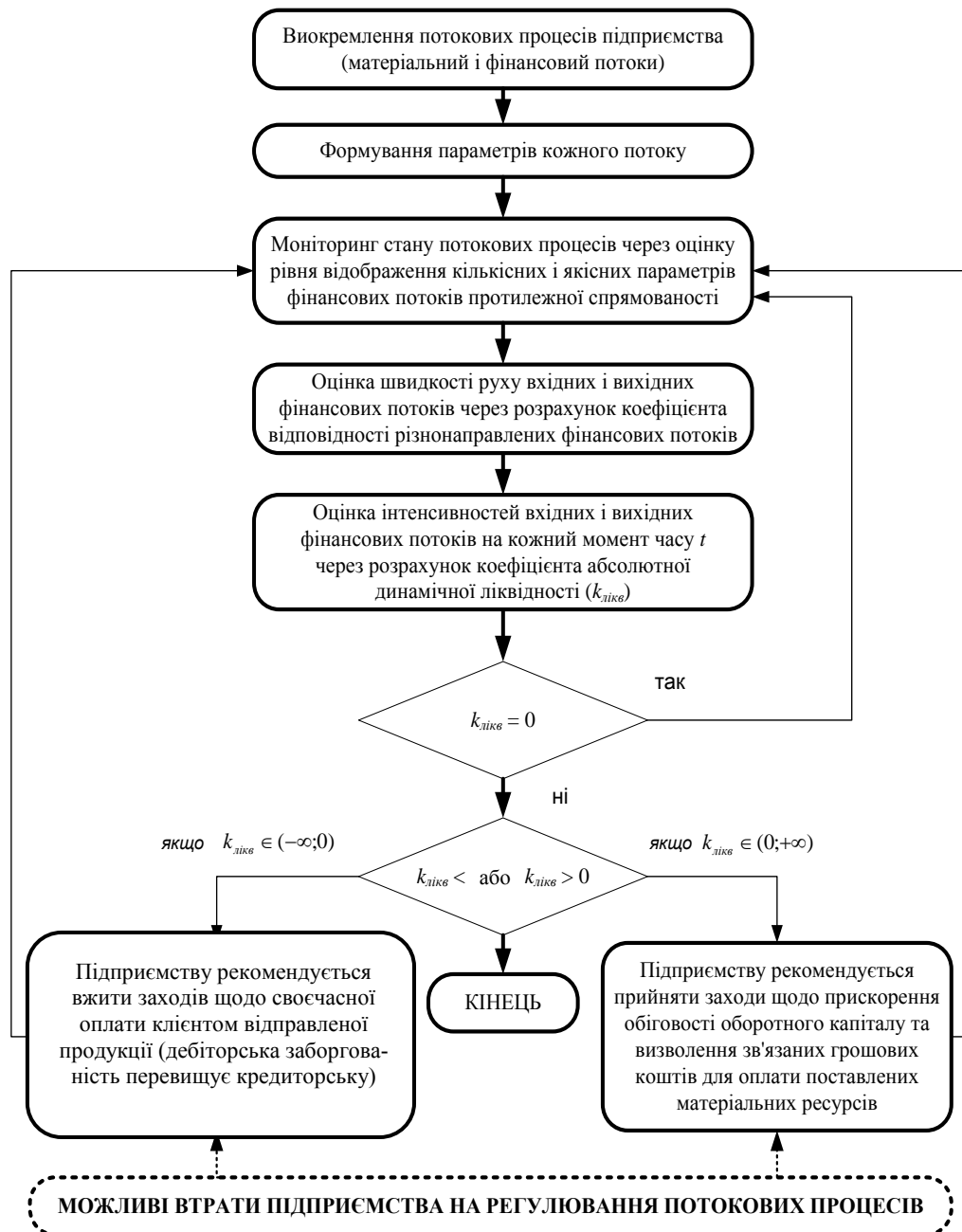


Рис. Алгоритм реалізації логістико-орієнтованого підходу до управління підприємством



Отже, завдання реалізації логістико-орієнтованого підходу до управління потоковими процесами зводиться до визначення оптимального часу запізнювання, що дозволить ідентифікувати оптимальний матеріально-фінансовий потік.

Література: 1. Бутрин А. Г. Потокowe процессы промышленного предприятия. – Челябинск, 2001. – 156 с.
2. Дыбская В. В. Логистика: Учебник / В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, В. И. Сергеев, А. Н. Стерлигова; [Под ред. В. И. Сергеева. – М.: Эксмо, 2008. – 944 с.

Лепейко Т. І.

УДК 334.7

Чістяков А. С.

ПРОБЛЕМИ РОЗБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В СУБ'ЄКТАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Сьогодні очевидно, що підприємства для виживання на ринку і збереження конкурентоспроможності повинні час від часу вносити зміни до своєї господарської діяльності. Більш того, потреба у змінах почала виникати настільки часто, що їх вплив на життєвий цикл підприємства вже не розглядається як виняткове явище. У практиці і наукових дослідженнях таких вчених, як І. Ансофф, В. Геєць, В. Герасимчук, П. Друкер, З. Миколайчик, В. Пономаренко, А. Дж. Стрікленд, А. А. Томпсон та інших усе більше уваги приділяється аналізу методів і організаційним можливостям управління змінами ("менеджменту змін").

Концепція управління змінами охоплює всі заплановані, організовані й контрольовані зміни в галузі стратегії, виробничих процесів, структури та культури будь-якої соціально-економічної системи, включаючи приватні і державні підприємства. "Менеджмент змін" займається специфічними питаннями управління підприємством, включаючи організаційні, кадрові, комунікаційні та інформаційні аспекти.

Безліч інформації про конкретні види діяльності організації є лише невеликою частиною всіх інформаційних потреб підприємства. У більшості випадків тут проблем не виникає. Справжні труднощі з'являються при необхідності стежити за змінами ситуації [1]. Ресурси будь-якої організації постійно знаходяться у стані руху. У будь-який момент часу в наявності є більша або менша кількість товарних запасів, готівки, прибуткових і витратних рахунків. Організація звільняє працівників і наймає нових. Освоєння нової технології може привести до зміни швидкості, з якою споживається сировина й випускається готова продукція. Якщо зовнішнє середовище мінливе, то життєво важливі для організації події можуть відбуватися з приголомшуючою швидкістю. І тому слід погодитися з думкою, що наведена в джерелі [1]: якщо керівництво підприємства вчасно не отримуватиме інформацію про ці зміни, наслідки можуть бути просто згубними.

Отже, питання, чи впорається з цим потоком інформації, в тому числі в умовах здійснення організаційних змін, щоб забезпечити ефективне управління цим процесом, відповідне інформаційне забезпечення (ІЗ) та інформаційно-управляча система (ІУС), і є метою даної роботи.

Ефективність застосування інформаційних систем управління економічними об'єктами (підприємствами, банками, торговельними організаціями, державними установами тощо) залежить від широти охоплення й інтегрованості на їх основі функцій управління, від здатності оперативно підготувати управлінські розв'язки й адаптуватися до змін зовнішнього середовища та інформаційних потреб [2].

У той же час однією з головних причин невдач багатьох проектів зі створення великомасштабних систем ІСУ є відсутність таких моделей. Тому при розбудові ІЗ управління змінами в суб'єктах господарювання при вирішенні цієї проблеми доцільно використовувати програмні засоби моделювання, які дозволяють відображати результати моделювання проблемної області в репозиторії – сховищі метайнформації про проект, що використовується на всіх наступних етапах розробки проекту. До таких програмних засобів відносяться або Case-засоби, наприклад, Oracle Designer, Silverrun, Natural Engineering Workbench, Rational Rose та інші, або

© Лепейко Т. І., Чістяков А. С., 2009

модельно-орієнтовані засоби компонентного проектування, наприклад, Business Engineer (SAP), Enterprise Modeler (Baan), або спеціалізовані засоби, які дозволяють експортувати моделі в Case-засоби, або модельно-орієнтовані засоби компонентного проектування, наприклад ARIS Toolset.

Література: 1. Живаева О. В. Трансформация информационно-управляющей системы // <http://www.smartcat.ru/Management/Ledgers1.shtml> 2. Вендров А. М. Проектирование программного обеспечения экономических информационных систем: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 544 с.

УДК 005.57

Мандзюк М. М.

РОЛЬ ВНУТРІШНІХ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

У сучасних умовах глобальної економічної кризи українські підприємства постали перед складним вибором засобів її подолання та стратегії подальшої діяльності на ринку.

Для помітного підняття ефективності діяльності підприємства найбільш раціональним кроком є перенесення центру ваги в управління комунікаційною політикою всередині організації. Саме тому проведення дослідження процесу обміну інформацією на мікро- та макрорівнях діяльності промислового підприємства в сучасних умовах є актуальним.

Широке коло питань, пов'язаних з дослідженням впливу якості комунікативної політики на ефективність функціонування підприємства, базується на працях багатьох вітчизняних і закордонних вчених. У галузі побудови та організації комунікацій треба визначити праці У. Вівера, В. Іноземцева, Г. Мінцберга, М. Мескона, Г. Назарової, Л. Седової.

Однак досі не дослідженими повною мірою залишились питання про роль внутрішніх комунікацій в управлінні організацією, тому метою дослідження є теоретичне обґрунтування необхідності побудови внутрішньої комунікаційної політики на українських підприємствах.

Комунікації – це обмін інформацією, на основі якого одержують інформацію, необхідну для прийняття ефективних рішень та їх реалізації. Внутрішні комунікації класифікуються на міжрівневі, між різними підрозділами, керівник – підлеглий, керівник – робоча група, неформальні [1]. Якщо комунікації налагоджені погано, управлінські рішення можуть виявитися помилковими.

Інноваційний погляд на адміністративні комунікації висловила американська вчена К. Локер. З її точки зору, виділяються різні способи та види спілкування залежно від: важливості проблематики, що розглядається, рівнів і компетенцій учасників комунікаційного процесу – від e-mail листування та спілкування по телефону до організації офіційних прийомів з презентаціями обопільних програм [2].

Комунікації є сполучним процесом у менеджменті підприємства. Тому якість обміну інформацією прямо впливає на ступінь реалізації цілей. Це визначає необхідність ефективних комунікацій.

Саме тому 73% американських, 63% англійських і 85% японських вчених вважають недостатньо ефективні комунікації головною перешкодою на шляху досягнення цілей. Згідно з опитуванням 250 тис. працівників 2 000 різних організацій, обмін інформацією становить одну із найскладніших проблем в управлінні [1].

На жаль, статистика говорить, що ефективність комунікацій різна. Дані закордонних досліджень показують, що результативність горизонтальних зв'язків досягає 90%, вертикальних – лише 20 – 25%, при чому найближчий начальник робітників, залишаючи кабінет першого керівника підприємства, виносить тільки 30% інформації, а керуючий цехом – близько 40%. Комунікації знизу вгору ще більш неефективні, тому що до начальства доходить не більше 10% інформації. Інакше кажучи, виконавці здатні реалізувати свої функції, володіючи лише п'ятою частиною призначеної їм інформації [3].

У сучасних умовах українським підприємствам потрібно приділити особливу увагу якості інформації. Тому подальшого практичного розвитку потребує побудова правильної комунікаційної політики, що вбереже не тільки від втрат інформації, а й від хибних управлінських рішень та банкрутства підприємства в цілому. Виходячи з цього, теоретичного розгляду та аналізу потребують сучасні підходи до вдосконалення комунікацій в управлінських системах, способів підвищення передачі інформації засобами комунікацій, а також визначення важливої для передачі інформації.

Література: 1. Кукулевская С. И. Современные коммуникации: теория вопроса // Культура народов Причерноморья. — 2004. — №49. — Т. 1. — С. 91 – 93. 2. Locker K. O. Business and administrative communication.— The McGraw-Hill Companies, Inc, 2000. – 694 p. 3. Бахарев А. Р. Коммуникации внутри компании: какими методами можно добиться их эффективности? // www.kadrovik.ru

© Мандзюк М. М., 2009

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У КОНТЕКСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У рамках розвитку диверсифікації діяльності на сучасних промислових підприємствах усе більшого поширення набуває здійснення підприємницької діяльності, окрім основного виду робіт, що надає підприємству ряд переваг. Успішність його організаційної діяльності нерозривно пов'язують з ефективністю, а оскільки діяльність здійснюється персоналом, то доцільно розглянути ефективність управління персоналом, що є запорукою високих результатів та успіху підприємства і, зокрема, підприємницької діяльності.

У зарубіжній та вітчизняній економічній науці накопичений багатий досвід стосовно вивчення процесів управління персоналом на підприємстві, формування ефективного механізму управління персоналом тощо.

Оцінка ефективності управління персоналом є складним багатоаспектним питанням. У загальному вигляді ефективність управління персоналом можна ототожнювати з успішністю підприємства під час здійснення персоналом зусиль для досягнення певної мети. У вітчизняній практиці віддається перевага вимірюванню ефективності за такими групами, як економічні, соціальні, соціально-економічні, інноваційно-інвестиційні та організаційні показники. Організаційна ефективність включає до свого складу: ефективність планування й контролю; ефективність мотиваційної діяльності; ефективність організаційної діяльності, а також визначає досконалість основних функцій управління [1; 2].

Якість та ефективність є головними критеріями оцінки управлінських рішень. Розробка та реалізація саме якісних й ефективних рішень є запорукою подальшого успішного функціонування того чи іншого підприємства. При цьому розрізняють чотири випадки: 1) якість відповідає ефективності, й таке рішення позитивно впливає як на окрему галузь, так і на діяльність підприємства в цілому; 2) розроблене рішення є якісним, але воно неефективне. Тоді, незважаючи на якість, його реалізація не принесе користі підприємству, а може мати й негативні наслідки; 3) рішення є ефективним, але неякісним. Така ситуація зустрічається дуже рідко, але вона має місце. Подібне рішення виявляється корисним і його реалізація має позитивні наслідки; 4) рішення є і неякісним, і неефективним. Це найгірший випадок, і наслідки від реалізації таких рішень є дуже небезпечними та можуть спричинити велику шкоду діяльності підприємства. Тому слід дуже уважно ставитися до розробки та обґрунтування рішень, щоб не допустити виникнення подібної ситуації [3].

Ефективність роботи з кадрами зумовлює цілісність розгляду проблеми оцінки ефективності управління персоналом, яка ґрунтується на побудові взаємопов'язаної системи оцінок: кадрових рішень, що приймаються всіма управлінцями; ефективності роботи кадрової служби організації; персоналу [4].

Управління персоналом є самостійним набором специфічних функцій, які на підприємстві виконують, як правило, спеціалізовані структурні підрозділи, а також виступає у вигляді технологій і процедур, пов'язаних із роботою з людьми. Класифікація методів управління персоналом за ознакою належності до конкретної функції управління персоналом дозволяє побудувати їх у технологічну послідовність усього циклу роботи з персоналом. За цією ознакою виділяють методи: найму та оцінки персоналу; соціалізації та професійної адаптації персоналу; мотивації трудової діяльності; організації систем навчання та підвищення кваліфікації; управління охороною та безпечністю праці; управління розвитком персоналу; вивільнення персоналу.

Таким чином, ефективність функціонування підприємства і підприємницької діяльності залежить від наявності досконалих організаційних механізмів, до яких, у першу чергу, слід віднести механізм управління персоналом, головним складовим якого є технологія управління персоналом.

Література: 1. Гавкалова Н. Л. Соціально-економічний механізм ефективності менеджменту персоналу: методологія та концепція формування. Наукове видання. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 400 с. 2. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 638 с. 3. Лазаренко Л. В. Розробка та обґрунтування управлінських рішень в ринкових умовах: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.02. – К.: Укр. акад. аграр. наук, Інститут аграр. економіки, 2001. – 20 с. 4. Управление персоналом, оценка эффективности: Учебн. пособ. для вузов / Под ред. Ю. Г. Одегова, Л. В. Каргашова. – М.: Экзамен, 2002. – 256 с.

ЕЛЕКТРОННІ ЗАКУПІВЛІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Електронні закупівлі виконують як завдання розповсюдження сучасних способів передачі інформації і впровадження електронного документообігу з метою скорочення транзакційних витрат у цілому, так і роль інноваційної стратегії досягнення глобальної конкурентоспроможності підприємства.

У даний час електронні закупівлі розглядаються як: 1) стратегія інноваційного розвитку підприємства; 2) інформаційно-логістична діяльність, що забезпечує повний замкнутий цикл закупівель на основі електронного документообігу; 3) кероване клієнтами виконання замовлення на основі мережної інтерактивної взаємодії з постачальником; 4) мережна взаємодія в режимі онлайн, включаючи співпрацю розробників, користувачів і покупців; здійснення в автоматичному режимі: потоку узгоджень; передачі права власності на товар; доставки інформаційних товарів; фінансових потоків [1; 2].

Електронні закупівлі виконують такі функції:

формування технологічної платформи швидкого реагування;
перехід від планування закупівель на основі прогнозування до організації закупівель на основі реагування;
формування системи закупівель як системи реагування на будь-які, а не тільки вірогідні стани ринку;

взаємодія з постачальником (сумісне користування (володіння) активами, мережею збуту, технологічними і концептуальними розробками, розробка інтегрованих рішень про закупівлі і постачання).

Функціонально специфіка електронних закупівель полягає в тому, що комерційний цикл (замовлення товару, проведення платежів, участь у контролі доставки товару) здійснюється на основі електронного документообігу, віртуально, без фізичного контакту між продавцем і покупцем, забезпечуючи: організацію й контроль усіх ланок логістичного ланцюга (онлайн-переговори; онлайн-угоди; офлайн-операції; онлайн-поставки; офлайн-постачання), а також сервісне обслуговування на основі відповідності загальним сучасним логістичним критеріям швидкого реагування, мінімуму збоїв, мінімуму запасів, максимальної консолідації потоків, тотальної якості.

Перспективний потенціал електронних закупівель розкривається не в разових закупівлях онлайн, а як програма інноваційного розвитку через взаємний трансфер досліджень, розробок і ноу-хау з постачальниками та формування віртуального підприємства.

Ефективність електронних закупівель має на увазі кращий контроль над ланцюгом поставчань, підвищення якості закупівельних рішень усередині організації, що виражається в такому:

забезпечується централізований контроль за витратами матеріальних ресурсів, витрачанням коштів на їх закупівлю у постачальників, матеріальних запасів;

відбувається уніфікація у виробництві асортименту і, як наслідок, скорочення позицій, закупівель і запасів;

ефект акумуляції потреби підрозділів приводить до укрупнення замовлень постачальникам, що сприяє отриманню знижок з оптових цін і тарифів з транспортування, а зростаюча стабільність споживання дає можливість укладати довгострокові контракти з постачальниками, проводити з ними сумісні заходи, спрямовані на поліпшення якості продукції, яка поставляється;

підвищується оборотність обігових коштів, запасів, скорочуються транспортно-закупівельні витрати;

створюються можливості для виділення неосновної діяльності у спеціалізовані господарські структури або передачі її на аутсорсинг, що сприяє фінансовому оздоровленню й підвищенню ефективності і конкурентоспроможності підприємства.

Для українських підприємств на сучасному етапі розвитку вкрай важливо використовувати сучасні методи закупівель, які дають змогу зменшувати витрати коштів та часу.

Література: 1. Вуд Джонсон Джеймс. Современная логистика: Пер. с англ. / Джонсон Джеймс Вуд, Дональд Ф. Вордлоу. – 7-е изд. – М.: Вильямс, 2002. – 624 с. 2. Райнов М. В. Плюсы и минусы виртуальной торговли // Современные аспекты экономики. – 2006. – №13. – С. 14 – 19.

ОБҐРУНТУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БРЕНДА ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних ринкових умовах від рівня активності промислових підприємств у сфері формування та розвитку власного бренда залежить прибутковість їх діяльності, яка зростає внаслідок ефективного просування й розподілу продукції, підвищення лояльності споживачів, а також можливості залучення додаткових інвестиційних ресурсів. Економічна ефективність формування та використання бренду підприємства залежить від створеного ним іміджу на ринку, який оцінюється як підприємством на основі динаміки власних економічних результатів діяльності, так і іншими зацікавленими в торговій марці підприємства суб'єктами зовнішнього середовища.

Робота присвячена теоретичному обґрунтуванню системи показників для проведення комплексної оцінки економічної ефективності бренду підприємства на базі існуючих теоретичних досліджень в області брендингу провідних зарубіжних та вітчизняних вчених [1 – 4], а також методичних підходів, які використовуються в теорії економічного аналізу [5].

Для проведення комплексної оцінки економічної ефективності бренду підприємства пропонується система показників, яка поділяється на дві складові оцінювання: внутрішню та зовнішню [6]. Суб'єктами оцінки внутрішньої економічної ефективності бренду виступають власники підприємства і персонал, тому запропоновані для оцінювання показники повинні відображати важливі для зацікавлених суб'єктів результати діяльності, а саме: для підприємства – темп приросту обсягів реалізації продукції; абсолютний приріст чистого прибутку, отриманого підприємством за рахунок зусиль на створення та підтримку бренду; рентабельність витрат на створення й підтримку бренду підприємства; темп приросту відсотків дивідендів, отриманих власниками; для персоналу – кількість створених нових робочих місць; темп зростання середньої оплати праці на підприємстві; коефіцієнт обороту персоналу з прийняття; плинність кадрів.

Серед показників оцінки зовнішньої економічної ефективності для суб'єктів ближнього оточення доцільно використовувати: темп зростання кількості клієнтів підприємства; питому вагу кількості замовлень від постійних клієнтів у загальній кількості замовлень періоду; рівень задоволеності споживачів продукцією [7]; ступінь лояльності споживачів торговій марці [7]; темп зростання обсягів зовнішніх інвестицій; рентабельність інвестованого капіталу; темп зростання кількості дилерів і дистриб'юторів підприємства; питому вагу продукції у загальному обсязі продукції, яка реалізується через кожного з посередників; частку на ринку підприємства; відносну частку ринку підприємства порівняно з найсильнішим конкурентом.

Для оцінки ефективності бренду підприємства суб'єктами далекого зовнішнього оточення пропонуються такі показники: темп зростання надходжень від підприємства в державний бюджет; темп зростання надходжень від підприємства в місцевий бюджет; темп приросту загальної суми витрат на маркетинг і рекламу; темп приросту витрат на розміщення інформації про підприємство в засобах масової інформації; темп зростання обсягів фінансування з різних фінансових структур.

Практичне використання системи показників для оцінювання економічної ефективності бренду дозволить отримати узагальнюючу оцінку ефективності бренду й визначити основні напрямки його розвитку з урахуванням зв'язків між економічною і соціальною ефективностями, методичний підхід до оцінювання якої є предметом подальших наукових досліджень.

Література: 1. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Пер. с англ. – М.: Вершина, 2007. – 448 с. 2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2004. – 800 с. 3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. с англ. под ред. Л. Волковой, Ю. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 752 с. 4. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади: Монографія. – 2-ге вид. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2004. – 488 с. 5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебн. пособие. / Г. В. Савицкая. – Мн.: Новое знание, 2001. – 704 с. 6. Тімонін К. О. Складові оцінювання ефективності бренду підприємства: економічна та соціальна // Управління розвитком. – 2008. – №17. – С. 199. – 201. 7. Тімонін О. М. Технічне переозброєння підприємства на основі концепції маркетингу: Монографія / О. М. Тімонін, К. В. Ларіна. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2008. – 256 с.

КРИТЕРИИ ОТБОРА ПЕРСОНАЛА НА РУКОВОДЯЩУЮ ДОЛЖНОСТЬ

Актуальность темы обусловлена тем, что рыночная экономика требует усиления способности предприятий работать эффективно в условиях перманентных изменений внутренней и внешней среды, в то время как данная проблема имеет недостаточно разработанный инструментарий и решения.

Проблема повышения эффективности управления персоналом рассматривается разными учеными: А. Я. Кибановым, Д. Жувом, В. Р. Весниным, И. Ю. Плешиним, В. А. Савченко, В. А. Спиваком, Т. Ю. Базаровым, Е. В. Масловым, А. Н. Коулум [1 – 4], но многие вопросы управления персоналом решены не в полной мере.

Целью работы являются теоретическое обобщение, разработка методических подходов и практических рекомендаций к управлению процессом отбора персонала на руководящие должности.

Любая компания, рассчитывающая на долговременное успешное функционирование, должна заниматься кадровым планированием, которое предполагает определение числа работников, необходимых для достижения установленных целей, и выявление их квалификационного потенциала. Существует значительная разница в методах и критериях отбора персонала в зависимости от величины компании и характера деятельности.

Критерии отбора персонала для организации напрямую зависят от ценности работника. Общие критерии отбора представлены на рисунке.

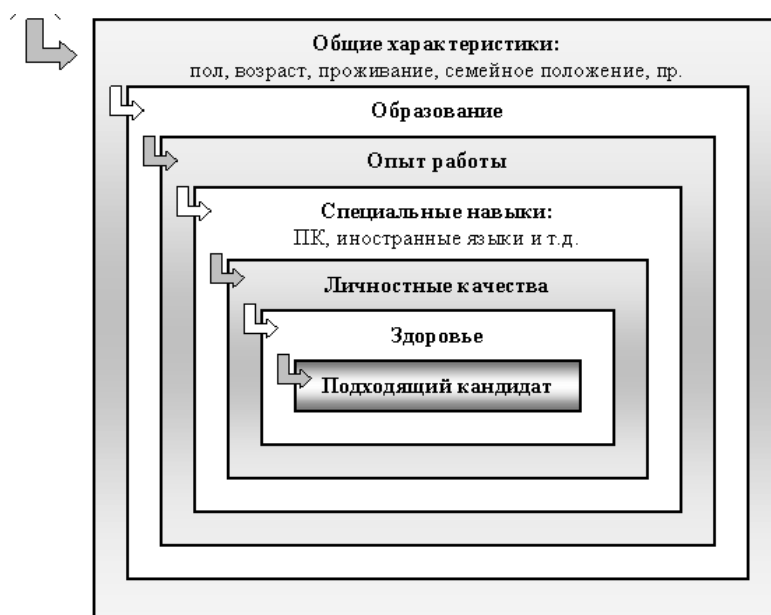


Рис. Общие критерии отбора персонала

Так, наименьшие требования предъявляются к специалистам низкой квалификации, которых в любой момент можно заменить. Вряд ли мелкие и средние компании будут затрачивать много сил и средств на тестирование и тщательный отбор квалифицированных сотрудников, которые в избытке представлены на рынке труда или могут быть обучены необходимым профессиональным навыкам силами самой фирмы. Совсем другая методика применяется при отборе высококлассных специалистов, способных за счет своих уникальных знаний и личных качеств создавать для фирмы дорогостоящие продукты. К данной категории относятся генеральные и коммерческие директора, топ-менеджеры, главные бухгалтеры, ведущие инженеры-проектировщики и др. Именно для перечисленных категорий кандидатов создаются тесты, деловые игры, проводятся многократные собеседования, а впоследствии подобные приемы отбора переносятся на остальных сотрудников, работающих на данном предприятии.



К дорогостоящим управленцам современные работодатели предъявляют следующие требования: высшее образование, желательно экономическое, но возможно и техническое, обязательное знание программ управления персоналом и оптимизации работы предприятия; желательно свободное владение персональным компьютером; опыт работы по специальности от трех до пяти лет, допустим стаж работы на другой управленческой должности, важно, чтобы человек владел технологией процесса администрирования; усвоение целей организации для создания и поддержания ее рейтинга и престижа, способность сформировать наиболее эффективную производственную структуру и добиться максимальных результатов в работе; готовность за высокую заработную плату работать ненормированный рабочий день; планирование карьерного роста и профессионального развития; коммуникабельность, честность, порядочность, деловитость.

В дальнейшем руководителям, желающим выработать наиболее эффективные критерии отбора соискателей на вакантные должности, можно дать некоторые рекомендации. Поиск перспективных сотрудников необходимо осуществлять не в пожарном порядке, чтобы заполнить открывшуюся вакансию, а постоянно. В мелких и средних фирмах обычно человека подбирают под определенную должность, а в солидных организациях для квалифицированного специалиста всегда готовы создать вакансию, ибо упускать его в силу укомплектованности штата — непростительная роскошь. Такой работник окупит вложенные затраты, а при реструктуризации всегда легко впишется в штат. Прежде чем давать объявление о приеме на работу, нужно тщательно изучить внутренние резервы фирмы. Не исключено, что нужный сотрудник уже давно работает рядом с вами. Не следует пренебрегать многократными собеседованиями и тестами, поскольку они помогают отсеивать непригодных кандидатов.

Литература: 1. Плешин И. Ю. Управление персоналом. — СПб.: Питер, 2002. — 325 с. 2. Савченко В. А. Управление развитием персонала: Учебн. пособ. — К.: КНЭУ, 2002. — 194 с. 3. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия. — М.: Экзамен, 2000. — 360 с. 4. Коул А. Н. Организация и психология управления персоналом: Учебн.-метод. пособ. — К.: МАУП, 2002. — 832 с.

Сотник І. М.

УДК 005.13-027.22..502.174.502.15(477)

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОЛОГО- ЕКОНОМІЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ МОТИВАЦІЇ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Відповідно до робіт [1 – 3] ресурсо- та енергозбереження проголошені пріоритетними напрямками державної економічної політики України. Поряд з цим результативність її проведення стосовно ресурсозберігаючої діяльності є досить низькою з огляду на незначні темпи реалізації наявного ресурсозберігаючого потенціалу в державі. Дослідження вітчизняних вчених, зокрема, М. П. Ковалка, А. К. Шидловського, М. А. Хвесика, А. В. Праховника, Л. Г. Мельника та інших, свідчать про те, що проблеми впровадження ресурсозберігаючих заходів в Україні носять, насамперед, організаційно-економічний характер та можуть бути вирішені за рахунок активного застосування еколого-економічних важелів впливу. Отже, формування напрямків удосконалення еколого-економічного інструментарію мотивації ресурсозбереження в Україні та відповідного комплексу рекомендацій визначило завдання даного дослідження.

У сучасних умовах головним завданням реформування організації та мотивування ресурсозберігаючої діяльності в нашій державі повинне стати створення економічно сприятливого середовища для реалізації ресурсозберігаючих заходів суб'єктами господарювання. Його формування потребує активного залучення у практичну економічну діяльність таких найбільш важливих еколого-економічних інструментів мотивації ресурсозбереження: 1) *цінового регулювання*, яке має містити цінове стимулювання, гарантії та програмування споживання й виробництва ресурсів; 2) *митного регулювання* ресурсозберігаючої діяльності; 3) *інвестиційно-фінансового забезпечення* ресурсозбереження; 4) *податкових важелів* регулювання ресурсовикористання; 5) удосконалення *системи платежів за ресурси*. Для того щоб вказані еколого-економічні інструменти запрацювали на повну силу, на погляд автора, необхідно паралельно на всіх рівнях господарювання вести роботу з таких напрямків (таблиця).

© Сотник І. М., 2009

Напрямки забезпечення активізації впливу еколого-економічних важелів мотивації ресурсозбереження

Напрямок	Зміст заходів
Удосконалення законодавчо-правової і нормативної бази ресурсозбереження	<p>формування та багатоступеневий контроль за дотриманням системи стандартів ресурсо- та енергоефективності з поступовим посиленням їх норм і запровадженням адміністративної й економічної відповідальності за порушення стандартів;</p> <p>запровадження практики періодичних аудитів з ресурсозбереження (в тому числі обов'язкових для бюджетних організацій для обґрунтування доцільності діючих норм ресурсовитрат та їх зміни, а також підприємств житлово-комунального сектору при обґрунтуванні підвищення тарифів на свої послуги);</p> <p>запровадження екологічної сертифікації та ліцензування у сфері ресурсовикористання й ресурсозбереження, спрощення процедур ліцензування й сертифікації вітчизняного й імпортного (в разі відсутності українських аналогів) ресурсозберігаючого устаткування за відповідності його міжнародним стандартам, введення маркування продукції щодо дотримання вимог ресурсозбереження;</p> <p>обмеження монополізму в ресурсному секторі, сфері виробництва й обслуговування ресурсозберігаючих техніки і технологій, стимулювання розвитку конкурентного середовища шляхом формування чіткого правового поля для функціонування підприємств та організацій, що надають послуги (консультаційні, інжинірингові тощо) з ресурсозбереження;</p> <p>правовий захист інтелектуальної власності у сфері ресурсозбереження;</p> <p>законодавче закріплення еколого-економічного стимулювання ресурсозберігаючої, в тому числі інноваційної, діяльності, відповідне узгодження нормативних, законодавчих актів, резервування коштів на цілі ресурсозбереження в бюджетах різних рівнів, удосконалення інвестиційного законодавства;</p> <p>установлення власника ресурсів на кожному етапі їх руху, забезпечення рівної відповідальності за втрати власника ресурсів та власника транспортної системи, якою вони переміщуються;</p> <p>відміна законодавчих пільг з оплати спожитих ресурсів, заміна їх, у разі необхідності, адресною допомогою</p>
Розвиток інноваційної діяльності з боку держави та місцевих органів влади	<p>економічне стимулювання активізації вітчизняної інноваційної діяльності з метою створення нових зразків високоефективних ресурсоощадних техніки і технологій з прийнятним ціновим рівнем;</p> <p>державне сприяння розвитку інноваційної інфраструктури (бізнес-інкубаторів, технопарків тощо)</p>
Формування системи державних і регіональних, місцевих програм ресурсо- та енергозбереження	<p>органічне сполучення принципів управління "зверху вниз" та "знизу вгору" і пріоритетів, закріплених єдиною багаторівневою стратегією ресурсозбереження;</p> <p>планування ресурсозберігаючого розвитку територій, виходячи з прогнозу територіального розвитку й розміщення продуктивних сил у довгостроковій перспективі</p>
Запровадження державного, регіонального, місцевого моніторингу ресурсозберігаючої діяльності	<p>удосконалення системи статистичної звітності суб'єктів господарювання з урахуванням фактора ресурсозбереження, екологізації виробництва;</p> <p>підвищення якості робіт з обліку спожитих ресурсів (води, тепла, електроенергії) шляхом установлення приладів обліку;</p> <p>проведення моніторингу питомих витрат ресурсів</p>
Державна підтримка малого і середнього бізнесу у сфері ресурсозбереження	<p>зниження податкового тиску на суб'єктів малого підприємництва, а саме зниження рівнів оподаткування за інноваційними та ресурсоефективними напрямками діяльності (наприклад, зменшення або звільнення від сплати податку на прибуток протягом перших 1 – 3 років існування малих і середніх підприємств);</p> <p>спрощення реєстраційних процедур для малого і середнього бізнесу, скорочення обсягів контрольних перевірок відповідними органами;</p> <p>зменшення обсягів статистичної і бухгалтерської звітності для суб'єктів малого підприємництва, зменшення їх періодичності;</p> <p>надання державної підтримки з пріоритетних інноваційних напрямків ресурсозберігаючої діяльності: виділення кредитів за пільговими ставками, застосування прискореної амортизації до основних фондів суб'єктів малого підприємництва, стимулювання створення інноваційних бізнес-структур, розвиток багаторівневої мережі фондів матеріальної допомоги малому бізнесу тощо</p>
Освіта й виховання у сфері ресурсозбереження	<p>введення до програм середньої та вищої освіти окремих курсів з проблем ресурсозбереження;</p> <p>запровадження програм навчання з ресурсозбереження для різних категорій державних службовців (насамперед, голів державних адміністрацій, їх заступників, мерів міст та їх заступників), керівників підприємств усіх форм власності, безпосередніх виконавців ресурсозберігаючих заходів, керівників та персоналу установ, які відповідають за використання ресурсів;</p> <p>посилення якості і вимог до професійної підготовки працівників підприємств, які надають послуги у сфері ресурсозбереження, запровадження обов'язкового періодичного підвищення їх кваліфікації;</p> <p>державне сприяння розвитку мережі освітніх громадських організацій та установ, які здійснюють популяризацію ідей ресурсозберігаючої діяльності й екологізації виробництва і споживання тощо</p>



Таким чином, лише за умови комплексного підходу до реалізації еколого-економічного механізму управління ресурсозбереженням та інструментарію, що його забезпечує, Україна зможе досягти встановлених пріоритетів ресурсозбереження, здійснивши екологізацію національного виробництва й перехід країни до інформаційного суспільства. Результатом упровадження запропонованих напрямків та заходів у практику вітчизняних суб'єктів господарювання має стати формування у них економічної зацікавленості в активізації ресурсозберігаючих процесів, структурна перебудова національної економіки в напрямку інноваційно-інформаційного ресурсозберігаючого розвитку, формування нової господарської та ідеологічної парадигми суспільного розвитку, заснованої на раціональному використанні ресурсів, широкому залученні досягнень науково-технічного прогресу у виробничі цикли.

Література: 1. Закон України "Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій" від 09.04.2004 р. №1676-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – №32. – Ст. 384. 2. Закон України "Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні" від 16.01.2003 р. №433-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – №13. – Ст. 93. 3. Постанова Кабінету Міністрів України "Про схвалення Державної програми розвитку промисловості на 2003 – 2011 роки" від 28.07.2003 р. №1174 // Офіційний вісник України. — 2003. — №31. — С. 78.

Небилиця О. А.

УДК 658.589

ІННОВАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК НАПРЯМОК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах економічної кризи Україна потребує створення ефективної інфраструктури, функціонування якої має бути спрямоване на інноваційний розвиток економіки. Нині в Україні функціонують такі елементи інноваційної інфраструктури: технопарки, бізнес-інкубатори, інноваційні центри. Але їх кількість занадто мала, в них не вкладаються кошти в необхідній кількості ні на бюджетному рівні, ні на рівні приватного інвестора. Не менш вагомю проблемою є суспільний супротив та нейтральність як простих громадян, так і підприємців до нововведень. Ефективність підприємницької діяльності значною мірою залежить від рівня інноваційної культури як самого підприємця, так і держави взагалі. Тут необхідний розвиток інноваційної культури на всіх рівнях суспільства.

Серед наукових досліджень, присвячених проблемі формування інноваційної культури, інтерес становлять роботи таких зарубіжних та вітчизняних фахівців і науковців: П. Друкера, В. Джелали, Ю. Карпова, А. Ніколаєва, А. Грицанова, В. Носкова, А. Кальянова, О. Єфросініної, Т. Давіла, Р. Шелтона, Л. Федулової, В. Семиноженко та ін. Але деякі питання ще досі залишаються невирішеними. Так, не існує єдиної точки зору щодо сутності поняття інноваційної культури. Метою даного дослідження є узагальнення й подальший розвиток теоретичних засад щодо формування інноваційної культури як напрямку підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Проаналізувавши існуючі трактування інноваційної культури було зроблено висновок, що деякі автори [1; 2] розглядають її як систему, інші [3 – 6] – як знання, вміння, досвід, деякі [7; 8] – як розвиток рівня професійності людини. Таким чином, у науковій літературі немає єдиного підходу до трактування сутності такого порівняно нового поняття, як інноваційна культура, а ті, що існують, недостатньо чітко та ґрунтовно відображають зміст останнього. У зв'язку з цим пропонується більш повне та узагальнене поняття "інноваційна культура" згідно з розглянутими точками зору. Інноваційна культура – це система знань, вмінь, норм, правил та способів здійснення інноваційних ідей у результаті розвитку рівня професійності людини з метою ефективної інноваційної діяльності.

У вищенаведеному визначенні автором розглядається інноваційна культура на рівні особистості, бо саме формування її на цьому рівні – це перший етап створення в країні інноваційної моделі розвитку. Неможливо сформувати інноваційну культуру країни не сформувавши її в людини. Отже, інноваційну культуру можна розглядати на рівні особистості, на мікрорівні (підприємство), мезорівні (регіон) та макрорівні (країна). Інноваційна культура особистості сприяє формуванню в суспільній свідомості глибокого розуміння безальтернативності для України інноваційної моделі розвитку економіки і культурно-освітньої та психологічної готовності активно втілювати в життя ново-

© Небилиця О. А., 2009

введення. Це дає змогу підприємствам вийти на новий рівень розвитку, а надалі – і країні в цілому. Тільки формування інноваційної культури за схемою "людина – підприємство – регіон – країна" дасть позитивні результати та можливість виходу країни з економічної кризи.

Також для формування інноваційної культури людини не менш важлива її здатність інноваційно мислити. На думку автора, саме інноваційне мислення є передумовою формування інноваційної культури соціального суб'єкта. Але, з іншого боку, воно само формується, розвивається та вдосконалюється на основі відповідної бази, що містяться в культурі норм і правил підприємства. Будучи інтелектуальним інструментом, що забезпечує особливу техніку протікання розумових процесів, інноваційне мислення є змістовним джерелом інноваційної культури. Тому розглядати інноваційну культуру не можна без тісного взаємозв'язку з інноваційним мисленням.

Таким чином, можна зробити висновок, що у сучасній науковій економічній літературі практично відсутнє загально визнане уявлення про сутність інноваційної культури. Авторське тлумачення останнього відрізняється від уже існуючих тим, що воно більш ґрунтовне, сутнісне та розглядається на рівні особистості. На думку автора, значним надбанням сьогодення є зосередження наукових інтересів саме на особистісному рівні інноваційної культури, бо першою й найважливішою ланкою розвитку інноваційної культури є людина. Крім того, інноваційна культура не може існувати без інноваційного мислення і навпаки. Отже, саме формування інноваційної культури та інноваційного мислення дасть змогу досягти прискорення й підвищення ефективності впровадження нових технологій і винаходів та, як наслідок, підвищення ефективності підприємницької діяльності в цілому.

Література: 1. Грицанов А. А. История философии: Энциклопедия. — Мн.: Интерпрессервис; Книжный Дом, 2002. — 1376 с. 2. Носков В. Соціально-психологічні детермінанти інноваційної культури / В. Носков, А. Кальянов, О. Єфросініна // Соціальна психологія. — 2005. — №4. — С. 63 – 66. 3. Друкер П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. — М.: СП "Бук Чембер: Интернейшенл", 2002. — 162 с. 4. Джелалли В. И. Инновационная культура и проблемы ее освоения // Тези доповідей на науково-практичній конференції "Промисловості міста – інноваційний шлях розвитку". — К.: Київська міська державна адміністрація, 2002. — С. 152. 5. Карпова Ю. Стратегический ресурс инноваций / Ю. Карпова, Б. Лисин. — М.: Институт стратегических инноваций, 2000. — 320 с. 6. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура // Наука та наукознавство. — 2001. — №2. — С. 27 – 29. 7. Лисин Б. Стратегический ресурс инноваций. — М.: Институт стратегических инноваций, 2000. — 320 с. 8. Аматыєва О. Формування інноваційної культури педагога / О. Аматыєва, Н. Гаври, — К.: Ленвіт, 2004. — 176 с.

УДК 330.131.5:664.001.76

Пестіна Г. О.

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЩОДО ВИРОБНИЦТВА НОВИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Розробка нових видів продуктів на основі національних технологій не тільки розширює асортимент продовольчого ринку України, але й створює умови для забезпечення економічної безпеки держави, дозволяє найбільш повно використовувати доступну сільськогосподарську сировину, наявні та не повністю завантажені виробничі потужності, знижує ризики, пов'язані з використанням продукції імпортного виробництва.

Особливістю інноваційної складової наукового дослідження є створення принципово нової технології, що дозволяє одержати продукт, який має поліпшені споживчі характеристики й більш широкі можливості у використанні. Новизна технології полягає у застосуванні спеціальної гелутворюючої системи, що дозволяє переробляти сезонну сировину (дині) й одержувати продукт високої якості із заданими постійними та стабільними властивостями у встановлений термін зберігання.

Загальним принципом оцінки ефективності є зіставлення ефекту (результату) та витрат. Важливо від результатів і витрат, що враховуються, можна виділити й визначити такі види ефекту (таблиця).

© Пестіна Г. О., 2009

Види і зміст ефекту від виробництва та використання реструктурованого напівфабрикату з дині

Вид ефекту	Зміст ефекту
Економічний	Перевищення доходів від виробництва та реалізації продукції над відповідними витратами у вартісному вираженні
Науково-технічний	Новизна, простота, прикладний характер технології, широкі можливості впливу на якісні характеристики одержуваних продуктів та їх використання у виробництві
Фінансовий	Перевищення позитивних грошових потоків від упровадження та використання технології у виробництво над капітальними та поточними витратами протягом розрахункового періоду
Ресурсний	Більш повне використання сезонної сировини (скорочення відходів, втрат при переробці дині й зберіганні готових продуктів), можливість більш повного використання нестандартної сировини та плодів з механічними ушкодженнями, а також зменшення витрат інших видів ресурсів на одиницю продукції (у першу чергу, енерговитрат)
Соціальний	Якісні характеристики продуктів (висока частка основного продукту – дині 80 – 90%, збереження вітамінного складу) забезпечують високу споживчу вартість продуктів, а також можливості їх використання в лікувально-профілактичних цілях
Екологічний	Відсутність шкідливих добавок та здатність альгінату натрію виводити з організму людини токсичні речовини, іони важких металів, радіонукліди забезпечують створення екологічно чистих продуктів і сприяють зміцненню здоров'я людей

У цілому проблема визначення економічного ефекту полягає в оцінці, з одного боку, рівня перевищення кінцевих результатів над витратами на виготовлення та реалізацію нового продукту, а з іншого – зіставлення отриманих при цьому результатів з результатами від інших аналогічних за призначенням продуктів. Процес оцінки економічної ефективності інноваційної розробки складається з таких етапів:

- визначення собівартості нової продукції та її співвідношення з продуктом-аналогом;
- обґрунтування варіантів продажних цін з урахуванням цінової політики на різних етапах виходу нової продукції на ринок;
- розрахунок рівня рентабельності продукції та можливої величини прибутку, який формується залежно від обраної цінової політики, коефіцієнтів еластичності обсягів продажу від співвідношення "ціна – якість", розподілу витрат на умовно-постійні та умовно-змінні;
- визначення необхідної суми інвестицій (капіталовкладень) для реалізації інноваційного проєкту щодо виробництва нового продукту та можливих позитивних грошових потоків від реалізації продукції за нормативний термін окупності й визначення чистого грошового потоку.

Проведені розрахунки дозволили визначити можливі джерела економічного ефекту та підтвердили високу ефективність інноваційної технології щодо виробництва нових продуктів харчування на основі переробки дині.

Погосова М. Ю.

УДК 336:330.14

Лугош А. В.

ОПЕРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА НА ІННОВАЦІЙНО- ІНВЕСТИЦІЙНОМУ ЕТАПІ ЙОГО РОЗВИТКУ

Характерні для сьогодення фінансового середовища України кризові тенденції вимагають від господарюючих суб'єктів усе більшої уваги до адаптування структури джерел фінансування, оскільки в умовах кризи для підприємств, які обрали стратегію розвитку, це питання набуває особливої актуальності.

Зазначеній проблемі присвячено певну кількість наукових праць провідних вчених [1 – 3], проте, на думку авторів, недостатньо вивченим залишається питання щодо можливості зміни струк-

тури капіталу в оперативному періоді. Тому метою роботи є визначення можливості застосування до вирішення зазначеного завдання таких інструментів, як контрольні карти якості Шухарта (КК) та лінійного програмування.

Одним із підприємств, що останніми роками знаходиться на інвестиційно-інноваційній стадії свого розвитку, є Харківський завод "ВАТ "Автрамат". Результати фінансового аналізу його діяльності впродовж 2000 – 2007 рр. доводять, що, незважаючи на від'ємне значення фінансового результату, підприємство збільшує свої інвестиційні ресурси за рахунок реструктурування іншого додаткового капіталу, додаткової емісії акцій та залучення дострокових кредитів. При цьому значною позитивно динамікою відзначаються обсяги нематеріальних активів та основних засобів. Тому, зважаючи на кризові явища на фінансовому ринку України, фінансовим менеджерам заводу доцільно проаналізувати можливі сценарії реагування на загрози зовнішнього середовища. На думку авторів, такий аналіз можна провести з використанням КК [4], які дозволяють визначити типові значення структури інвестиційних джерел та фінансових результатів (табл. 1).

Таблиця 1

Значення показників діяльності ВАТ "Автрамат" за картами Шухарта, млн грн

Показник	Середнє значення	Границя					
		Контрольна ($\pm 3\sigma$)		Попереджувальна ($\pm 2\sigma$)		Типова ($\pm 1\sigma$)	
		нижня	верхня	нижня	верхня	нижня	верхня
Активи	72 332,83	54 773,83	8 9891,82	60 626,83	84 038,82	66 479,83	78 185,82
Довгостроковий капітал	7 280,90	0,00	20 756,77	0,00	16 264,81	2 788,94	11 772,86
Поточні зобов'язання	10 206,80	0,00	22 009,86	2 338,09	18 075,51	6 272,45	14 141,15
Чистий прибуток	-2 603,69	-18 850,01	13 642,64	-13 434,57	8 227,20	-8 019,13	2 811,75
Рентабельність власного капіталу, %	-5,90	-41,62	29,85	-29,71	17,94	-17,80	6,03

Дані табл. 1 відображають, що за аналізовані роки для ВАТ "Автрамат" найбільш характерними були значення показників, які знаходилися в межах типових границь; відхилення ж усіх показників до меж контрольних границь свідчатиме про втрату керованості інвестиційним процесом. Отже, з огляду на можливу зміну впливу зовнішнього середовища доцільно визначити, до якої величини можуть змінюватися динаміки показників за умови збереження керованості обраної підприємством стратегії розвитку.

Результати моделювання із застосуванням методу лінійного програмування подано в табл. 2 (за цільову функцію обрано рентабельність власного капіталу, P_{BK}).

Таблиця 2

Результати моделювання можливих змін показників діяльності ВАТ "Автрамат"

Показник (X)	Станом на 2007 р.	Вплив зовнішнього середовища		
		стабільний	негативний	агресивний
		Цільова функція		
		$P_{BK} \rightarrow -1\sigma$	$P_{BK} \rightarrow X_{CP}$	$P_{BK} \rightarrow X_{CP}$
		Обмеження		
		$-3\sigma \leq X \leq +3\sigma$	$-1\sigma \leq X \leq +1\sigma$	$-1\sigma \leq X \leq X_{CP}$
Активи	78 208,90	72 258,69	73 133,62	72 332,83
Довгостроковий капітал	3 918,00	11 334,02	10 459,09	7 280,90
Поточні зобов'язання	5 400,00	15 871,62	13 266,22	10 206,80
Чистий прибуток	-986,80	-8 019,13	-2 914,80	-3 235,86
Власний капітал	53 418,00	45 053,05	49 408,30	54 845,13
Рентабельність власного капіталу, %	-1,85	-17,80	-5,90	-5,90

Отже, застосування запропонованих інструментів відкриває можливості маневрування структурою капіталу, зберігаючи фінансові результати в межах типових значень за умови посилення негативного впливу зовнішнього середовища. Зазначимо, що при використанні лінійного програмування доцільно визначити стійкість отриманого рішення, в чому й полягає подальше дослідження.

Література: 1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента. В 2-х т. – К.: Ника-центр, 2001. – 1104 с. 2. Бочаров В. В. Финансовый менеджмент. – СПб.: Питер, 2007. – 224 с. 3. Воробйов Ю. М. Формування власного капіталу підприємств // Фінанси України. – 2002. – №6. – С. 36 – 41. 4. Погосова М. Ю. Визначення сталості процесу управління структурою капіталу / М. Ю. Погосова, А. В. Лугош // <http://www.svitnauki.com/download/as01/tom1.pdf>

ЕНЕРГОРЕСУРСИ – ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ

Енергія та енергетичні ресурси беруть участь у кожному виробничому процесі на підприємстві. Поза участю енергоносіїв неможливо здійснити будь-яку цілеспрямовану зміну параметрів системи, що ставить енергетичні ресурси в один ряд з поміж таких першочергових складових, як виробничі запаси, технологічні системи та людські ресурси.

Метою даної статті є дослідження основних шляхів упровадження енергозберігаючих заходів, а також виявлення бар'єрів для їх практичного застосування.

Дослідження проблеми управління енергетичними ресурсами займалися різні вчені, серед яких: Р. Нітч, К. Танака, А. Хараїм, Г. Панченко, В. Рудика та ін.

Особливого значення в теперішній час набуває класифікація енергоносіїв на вичерпні та невичерпні, а також на первинні та вторинні [1; 2]. Практична значущість такої класифікації енергоносіїв підтверджується загостренням енергетичної кризи сьогодення, вирішення якої різні вчені та науково-дослідні інститути пов'язують з розробкою альтернативних джерел енергії, а також з відновленням та повторним використанням традиційних джерел.

На даний час для національної економіки найбільш актуальним питанням постає ощадне використання традиційних джерел енергії. Розв'язання цієї проблеми пов'язане з використанням новітньої техніки та технології, яка сприятиме більш повній переробці матеріальних і енергетичних ресурсів (тобто скороченню відходів виробництва), а також із вторинним застосуванням виробничих відходів.

Вирішення проблеми більш повного використання ресурсів на даний час активно здійснюється завдяки залученню передової техніки та технології у практику вітчизняних підприємств з метою скорочення витрат основних матеріальних ресурсів, а й інколи з метою покращення якості продукції.

Однак проблема максимально ефективного використання енергоносіїв за допомогою цього напрямку залишається невирішеною. Основні перешкоди, які порушують дану проблему, такі:

інвестиції в енергозберігаючі заходи мають величезний строк окупності [3] (приблизно 20 – 50 років);

вартість використовуваних енергоносіїв значно відрізняється від такої на світовому ринку [4];

неефективне державне регулювання щодо питань ощадного використання енергоресурсів, а також щодо питань охорони зовнішнього середовища (штрафні санкції за забруднення навколишнього середовища приблизно у 10 разів нижче світових [5]).

Проблема повторного використання виробничих відходів, а також супутньої продукції виробництва як енергоносіїв становить іншу перешкоду на шляху впровадження енергозберігаючих заходів. Справедливу вартість вторинні енергоресурси найчастіше мають тільки у випадку їх реалізації стороннім суб'єктам. Однак якщо такий енергоресурс має внутрішньовиробниче призначення, найчастіше виробник викривлює його справедливу вартість, зменшує тим самим енергоемність продукції. Як наслідок такого викривлення – на промислових підприємствах виникає суттєве скорочення енергетичного потенціалу та зменшення резервів упровадження енергозберігаючих проектів.

Яскравим прикладом виявлення резервів енергозбереження є використання коксового газу в коксохімічній промисловості з метою обігріву коксових печей, а також для власного виробництва електроенергії (таблиця).

Таблиця

Порівняльна характеристика природного та коксового газів

Речовина	Калорійність, ккал	Вміст метану, %	Вміст окису вуглецю (II), %	Вартість за 1000 м ³ , дол. США
Природний газ	8 000	95	3	180
Коксовий газ	4 000	25	7	25

Зважаючи на основну фізико-хімічну властивість коксового газу – калорійність, можна відзначити, що справедлива ціна коксового газу повинна значно відрізнитися від діючої. Наступним фактором зростання ціни повинен стати високий порівняно з природним газом вміст шкідливих домішок (двоокису вуглецю), що є головним компонентом, який забруднює зовнішнє середовище.

Отже, в даній статті були проаналізовані основні шляхи впровадження енергозберігаючих заходів на промисловому підприємстві, а також виявлені основні бар'єри, які перешкоджають упровадженню цих заходів у виробничу практику.

Література: 1. Огурцов А. П. Энергия и энергосбережение. – Днепропетровск: Системы технологий, 2002. – 864 с. 2. Самойлов М. В. Основы энергосбережения. – Мн.: БГЭУ, 2002. – 198 с. 3. Tanako K.. Energy Efficiency improvement / CO2 emissions reduction potential based on Technology Diffusion – Concepts and Future. // IEA. – 2006. – 16 p. – www.iea.org. 4. Key World Energy Statistics 2008 // IEA. – 2008. – 82 p. – www.iea.org. 5. Tracking Industrial Energy Efficiency and CO2 Emissions // IEA. – 2006. – 324 p. – www.iea.org

УДК 657.471.1

Коршунов Є. А.

ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ НА ПІДСТАВІ ЗМІННИХ ВИТРАТ

В умовах глобальної економічної кризи, кризи неплатежів питання планування витрат суб'єктів господарювання є актуальним, тому що кожне підприємство прагне мінімізувати свої витрати, а планування витрат дає можливість шукати шляхи їхнього зниження, визначати, чи буде ефективним виробництво продукції, порівнювати ціну на продукцію з витратами, які несе підприємство для виробництва продукції, а підводячи підсумки роботи, порівнювати отримані доходи з фактичними витратами на випуск продукції.

Питанням планування витрат присвячені роботи таких вітчизняних і закордонних вчених, як М. Алексєєва, І. Бланк, Е. Уткін, С. Сайфієва, Е. Мандрикова, Р. Акофф, М. Альберт, Д. Кліланд, В. Льюїс, М. Мескон, Д. Хан та ін. [1, с. 3]. У цих роботах розглядаються питання техніко-економічного планування, оперативного планування виробництва й реалізації продукції та послуг. Разом з тим недостатньо уваги приділяється питанням планування витрат підприємства на основі змінних витрат.

Мета написання даної роботи полягає в економічному обґрунтуванні планування витрат підприємства на основі змінних витрат.

Метою планування витрат підприємства є підготовка даних, необхідних для визначення обсягу виробництва й величини цін на продукцію [2, с. 37], що в умовах кризи дозволяє більш ефективно планувати подальшу діяльність підприємства.

Портфель продукції й ціни на неї можна вважати економічно обґрунтованими, якщо досягається нормативний рівень прибутку від операційної діяльності, яку можна визначити за допомогою CVP-моделі (модель "витрати – випуск – прибуток"), що дозволяє визначити такі плани випуску всіх видів продукції, які при заданих цінах мають можливість дістати максимальний прибуток. Основними елементами CVP-моделі є постійні й змінні витрати [3, с. 12]. На думку автора, для українських підприємств доцільно здійснювати планування на основі змінних витрат, тому що вони здійснюють свою діяльність не в стабільному економічному середовищі, де обсяги виробництва продукції можуть змінюватися в будь-який час. Планування на основі змінних витрат несе в собі такі переваги: інформацію для прийняття рішень можна одержати при значно меншій кількості розрахунків; визначається завантаження виробничих потужностей; розраховується точка обсягу виробництва; виявляються виробни з більшою рентабельністю; і найголовніше, на думку автора, планування витрат на основі змінних витрат дає можливість переорієнтувати виробництво у відповідь на умови ринку, які постійно змінюються.

У висновку необхідно відзначити позитивні й негативні сторони планування витрат: позитивна сторона – планування витрат суб'єктів господарювання дає не тільки можливість визначити їхні конкурентні переваги, собівартість продукції, але також дає можливість керівництву підприємства приймати ефективні управлінські рішення й раціонально розпоряджатися чистим прибутком; негативна сторона – в умовах економічної кризи, коли обсяги виробництва не носять постійний характер, тобто можуть у будь-який час змінюватися, планування витрат стає досить складним процесом.

Література: 1. Андрющенко Н. С. Суть і значення витрат: історичний аспект // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №5(71). – С. 3. 2. Коршунов Є. А. Калькулювання собівартості продукції та планування витрат підприємства // Управління розвитком. – 2008. – №2. – С. 37 – 38. 3. Юровський Б. С. Планування, облік та аналіз собівартості продукції. – Харків: Фактор, 2004. – №14. – С. 8 – 11; 12; 13.

© Коршунов Є. А., 2009

РОЗРОБКА ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Актуальність дослідження виявляється в тому, що повна оцінка ефективності логістичної діяльності на машинобудівних підприємствах є неможливою без розрахунку інтегрального показника такої ефективності. Це зумовлюється тим, що існуючі методики визначення ефективності логістичної діяльності включають різні складові, а деякі з них спрямовані на розкриття ефективності певних функціональних підсистем логістики. Тому обґрунтування необхідності розрахунку інтегрального показника ефективності логістичної діяльності та визначення етапів проведення оцінки ефективності такої діяльності є важливим у сучасних умовах господарювання машинобудівних підприємств.

Дослідженню та розробці інтегральних показників ефективності різних видів діяльності підприємств на основі таксономічного підходу присвячені праці вчених О. В. Посилкіної [1] та Г. М. Брусільцевої [2].

Інтегральний показник ефективності логістичної діяльності на машинобудівних підприємствах є сукупністю оцінок усіх функціональних підсистем логістики: постачання, виробництва, збуту, запасів, транспортування, складування. Такий показник дозволяє всебічно оцінити ефективність логістичної діяльності та своєчасно визначити напрямки її підвищення. Розрахунок інтегрального показника є важливим не тільки для керівництва машинобудівних підприємств, але і для постачальників, споживачів, інвесторів, кредиторів.

Етапи оцінки ефективності логістичної діяльності на машинобудівних підприємствах на основі таксономічного аналізу можна представити таким чином:

1. Розробка системи показників, які характеризують ефективність логістичної діяльності:
 - а) показник надійності постачальницької діяльності;
 - б) показник ефективності виробничої діяльності;
 - в) показник надійності збутової діяльності;
 - г) показники ефективності використання матеріальних запасів та продуктивності капіталу;
 - д) показники ефективності складської діяльності та продуктивності енергоносіїв;
 - е) показник загальної ефективності логістичної діяльності.
 2. Формування й обґрунтування нормативного еталона з урахуванням критеріїв ефективності в кожній сфері діяльності:
 - а) вибір найкращих значень параметрів як еталона;
 - б) формування інформаційної бази для проведення дослідження;
 - в) проведення порівняльної оцінки із середньогалузевими показниками.
 3. Визначення інтегральних показників за ряд періодів для кожного підприємства.
 4. Розрахунок середнього за період значення інтегрального показника для кожного підприємства.
 5. Визначення середнього значення інтегрального показника за період для групи підприємств, розподілених за масштабом діяльності (малі, середні, великі).
 6. Виявлення резервів та розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності логістичної діяльності на машинобудівних підприємствах.
- Таким чином, обґрунтовано необхідність розрахунку інтегрального показника ефективності логістичної діяльності на машинобудівних підприємствах та визначено етапи проведення оцінки ефективності такої діяльності.

Література: 1. Посилкіна О. В. Фармацевтична логістика: Монографія / О. В. Посилкіна, Р. В. Сагайдак, Б. П. Громовик; [За ред. О. В. Посилкіної. – Харків: Вид. НФаУ: Золоті сторінки, 2004. – 320 с. 2. Брусільцева Г. М. Оцінка функціонування інтеграційних структур у машинобудівній промисловості. Автореф. дисерт. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. – Харків, 2008. – 20 с.

ДО ПИТАННЯ ОБЛІКУ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

На сьогодні фінансова криза окремо взятого українського промислового підприємства – це в основному наслідки світової економічної кризи. Зменшення ринкової активності, обсягів виробництва та об'єму поставок негативно впливають на економічний потенціал підприємства. Унаслідок цього витрати починають зрівнюватися з доходами, іноді перевищуючи їх, при цьому керівництво підприємства намагається будь-яким чином підвищити доходи і стабілізувати фінансовий стан. Достовірно оцінити результат діяльності підприємства можливо лише за даними бухгалтерського обліку.

Визначення терміна "дохід" дає П(С)БО 1 [1]. Так, доходи – це збільшення економічних вигід у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які приводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників). Методологічні основи формування в бухгалтерському обліку інформації про доходи підприємства та її розкриття у фінансовій звітності встановлені П(С)БО 15 [1]. П. 5 П(С)БО 15 передбачені дві обов'язкові умови визнання доходу: збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства); оцінка доходу може бути достовірно визначена. Але в П(С)БО 15 є, на думку автора, декілька невизначеностей, наприклад, у п. 8 наведено дві неоднозначні умови визнання доходу – передача покупцеві суттєвих ризиків і вигід, від володіння продукцією і ймовірності надходження на підприємство економічних вигід, пов'язаних з операцією продажу. Згідно з п. 16 МСБО 18 "Дохід" [2] та п. 8 П(С)БО 15, якщо підприємство залишає за собою суттєвий ризик володіння, операція не розглядається як реалізація і дохід не визнається. Наприклад, підприємство утримує зобов'язання щодо незадовільного виконання робіт, яке не передбачається гарантіями; одержання доходу від певної реалізації залежить від доходу, який отримує покупець від власної реалізації цих товарів; відвантажені товари підлягають подальшому монтажу і цей монтаж є суттєвою частиною контракту тощо. Згідно з п. 18 МСБО 18 та п. 8 П(С)БО 15, дохід визнається тільки тоді, коли існує ймовірність надходження на підприємство економічних вигід, пов'язаних з операцією. У деяких випадках такої ймовірності може не існувати до отримання компенсації або до усунення невизначеності.

Питання змісту та форми Звіту про фінансові результати (ф. 2) регулюється П(С)БО 3 [1]. У п. 13 П(С)БО 3 вказується, що в цьому Звіті відображається "...загальний дохід (виручка) від реалізації продукції, товарів або послуг..." Уже не згадується про надходження активів або зменшення зобов'язань. Формулювання статті "Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт та послуг)" ф. 2 більш точне, ніж визначення термінів, яке наводиться у П(С)БО 1 та П(С)БО 3.

У міжнародній практиці такий дохід називається валовим доходом. Але у нас валовим доходом називається показник, визначення якого встановлено Законом України "Про оподаткування прибутку підприємств" [3]. Таким чином, змішувати в одному терміні показники, означає внести плутанину. Можливо, тому в П(С)БО 3 дохід від реалізації продукції названий загальним доходом, а не валовим [4].

Таким чином, хоч прийняті положення (станданти) бухгалтерського обліку мають важливе методологічне значення для формування системи звітності та її облікового забезпечення, їх необхідно допрацювати, узгодити термінологію із змістом показників.

Облік доходів пов'язаний з методикою визначення фінансових результатів, яка має такі недоліки: відсутність чіткої концепції їх визначення, нерозкриття змісту самого поняття "дохід", необхідність упровадження в практику бухгалтерського обліку різних методів визначення фінансових результатів, неврегульованість П(С)БО і податкового законодавства, що неодмінно призводить до помилок та порушень.

Література: 1. Національні стандарти бухгалтерського обліку // Все про бухгалтерський облік (спецвипуск 185). – 2007. – №18 (1295). – 112 с. 2. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 2000 / Пер. с англ. за ред. С. Ф. Голова. – К.: ФПБАУ, 2000. – 1272 с. 3. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" від 22.05.97 р. №283/97 зі змінами і доповненнями // www.kiev.rada.ua. 4. Меська І. Проблеми обліку і контролю доходів діяльності підприємства // Мат. I Всеукр. наук.-практ. конф. "Сучасні проблеми фінансово-господарського контролю". – Кривий Ріг, 2005. – С. 200 – 201.

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Економіка України протягом тривалого часу є нестабільною та непередбаченою, що спричиняє значні проблеми суб'єктам господарювання у досягненні і збереженні високого рівня їх конкурентоспроможності. Зважаючи на це, значна кількість робіт, написаних вітчизняними та закордонними науковцями й економістами: Г. Л. Агоєвим [1], Ю. Б. Івановим [2], І. Лощенюком [3], О. М. Тищенко [4; 5] та іншими, присвячена саме цій проблемі. В їх роботах визначено основні конкурентні стратегії, методи оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства та шляхи його підвищення. Зважаючи на теоретичне і практичне значення даних робіт, необхідно зазначити, що комплексний підхід щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства, який би враховував усі особливості його функціонування, розкрито не достатньо повно. Це зумовлює об'єктивну необхідність уточнення та подальшого розвитку даної проблеми.

У зв'язку з цим метою даної статті є визначення основних етапів методики підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Проведені дослідження дозволили визначити такі основні етапи підвищення конкурентоспроможності підприємства.

На першому етапі визначається оцінка конкурентної позиції підприємства, яка базується на розрахунку узагальнюючих інтегральних показників за обраними, згідно з особливостями функціонування на ринку, факторами та теорії ігор, яка дозволяє врахувати вплив зовнішніх чинників на зміну конкурентоспроможності для даного підприємства і його основних конкурентів, на основі яких здійснюється їх ранжування.

На другому етапі, згідно з результатами проведених розрахунків, визначаються сильні та слабкі позиції функціонування підприємства й напрямки їх покращення.

На третьому етапі, згідно з обраною метою, відбувається формування стратегії підприємства, що, як показує досвід провідних компаній в умовах нестабільності та мінливості економічної системи країни, повинна бути комбінованою, тобто містити декілька стратегій.

На четвертому етапі визначається ефективність обраної стратегії шляхом прогнозування фінансових показників діяльності підприємства і їх порівняння з існуючими, а також співвідношення прибутку з розміром грошових витрат.

На п'ятому етапі визначаються ймовірні ризики та засоби їх мінімізації.

На шостому етапі проводиться розробка заходів, спрямованих на реалізацію обраної стратегії – формування планів ведення господарської діяльності.

На сьомому етапі здійснюється оцінка та контроль за ходом реалізації обраної стратегії.

Запропонований автором методичний підхід щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства є основою для подальших досліджень, а складові наведених етапів можуть змінюватись залежно від специфіки діяльності підприємства.

Література: 1. Агоєв Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО "Типография "Новости", 2000. – 256 с. 2. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с. 3. Лощенюк І. Основні підходи до реалізації потенційної конкурентоспроможності в умовах динамічності та мінливості зовнішнього середовища // Регіональні перспективи. – 2003. – №1. – С. 35 – 39. 4. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / За заг. ред. Ю. Б. Іванова, О. М. Тищенка. – Харків: ВД "ИНЖЕК", 2006. – 384 с. 5. Тищенко А. Н. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: Монография. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2007. – 376 с.

ФАКТОРИНГ ЯК ЗАСІБ ЛІКВІДАЦІЇ НЕПЛАТЕЖІВ

Загострення проблеми платоспроможності підприємств у зв'язку із поширенням економічної кризи зобов'язує розглянути факторингові операції як засіб оздоровлення фінансового стану підприємств і розриву ланцюжка неплатежів у народному господарстві. Факторинг є також високо-ефективною формою фінансового маркетингу, котра широко практикується в країнах з розвинутою ринковою економікою.

© Шульга Г. Ю., 2009

© Фартушняк О. В., 2009

Дослідження за тематикою факторингових операцій проводили вітчизняні вчені, такі, як Н. Внукова, Н. Кузьминчук, Р. Грачова, В. Завгородній, Н. Видюх, В. Смачило, С. Ігнатенко, Ю. Кулик, А. Коваль, А. Костюк, В. Жуковська, Л. Гутко, С. Биконя та ін. Проте здебільшого предметом цих досліджень було вивчення теоретичних аспектів сутності та видів факторингу. В окремих працях висвітлено особливості бухгалтерського й податкового обліку факторингових операцій. Але обґрунтування можливості списання безнадійного боргу за рахунок факторингу залишається недослідженою.

У загальному вигляді факторинг можна охарактеризувати як процес перевідступлення факторинговій компанії (банку) неоплачених боргових вимог (рахунків-фактур та векселів), що виникають між контрагентами у процесі реалізації товарів і послуг на умовах комерційного кредиту в поєднанні з елементами бухгалтерського, інформаційного, збутового, страхового, юридичного та іншого обслуговування постачальника [1, с. 21].

У техніці здійснення факторингу можна виділити кілька основних найпростіших операцій: ведення дебіторських рахунків, інкасо, фінансування вимог клієнтів, кредитні гарантії та ін. [2, с. 134].

Виходячи з вищенаведеного, можна сказати, що процедура факторингової операції становить купівлю фактором дебіторських заборгованостей (неоплачених боргів) постачальників, а не боргів, неоплачених у строк. Якщо борги неоплачені в означений договором термін, то вони вважаються сумнівними або простроченими, але ще не безнадійними.

Сумнівна заборгованість – це поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує непевність у її погашенні боржником. А безнадійна дебіторська заборгованість – це поточна дебіторська заборгованість, щодо якої існує впевненість у її неповерненні боржником або за якою минув строк позовної давності (3 роки) [3].

Простроченою заборгованістю, на думку автора, вважається заборгованість контрагентів, що не погашена на означений договором термін, за якою строк оплати пройшов, але не настав строк позовної давності. Така заборгованість ще може бути погашена, вона поки що не безнадійна, але вже сумнівна.

І в тому випадку, коли дебіторська заборгованість стає сумівною, на думку автора, її можна продати банку (факторинговій компанії), "ліквідувавши" її в такий спосіб, і одержати за це певну суму грошей за мінусом комісії, що беруть банки (факторингові компанії) від суми дебіторської заборгованості, яку купують.

Але купуючи дебіторську заборгованість, яка стала безнадійною, у фактора, виникає великий ризик неповернення боргу. Тому, на думку автора, факторингова компанія (банк) не прийме на себе ці борги, тому що до укладання договору фактор пильно вивчає фінансові показники постачальника і покупця, їх плато- та кредитоспроможності й не піде на великі нерозумні втрати.

У висновку необхідно зазначити, що факторингове обслуговування підприємств дасть можливість прискорити обіговість грошових коштів у розрахунках і тим самим одержати не лише економію грошових коштів, а й підвищити ефективність виробництва. Факторинг відкриває додаткові можливості для малих і середніх підприємств, пов'язаних із нарощуванням обсягів виробництва та стимулюванням продажів.

Література: 1. Внукова Н. М. Основи факторингу: Навч. посібн. – К.: Тов. "Знання", КОО, 1998. – 174 с. 2. Внукова Н. М. Ринок фінансових послуг: Навч.-метод. посібн. для самост. вивч. дисц. / Н. М. Внукова, В. І. Грачов, Н. В. Кузьминчук. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2004. – 276 с. 3. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 10 "Дебиторская задолженность" (утверждено приказом Министерства финансов Украины №237 от 08.10.1999 г., зарегистрировано в Министерстве юстиции Украины №725/4018 с изменениями и дополнениями) // <http://zakonrada.gov.ua/>

УДК 658.115.31:338.583

Шахова О. В.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ У ПОТОЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЖИТЛОВО- КОМУНАЛЬНИХ ГОСПОДАРСТВ

Дослідженню сутності витрат присвячена більшість робіт вітчизняних та закордонних авторів [1; 2].

Зміст витрат можна розглядати з двох позицій. У широкому розумінні слова витрати – це витрачена на що-небудь сума. У вузькому розумінні під витратами маємо вартісну оцінку використовуваних у процесі виробництва й реалізації продукції природних ресурсів, сировини, матеріалів, палива, енергії, основних засобів, трудових ресурсів, а також інших витрат.

© Шахова О. В., 2009



Через велику розмаїтість витрат на різних рівнях виробництва і керування, складності зв'язків витрат з різними функціями, виконуваними підприємствами, дуже важливо встановити загальні науково обґрунтовані принципи формування складу витрат, що співвідносяться з виробництвом і реалізацією продукції й, отже, включаються в її собівартість.

Пропонуються принципи формування складу витрат, що утворюють витрати підприємства:

1. Витрати виробництва в загальноекономічному змісті становлять сукупність витрат продуктивної і непродуктивної праці. При цьому витрати продуктивної праці повинні включатися у виробничу собівартість у повному обсязі, а витрати непродуктивної праці, що становлять витрати товарного і грошового обігу, включаються до складу операційних витрат підприємства як витрати періоду.

2. Витрати вимірюються витратами праці підприємства на виробництво продукції, виконання робіт та надання послуг. Ці витрати можуть бути вище, ніж суспільно необхідних витрат або дорівнювати їм. До витрат варто відносити й аномальні, і наднормативні витрати та втрати (втрати від перевитрати ресурсів, браку, простоїв).

3. До складу витрат доцільно відносити і деякі елементи чистого доходу підприємства в тих випадках, коли вони становлять витрати, обумовлені процесами виробництва й реалізації продукції.

Виходячи з цих принципів, можна сказати, що витрати виробництва складаються із собівартості виробленої продукції, робіт, послуг і витрат періоду. Отже, витрати, що утворюють витрати виробництва послуг ЖКГ, з'являються у вигляді вартісної оцінки спожитих ресурсів:

сировини, матеріалів, палива, енергії й інших природних ресурсів;

робіт виробничого характеру і послуг, виконуваних спеціалізованими підприємствами чи підрозділами, що обслуговують виробництво;

вартості основних засобів й інших необоротних матеріальних і нематеріальних активів, перенесеної на продукцію у вигляді амортизаційних відрахувань (зносу);

витрат праці у вигляді заробітної плати й інших витрат, пов'язаних з використанням робочої сили (відрахування на пенсійне і соціальне страхування);

інші витрати, що хоча прямо й не пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції, робіт, послуг, але обумовлені безпосередньо характером виробництва (витрати на підготовку кадрів, плата за природні ресурси).

Перераховані принципи формування витрат підприємства дають можливість визначити методологічний підхід до їх нагромадження й розподілу між видами виробленої продукції, виконаних робіт, наданих послуг, сформувавши систему управління витратами. Підвищення ефективності використання ресурсів у поточній діяльності підприємства обумовлює необхідність виділення витрат у самостійний об'єкт управління.

Література: 1. Дем'яненко С. І. Менеджмент виробничих витрат у сільському господарстві. – К.: КНЕУ, 1998. – 264 с. 2. Друри К. Управленческий и производственный учет: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1072 с.

Таньков К. М.

УДК 658.51

РЕОРГАНІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УМОВАХ СТРАТЕГІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ "ПІДПРИЄМСТВО – СПОЖИВАЧ"

Сьогодні ринковий успіх визначається спроможністю менеджменту оптимально адаптувати до постійно змінюваних зовнішніх умов внутрішні можливості підприємства, орієнтувати діяльність його персоналу у площині прийняття рішень стосовно того, що і як ми повинні зробити сьогодні для того, щоб завтра це було потрібно споживачам.

Найбільш ефективний шлях для отримання очікуваного результату – це зробити своїх споживачів односторонніми у прийнятті рішень щодо перебудови діяльності підприємства. У кінцевому підсумку це і є найбільш ефективним шляхом до формування найвищої споживчої цінності у визначених параметрах ринкових відносин, що забезпечує всім учасникам таких відносин очікувані конкурентні переваги і вигоди [1].

Підприємство у піклуванні про свій ринковий успіх має вирішувати одночасно два стратегічно важливі завдання:

© Таньков К. М., 2009

постійно покращувати те, що робить сьогодні, формувати та розвивати найбільш ефективні і цілеспрямовані бізнес-процеси, які забезпечують установалення надійних ділових відносин із зовнішнім середовищем;

випробувати різні (можливо альтернативні) ринкові стратегії та реорганізаційні моделі для пошуку найбільш оптимального варіанта адаптування підприємства до змін зовнішнього середовища ще до розвитку в ньому кризових процесів [2].

Виходячи з вищевикладеного, завдання сучасного менеджменту полягає у цілеспрямованому та усвідомленому виконанні складної, але максимально прогнозованої послідовності трьох етапів реорганізації бізнес-процесів в умовах стратегічної взаємодії "підприємство – споживач".

1. Представити чіткий проект реорганізації бізнес-процесів, що має задовольнити потреби і вимоги найбільш вибагливих споживачів. На цьому етапі необхідно дати чітку відповідь на запитання: "Якою має бути стратегія взаємодії підприємства зі споживачами, якщо його персонал здатен максимально збільшити свій виробничо-обслуговуючий потенціал".

2. Підготувати перехід управління бізнес-процесами від їх існуючого стану до спланованого. Стратегія такої реорганізації повинна бути цілісною за рахунок таких її базових характеристик: формування й розвитку групи ключових споживачів (членів команди з реалізації виробленої продукції та її найбільш ефективного використання), фінансового благополуччя (задовольнити будь-які потреби та вимоги споживача при найменших витратах на це), створення команди відданих головній ідеї і наділених повноваженнями працівників підприємства. Сьогодні діловий імідж підприємства визначається тим, наскільки швидко та продуктивно його працівники здатні реагувати на проблеми споживача.

3. Реалізувати стратегічно значущі зміни в управлінні бізнес-процесами таким чином, щоб їх реалії не відхилялися від спланованих. У кожному конкретному випадку такі зміни унікальні і неповторні. На цьому етапі передбачається усунення "швів" між реальним станом бізнес-процесів і тим, що буде відбуватися при їх реорганізації. Успішне підприємство забезпечує безперервне покращення теперішнього стану управління бізнес-процесами, одночасно розробляючи його майбутнє.

Ураховуючи тісний зв'язок визначених етапів реорганізації бізнес-процесів, необхідне створення єдиної методологічної бази комплексного аналізу та моделювання складних бізнес-систем, яка має забезпечити узгодження моделей планування й управління бізнес-процесами, а також адаптацію відповідних моделей до змінюваних умов зовнішнього середовища.

Література: 1. Горови Жак. Сервіс-стратегія: управління, орієнтоване на потребителя: пер. 2-го англ. изд. – М.: Дело и Сервіс, 2007. – 288 с. 2. Коллінз Дж. Построенные навечно. Успех компаний, обладающих видением / Дж. Коллінз, Дж. Поррас. – 2-е изд., испр. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 348 с.

УДК 334.012.64

Новіков Д. А.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Виробниче підприємництво є провідним видом підприємницької діяльності, що обумовлене економічними та соціальними результатами його реалізації. До виробничого підприємництва відносять інноваційну, науково-технічну діяльність, безпосередньо виробництво товарів і надання послуг, їх споживання [1]. Розвитком теоретико-методологічних основ підприємницької діяльності займаються такі провідні вчені, як В. Гриньова, В. Гонфинкель, Г. Поляк, В. Шандра, але сучасні соціально-економічні наслідки малого промислового підприємництва в їх працях не знайшли відображення, тому метою даної статті є вивчення та обґрунтування цього питання, що сприятиме пошуку шляхів удосконалення малого підприємництва у промисловості для забезпечення економічного й соціального ефекту [1; 2]. Поставлена мета потребує вирішення таких завдань: проаналізувати економічні та соціальні наслідки розвитку малого промислового підприємництва в Україні; запропонувати заходи щодо покращення соціально-економічних результатів розвитку малого промислового виробництва в Україні.

Частка промислової продукції малих підприємств у обсязі реалізованої промислової продукції поступово зменшується. Так, у 2003 р. вона складала 2,9% проти 1,9% у 2007 р. Також зменшується цей показник і в машинобудуванні (6,7% у 2003 р. проти 3,3% у 2007 р.). Це обумовлено

© Новіков Д. А., 2009



погіршенням умов розвитку малого підприємництва, що має негативні соціально-економічні наслідки. Негативним був і фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування малих промислових підприємств. Так, у 2003 р. цей показник складав -509,6 млн грн, а у 2007 р. – -587,0 млн грн. У машинобудуванні аналогічні показники склали у 2003 р. -0,3 млн грн, а у 2007 р. ситуація поліпшилась, що підтверджується позитивною динамікою (107,3 млн грн). У 2003 р. лише 61,1% малих промислових підприємств були прибутковими. До 2007 р. їх кількість збільшилася і складала 66,3% від загальної кількості. У машинобудуванні спостерігалася приблизно аналогічна ситуація. У 2003 р. питома вага прибуткових малих підприємств машинобудування в їх загальній кількості становила 64,9% проти 68,0% у 2007 р. Таким чином, зростання негативного фінансового сальдо до оподаткування не спричинило збільшення збиткових малих підприємств у промисловості, але фінансовий стан збиткових підприємств має негативні наслідки, що може спричинити їх подальше банкрутство та ліквідацію з певними соціальними наслідками [3].

Соціальними наслідками збитковості малих підприємств промисловості є зменшення середньорічної кількості найманих працівників з 446,8 тис. осіб у 2003 р. до 319,4 тис. осіб у 2007 р. У машинобудівній галузі аналогічні показники склали 91,9 тис. осіб і 61,9 тис. осіб відповідно, незважаючи на те, що середньомісячна заробітна плата найманих працівників зростала: у промисловості середньорічні темпи склали за період з 2003 до 2007 рр. 125,07%, а у машинобудуванні – 123,71%. При цьому розмір середньомісячної заробітної плати найманих працівників малих підприємств залишається дуже малим. Так відносно прожиткового мінімуму заробітна плата у середньому за період у промисловості становила лише 93,04%, а в машинобудуванні – 116,54%. Мінімальну заробітну плату вона перевищувала у промисловості лише на 32,38%, а в машинобудуванні – на 66,30%. Співвідношення середньомісячної заробітної плати найманих працівників малих підприємств та аналогічного показника в Україні складало у промисловості 52,34%, а в машинобудуванні – 65,84% [4].

Таким чином, розвиток малого підприємництва у промисловості України поки має, на жаль, негативні тенденції, що призведе до погіршення соціально-економічних наслідків. Тому органам державної влади потрібно вдосконалювати законодавчу базу з метою створення сприятливих умов для розвитку малого бізнесу у промисловості та машинобудуванні. Це, перш за все, стосується механізмів оподаткування малих підприємств; реалізації стимулюючих заходів щодо впровадження нових ресурсозберігаючих технологій; державного контролю за рівнем заробітної плати.

Література: 1. Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. В. Я. Горфинкеля, Г. Б. Поляка, В. А. Швандара. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 476 с. 2. Гриньова В. М. Державне регулювання економіки: Підручник / В. М. Гриньова, М. М. Новікова. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2007. – 736 с. 3. Промисловість України 2001 – 2007. Статистичний збірник / За ред. Л. М. Овденко. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2008. – 304 с. 4. ukrstat.gov.ua.

Отенко В. І.

УДК 658.011

Колодіна О. М.

АДАПТИВНІСТЬ ТА ЇЇ РОЛЬ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сучасні підприємства здійснюють своє функціонування та розвиток у нестійких умовах оточуючого середовища, причому кількість загроз і їх характер стають дедалі складнішими та непередбачуваними. Зростання збанкрутілих підприємств засвідчує факт відсутності в управлінні підприємствами механізмів для реагування на мінливість зовнішніх умов та способів запобігання втратам, тобто інструментів адаптації. З огляду на це тема дослідження є актуальною й потребує подальшої розробки.

Питаннями дослідження адаптивності як економічної категорії займалися такі вчені, як О. В. Раєвнева, І. П. Отенко, В. В. Кузьменко, І. І. Грибик та інші, проте зазначений термін не є ключовим об'єктом дослідження в роботах науковців. Крім того, можна стверджувати, що його значення для сучасних підприємств є дещо недооціненим.

Мета дослідження – розкриття змісту поняття "адаптивність підприємства" та зазначення її ролі для сучасного менеджменту.

© Отенко В. І., Колодіна О. М., 2009

У широкому розумінні адаптивність – здатність системи, організації чи окремої людини пристосовуватися до різних умов зовнішнього середовища [1]. Інше визначення розглядається в кібернетиці – здатність системи автоматично змінювати алгоритм свого функціонування та свою структуру з метою збереження чи досягнення оптимального стану при змінах зовнішніх умов [2]. Оскільки підприємство доцільно розглядати як систему, то адаптивність є притаманною йому властивістю. Згідно з теорією функціональних систем П. К. Анохіна [3], у системі має бути системоутворюючий фактор – результат, тому мета адаптивності відповідає результату функціонування підприємства.

Визначення поняття "адаптивність" наголошує на тому, що його метою є збереження чи досягнення певного стану системи при змінах зовнішніх умов. Тоді адаптивність підприємства має вирішувати питання збереження чи модифікації фінансово-економічного стану підприємства залежно від зміни умов зовнішнього середовища. При цьому він має відповідати вимогам оптимальності, стійкості, захищеності, забезпечувати ефективне функціонування підприємства тощо, тобто таким, що дозволяють забезпечувати економічну безпеку підприємства.

Таким чином, під адаптивністю підприємства варто розуміти здатність підприємства реагувати на мінливість умов його функціонування та розвитку й забезпечувати пристосованість у процесах з метою досягнення такого фінансово-економічного стану, що дозволяє зберігати економічну безпеку підприємства.

Роль адаптивності для сучасних підприємств важко переоцінити. Передбачити всі впливи змін економічних, політичних, соціальних, глобальних факторів на діяльність підприємств неможливо, оптимальних механізмів управління ними досі не існує. Саме тому є необхідність у розробці методології управління економічною адаптивністю підприємства.

Налагоджена система управління економічною адаптивністю підприємства може стати тією потужною зброєю, яка наразі відсутня у сучасному менеджменті вітчизняних підприємств.

Література: 1. Кузьменко В. В. Теоретические аспекты функционирования адаптивной системы управления предприятием / В. В. Кузьменко, Д. В. Гришин // Вестник СевКавГТУ. Серия "Экономика". – 2003. – №2(10). – С. 1 – 5. 2. Швиндина А. А. Адаптация организационных структур управления к современным рыночным условиям // Вісник СумДУ. Серія "Економіка". – 2008. – №1. – С. 20 – 25. 3. Анохин П. К. Принципиальные вопросы общей теории функциональных систем // <http://www.keldysh.ru/pages/BioCyber/RT-Functional.pdf>.

УДК 330.341.1

Придатченко І. М.

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРА РИЗИКУ

Складний перехід України до змішаної економіки, політична нестабільність, вплив світової кризи призвели до того, що інвестиційна сфера в сучасних умовах знаходиться у глибокій кризі: з одного боку, є гостра необхідність у прямому інвестуванні матеріально-технічної бази підприємств, а з іншого – гострий дефіцит джерел фінансування. Це спричинило значний спад інноваційної діяльності, що сприяє зниженню конкурентоспроможності країни на міжнародному рівні.

Ураховуючи нинішній стан економіки України, реалізація інноваційного проекту є досить ризиковим процесом. Тому мета даної статті – розроблення пропозицій щодо оцінювання економічної ефективності інноваційних проектів з урахуванням фактора ризику та невизначеності.

Переважає більшість авторів для визначення доцільності реалізації проекту для інвесторів використовують показники економічної ефективності інноваційних проектів [1 – 4].

Реалізації будь-якого інноваційного проекту має передувати етап оцінки передбачуваних результатів і витрат на реалізацію, порівняння результатів та витрат і визначення ступеня ефективності інвестиційного проекту. Найбільш розповсюдженим підходом до оцінки економічної ефективності інноваційного проекту є оцінка його ефективності за фінансовою складовою, бо у фінансових показниках синтетично узагальнюється решта показників результативності проекту [1].

Значна кількість авторів вважає, що індивідуальна оцінка ефективності інноваційного проекту повинна здійснюватися з урахуванням ризику, пов'язаного із здійсненням проекту (премії за ризик). У практиці найпоширенішим способом урахування ризиків є включення у ставку дисконту

© Придатченко І. М., 2009



премії за ризик. Однак премія за ризик визначається фінансовими аналітиками суб'єктивно і не становить узагальнений показник оцінки ризику проекту.

Для того щоб управляти ризиками, необхідно використовувати фінансову модель інноваційного проекту зі структурованим інтегральним ризиком на групові та часткові його види. Структурування інвестиційних ризиків доцільно здійснювати таким чином: інтегральний ризик (зміни запланованого рівня ефективності проекту) розбивається на два групові ризики найвищого порядку – ризик зміни величини фінансового ефекту та ризик зміни капіталу (вартості активів) проекту. Після повного структуровання ризиків виникає ієрархія ризиків проекту, в якій безпосередніми об'єктами ризиків проекту є об'єкти групових ризиків найнижчого порядку [2].

Модель проекту, яка враховує структуру ризиків, дасть можливість визначити ефективність заходів щодо мінімізації ризиків: якщо після реалізації передбачуваного заходу ефективність проекту (з урахуванням зменшення часткового ризику (ризиків) і збільшення операційних та (чи) інвестиційних витрат) зросте, це означає, що реалізований захід є ефективним (і навпаки, якщо знизиться – то захід є неефективним) [2].

Крім структури ризиків, фінансова модель проекту повинна враховувати вплив факторів ризику на його об'єкти. Результатом такого аналізу має стати розподіл імовірності набуття певних значень неподільних показників проекту (які кількісно характеризують об'єкти ризиків). Доцільно погодитися з авторами (В. В. Козик, В. А. Федоровський) щодо визначення рівня ризику інноваційного проекту як середньозваженого значення прибутковості з урахуванням дисперсії і середньоквадратичного відхилення значень прибутковості проекту.

Таким чином, важливим аспектом в умовах кризи при оцінюванні економічної ефективності інноваційних проектів є визначення ступеня ризику реалізації проекту, що свідчить про необхідність подальшої розробки методів визначення ризиків.

Література: 1. Распутін А. В. Методика оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів // Фінанси України. – 2001. – №2. – С. 111 – 118. 2. Козик В. В. Оцінка ефективності інвестиційних проектів / В. В. Козик, В. А. Федоровський // Фінанси України. – 2001. – №4. – С. 59 – 70. 3. Грачева М. В. Анализ проектных рисков: Учебн. пособ. для вузов. – М.: ЗАО "Финстатинформ", 1999. – С. 34 – 35. 4. Денисенко М. П. Методи оцінки ефективності інвестиційних проектів інноваційних компаній // Проблеми науки. – 2005. – №10. – С. 18 – 23.

Сидоренко В. В.

УДК 331.101.262

РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В СИСТЕМЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Одной из серьезных проблем современного социально-экономического развития предпринимательской деятельности в Украине выступает рациональное и эффективное использование собственного и привлеченного человеческого капитала.

Наметившийся переход к управлению знаниями выдвигает новые требования, способствуя активизации усилий в рамках разработки приоритетных направлений формирования и развития человеческого капитала как на уровне предприятий, так и на уровне страны в целом.

Проблеме человеческого капитала уделяют большое внимание как зарубежные, так и украинские исследователи, к числу которых принадлежат: Т. Шульц, Г. Беккер, М. Блауг, Э. Лэзер, Дж. Минцер, Ф. Уэлч, А. Козырев, С. Струмилин, С. Дятлов, Д. Богиня, М. Долишний, С. Дятлова.

Многие авторы, развивающие теорию человеческого капитала, формулируют определение данного понятия, основываясь на различных ключевых характеристиках. Наиболее полную и многокомпонентную трактовку приводит О. Мельников: "Человеческий капитал предприятия представляет собой сумму коллективных знаний сотрудников, их творческих возможностей, умений и способностей находить решения проблем, лидерских качеств, предпринимательских и управленческих навыков, а также мобильности и взаимозаменяемости работников, дающих возможность, не увеличивая затрат на оплату труда, быстро и качественно выполнять поставленные задачи" [1].

Увеличение человеческого капитала возможно за счет получения работниками новых знаний и навыков, которые способствуют достижению конкурентных преимуществ высшего ранга и поступательному развитию субъектов предпринимательской деятельности.

© Сидоренко В. В., 2009

Для успешного управления человеческим капиталом необходимо учитывать примерно следующий набор параметров: образование, квалификация, связанные с работой знания, профессиональные наклонности, психометрические характеристики, связанные с работой умения [2].

В современной литературе достаточно много внимания уделяется проблеме поиска оптимального метода количественной оценки человеческого капитала для управленческих потребностей субъектов предпринимательской деятельности, однако общепризнанного подхода в этом направлении еще не выработано.

Дальнейшей перспективой исследования выступает адаптация существующих математических методов для измерения величины человеческого капитала субъектов предпринимательской деятельности.

Литература: 1. Мельников О. Н. Управление интеллектуально-креативными ресурсами наукоемких производств. – М.: Машиностроение, 2004. – 400 с. 2. Козырев А. Н. Экономика интеллектуального капитала. Научные доклады. – СПб.: НИИ менеджмента СПбГУ, 2006. – 30 с.

УДК 339.13

Слепченко Н. Л.

ПРОБЛЕМА ПОБУДОВИ КРИВОЇ ПОПИТУ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Світова спільнота в цілому визнала ринковий характер української економіки, проте остання ще значною мірою носить трансформаційний характер. Об'єктивною основою подолання кризових явищ в економіці, яка трансформується, є перетворення попиту на визначальний чинник економічної динаміки.

Питання дослідження попиту мають особливу значущість. Це обумовлено тим, що виробник безпосередньо контактує зі споживачами, виступаючи на ринку як самостійний продавець і організатор споживання свого продукту. Теоретичною й методологічною основою дослідження послужили праці вітчизняних і зарубіжних вчених з питань формування, аналізу та оцінки попиту на товари і послуги. Проблема попиту розглянута в багатьох роботах. Перші основи в поняття "попит" були закладені А. Смітом, Д. Рікардо, Дж. С. Міллем [1]. Серед сучасних українських вчених, які працюють над проблемою регулювання попиту і пропозиції, можна назвати В. Бабича, З. Борисенко, А. Савченко та ін. [2].

Проблема попиту, як чинника, що визначає ринкову ціну, була розкрита в роботі А. Маршалла "Принципи політичної економії" [3]. Проте необхідно відмітити, що А. Маршалл був першим, хто "звернув увагу на той факт, що так званий універсальний закон попиту, на жаль, має можливе виключення у вигляді парадоксу Гіффена – випадку, коли негативний ефект доходу від зміни ціни в абсолютному виразі настільки великий, що переважає негативний ефект заміщення, викликаний цією зміною" [4].

Огляд літератури показав, що недостатньо повно розроблені методичні аспекти дослідження, визначення кривої попиту на продукцію та послуги і відмінності між попитом певних споживачів та населення міста в цілому.

Тому в даний час назріла об'єктивна необхідність в уточненні, переосмисленні, систематизації понять, пов'язаних з попитом.

Мета роботи полягає в розвитку теоретичних і методологічних аспектів дослідження попиту та побудови кривої попиту.

В економічній теорії побудова точок ринкової рівноваги традиційно здійснюється у двовимірних координатах "ціна – кількість" на основі відомих кривих попиту та пропозиції. Проте для підприємства визначення цієї точки оптимального об'єму виробництва, виходячи тільки з цінового показника, явно недостатньо, оскільки існує ще множина нецінових чинників. Йдеться про те, що вплив на попит і пропозицію починається з нецінової конкуренції, тобто впливу на купівлю якогось товару за допомогою диференціації продукту, посиленої уваги до його якісних характеристик, а також рекламування і просування на ринок. Тут має місце і час, тому що традиційна крива попиту будується виходячи з якогось певного моменту часу, але побудувати за якийсь період криву попиту неможливо. Тим більше, що існує тенденція до підвищення цін незалежно від кількості запропонованого товару.

© Слепченко Н. Л., 2009



Таким чином, існує складність побудови кривої попиту для підприємства і виникає питання про врахування часу в її побудові, а також при будь-якій кількості товару ціни зростають, тому можна стверджувати про нав'язування попиту з боку пропозиції.

Література: 1. Антология экономической классики: В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо / Сост., авт. предисл. И. А. Столяров. – М.: Ключ, 1993. – 476 с. 2. Борисенко З. Конкурентна політика як передумова ефективності ринку // Економіка України. – 2006. – №5. – С. 28 – 32. 3. Маршалл А. Принципы политической экономии. – М., 1984. – Т. 2. – С. 31 – 32. 4. Блауг М. Методология экономической науки или как экономисты объясняют: Пер. с англ. / Под ред. В. С. Автономова. – 2-е изд. – М.: Журн. "Вопросы экономики", 2004. – 416 с. 5. Черненко С. О. Конкуренція та ефективність товарних ринків в Україні. – К.: КНТЕУ, 2006. – 172 с.

Ткаченко Т. В.

УДК 005.591.6

УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність теми полягає в тому, що в умовах економічного розвитку на Україні неефективне використання виробничих ресурсів призводить до відсутності відповідного прибутку, скорочення бюджету і внутрішнього валового прибутку (ВВП). Щоб досягти успіху в цьому питанні, треба приділяти більше уваги інноваційній діяльності підприємства.

Під інноваціями в широкому сенсі розуміється прибуткове (рентабельне) використання нововведень у вигляді нових технологій, видів продукції й послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного, адміністративного або іншого характерів [1].

Інноваційне підприємництво припускає пошук нових шляхів розвитку підприємства, що дозволяє говорити про концепцію керування зростанням, або інноваціями [2]. Тому треба вдосконалювати сучасні методи керування підприємствами.

Інноваційним підприємствам, у першу чергу, варто ретельно аналізувати інноваційні проекти для того, щоб уникнути можливих помилок на найбільш ранній стадії – стадії відбору проектів.

Одним зі способів зниження інноваційного ризику є диверсифікованість інноваційної підприємницької діяльності, передача (трансфер) ризику шляхом складання контрактів та ін. Найважливішим методом зниження ризиків інноваційної діяльності є їхнє страхування [1]. У сучасних умовах розвитку суспільства методи зниження ризиків постійно вдосконалюються, тому постійно потрібно відстежувати всі зміни в цій діяльності.

Для зниження ризику інноваційної діяльності підприємницької фірми необхідно, в першу чергу, провести ретельну оцінку запропонованого до здійснення інноваційного проекту. Інноваційний проект, ефективний для одного підприємства, може виявитися неефективним для іншого з огляду на об'єктивні і суб'єктивні причини, такі, як територіальне розташування підприємства, рівень компетентності персоналу, стан основних фондів і т. п. [3]. Усі ці фактори впливають на результативність інноваційного проекту, але оцінити їх кількісно дуже важко, а в деяких випадках і неможливо, тому їх необхідно враховувати на стадії відбору проектів.

Основними методами оцінки ефективності інноваційних проектів є такі методи, як метод чистого сучасного значення, метод внутрішньої норми прибутковості, метод індексу прибутковості, метод розрахунку коефіцієнта ефективності інвестиції, метод терміну окупності та ін. [2].

Необхідно зазначити, що підтримка інноваційного підприємництва є одним із пріоритетних напрямків державної науково-технічної й економічної політики у всіх країнах з розвинутою ринковою економікою.

Однією із причин зниження ефективності інновацій в Україні є слабкість правової бази в галузі інноваційного підприємництва й недостатній рівень державної підтримки інноваційних підприємств. Будь-який вид інноваційної діяльності вимагає державної підтримки і стимулювання. У розвинених західних країнах розроблені шляхи й форми, за допомогою яких здійснюється підтримка інноваційного підприємництва. Тому особливу увагу треба приділяти державній підтримці інноваційної діяльності в Україні.

Література: 1. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. – 304 с. 2. Керцнер Г. Стратегическое планирование для управления проектами с использованием модели зрелости / Пер. с англ. под общ. ред. А. Д. Баженова. – М.: ДМК Пресс, 2003. – 318 с. 3. Русинов Ф. Система отбора и оценки инновационных проектов / Ф. Русинов, Н. Минаев // Консультант директора. — 2002. – №23. – С. 18. 4. Трофилова А. А. Управление инновационным развитием предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.

© Ткаченко Т. В., 2009

УПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ ВІД ВАЛОВОГО ДОХОДУ У СТОВ "ГУСАРІВСЬКЕ" БАЛАКЛІЙСЬКОГО РАЙОНУ ЯК ПРОТИЗАТРАТНОЇ

Провівши аналіз діяльності сільськогосподарських підприємств Балаклійського району Харківської області було встановлено, що найвищий рівень рентабельності був досягнутий у СТОВ "Гусарівське", тому автор вважає, що цьому господарству можна рекомендувати до впровадження систему оплати праці від валового доходу як протизатратну.

Тарифний фонд оплати праці визначено автором за технологічними картами, виходячи з урожайності, передбаченої при розрахунку норм виробництва продукції, на основі запланованого обсягу робіт на 2010 р., включаючи роботи незавершеного виробництва, встановлених норм виробітку і відповідних тарифних ставок.

У скотарстві фонд оплати праці розраховано, виходячи з продуктивності тварин, також передбаченої при розрахунку норм виробництва продукції, нормативної чисельності працівників, розрахованих за технічно обґрунтованими нормами обслуговування, професійного складу тваринників і відповідних тарифних ставок. У тарифний фонд оплати праці автор включив також зарплату бригадира одного майстра-наладчика, а у скотарстві – електрика та працівників кормокухні.

Крім тарифного фонду, у фонд оплати для розрахунку розцінок включено також доплату за продукцію в розмірі 40% тарифного фонду, кошти на додаткову оплату за своєчасне і якісне проведення робіт, підвищену оплату на збирання врожаю й заготівлю кормів, надбавки за класність і майстерність та інші доплати і надбавки, що передбачені діючим положення про оплату праці. У фонд оплати праці не включені виплати за стаж роботи, нарахування на зарплату і відпускні. Норма виробництва продукції визначена за кожним видом продукції з урахуванням якості землі за кадастровою оцінкою, ресурсозабезпеченістю застосовуваної технології, доз внесення добрив, сортності і класності насіння, а у скотарстві – з урахуванням породного складу і класності тварин, рівня кормозабезпеченості і способу утримання тварин. Ураховувались досягнутий рівень урожайності і продуктивності тварин за попередні три роки та планові показники 2010 р.

Вартість валової продукції розраховувалась виходячи з норми виробництва в натурі і середньої фактичної ціни реалізації продукції. Вартість кормів оцінювалася за ціною на овес (у перерахунку на кормові одиниці), а приріст живої маси тварин – за середніми фактичними цінами реалізації на м'ясо. У матеріальні витрати включені затрати на насіння, корми, добрива, паливно-мастильні матеріали, амортизацію і поточний ремонт основних засобів, транспортні витрати та інші прями витрати, за якими налагоджено бухгалтерський облік та економія яких залежить безпосередньо від роботи цього колективу. У них не включено накладні витрати (загальногосподарські і загальновиробничі витрати).

До кінцевого розрахунку за підсумками роботи за рік членам підрядного колективу щомісячно буде виплачуватись аванс (так як і при акордно-преміальній системі оплати праці). Після завершення сільськогосподарських робіт (включаючи роботи під урожай майбутнього року), а у тваринництві – після одержання й оприбуткування продукції з працівниками бригад буде проведено кінцевий розрахунок за фактично одержаний валовий дохід за розрахованими нормативами розцінок за 100 грн валового доходу. При цьому вартість фактично одержаної продукції (з урахуванням якості) визначають за фактичними цінами реалізації цього підрозділу. Витрати підрозділу будуть взяті за фактичними даними бухгалтерських рахунків.

Таким чином, рекомендована система оплати праці для господарства дозволить урахувати кількість і якість виробленої продукції, рівень витрат на її виробництво, уникнути множинності форм стимулювання праці, тому що всі виплати фактично будуть проводитися з одного джерела, встановити й додержуватись оптимальних пропорцій між споживанням і накопиченням, темпами зростання продуктивності й оплати праці, спростити планування і контроль витрат, сприятиме подальшому зміцненню комерційного розрахунку.

ПОНЯТТЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ТА УМОВИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Сучасний стан розвитку економіки характеризується процесами глобалізації та інтеграції. Це обумовлює появу цілого ряду проблем як в економічній системі, так і діяльності господарюючих суб'єктів, котрі раніше не визнавалися та на які не звертали належної уваги. У таких умовах суттєво



ускладнюються умови господарювання та зростає конкурентна боротьба між господарюючими суб'єктами, що може погіршувати їх фінансовий стан і призводити до банкрутства. Тому актуальним питанням сьогодення є забезпечення в ринкових умовах господарювання фінансової безпеки господарюючих суб'єктів.

Система фінансової безпеки та управління нею набуває важливого значення в умовах нестійкого економічного середовища. Саме фінансова безпека як головна складова економічної безпеки поєднує в собі відносини з управління фінансовими ресурсами та оптимізації їх використання, а також фінансові інструменти, що забезпечують стабільну й ефективну діяльність суб'єкта господарювання.

Фінансова безпека набуває значення ще й тому, що саме через грошові потоки та управління ними здійснюється вплив на більшість господарюючих суб'єктів.

У сучасній економічній науці немає єдиного підходу щодо поняття "фінансова безпека". Так, фінансова складова економічної безпеки підприємства визначається "як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів підприємства, яке виражене у найкращих значеннях фінансових показників прибутковості і рентабельності бізнесу, якості управління й використання основних і оборотних засобів підприємства, структури його капіталу, норми дивідендних виплат за цінними паперами підприємства, а також курсової вартості його цінних паперів як синтетичного індикатора поточного фінансово-господарського стану підприємства і перспектив його технологічного та фінансового розвитку" [1].

І. О. Бланк вважає під фінансовою безпекою підприємства "кількісно і якісно детермінований рівень його фінансового стану, який забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього та внутрішнього характерів, параметри яких визначаються на основі його фінансової філософії і створюють необхідні передумови фінансової підтримки його сталого розвитку в поточному та перспективному періодах [2].

Ураховуючи різноманітні підходи до тлумачення фінансової безпеки та авторські погляди, під фінансовою безпекою розуміємо такий фінансовий стан господарюючого суб'єкта, який забезпечує його стійкість до зовнішніх і внутрішніх загроз, здатність виконувати всі свої фінансові зобов'язання та забезпечувати подальший сталий розвиток.

Фінансова безпека господарюючих суб'єктів забезпечується за певних умов:

збалансованість і комплексність фінансових інструментів, які використовуються господарюючим суб'єктом;

наявність ефективної системи діагностики та моніторингу стану фінансової безпеки й оцінка її ефективності;

високий рівень фінансової дисципліни господарюючого суб'єкта та високий ступінь узгодження фінансових інтересів підприємства з інтересами оточуючого середовища і персоналу;

наявність стійкої до загроз фінансової системи та її постійний, сталий розвиток.

Таким чином, основна мета забезпечення фінансової безпеки господарюючого суб'єкта полягає у безперервному підтриманні такого фінансового стану, який характеризується стійкістю до впливу внутрішніх та зовнішніх загроз, збалансованістю вибору фінансових інструментів, здатністю господарюючого суб'єкта, з одного боку, покривати всі свої зобов'язання й забезпечувати фінансову стійкість, а з іншого – сприяти сталому розвитку та реалізації стратегічних завдань.

Література: 1. Экономическая и национальная безопасность: Учебник / Под ред. Е. А. Олейникова. – М.: Изд. "Экзамен", 2004. – 768 с. 2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.

Шелудько Р. М.

УДК 631.115.1

ОПТИМІЗАЦІЯ ГАЛУЗЕВОЇ СТРУКТУРИ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ НА ПРИКЛАДІ С(Ф)Г "ЧОПЕНКО ЮРІЙ ВАСИЛЬОВИЧ" БЛИЗ НЮКІВСЬКОГО РАЙОНУ

Фермерство – основа аграрного виробництва розвинутих країн. Успіх фермерства в ринкових умовах залежить від багатьох чинників, зокрема: віку, ставлення до ризику, розсудливості, традицій, статусу власника, оподаткування, підтримки державою.

© Шелудько Р. М., 2009

Кожне фермерське господарство має у своєму розпорядженні три види основних ресурсів: землю, працю і капітал. Оптимальне й ефективне поєднання ресурсів фермерського господарства здійснюється через функції управління: планування, організацію, мотивацію, контроль. Диверсифікація виробництва фермерських господарств в Україні зумовлена зростанням динамічності ринкової економіки, швидкими змінами попиту, виникненням великої кількості нових галузей, ринків продукції. Диверсифікація дає змогу компенсувати спадання збуту на одному ринку завдяки збільшенню його на інших.

Головною особливістю оптимізації виробничої структури даного підприємства є необхідність вирішення в її ході проблеми співвідношення між тваринництвом і рослинництвом.

Унаслідок того, що фермерське господарство "Чопенко Юрій Васильович" спеціалізується на виробництві продукції рослинництва, перед ним може виникнути проблема недостатньої кількості внесення органіки, потрібної для утворення незворотного бездефіцитного балансу гумусу в ґрунті. Для Харківської області потрібним є щорічне внесення близько 12 тонн органічних добрив на кожен гектар ріллі.

Виходячи з даних про господарювання, для фермерського господарства "Чопенко Юрій Васильович" потреба у гної складатиме 2 832 тонн за умови виходу 10 тонн гною у розрахунку на одну голову. При потребі гною в розрахунку 65% від потреби в органічних добривах їх кількість на 1 га загальної площі ріллі складе 7,8 т, а на всю площу (236 га) – 1 841 т.

При визначенні поголів'я корів, яке є необхідним для забезпечення потрібної кількості гною, виходили з такого. При максимально можливому виході гною від однієї умовної голови – 10 тонн – об'єктивно необхідна чисельність умовних голів повинна скласти 184 голови. В розрахунках автора, збільшили поголів'я корів у господарстві до 200 голів унаслідок існування розрахованих технологічних карт виробництва молока на 200 голів, а також через потребу збільшити посівну площу за рахунок оренди для забезпечення худоби кормами, що буде вимагати додаткової кількості органічних добрив.

Для розрахунку забезпечення поголів'я корів кормами були враховані такі положення. Середня продуктивність однієї голови становить 5 000 кг. Оскільки потреба в кормах на одну голову за нормативом становить 51,0 ц к. од., то загальний обсяг кормового запасу для господарства повинен становити 10 200 ц к. од. При потребі у перетравному протеїні на одну кормову одиницю 106 г загальна потреба у перетравному протеїні буде становити 1081,2 ц.

Надходження кормів для тваринництва розраховувалося враховуючи внутрішні й зовнішні джерела їх надходження. Як показали розрахунки, близько 11% обсягу кормового запасу, тобто 1158 ц к. од., складатимуть надходження з додаткових (зовнішніх джерел) – головним чином концентрати (жом, макуха, відходи зернопереробної промисловості). Із внутрішніх джерел потрібно забезпечити надходження 9 042 ц к. од. Ця величина формується за рахунок надходження кормів з площі природних пасовищ і сінокосів при продуктивності 25 ц/га на орендованій площі у 130 га і становить 943 ц к. од. Залишок загальної потреби в кормах, що надходять із внутрішніх джерел, має вироблятися на сійній кормовій площі в кількості 8 099 ц к. од.

Виручка від реалізації продукції тваринництва, а саме молока, складатиме у перспективі 1 524,6 тис. грн. Загальна виручка від реалізації продукції, що буде вироблена у господарстві у плановому періоді, становитиме 1 982,9 тис. грн, що більш ніж у шість разів перевищить величину даного показника у вихідному періоді. Прибуток, який підприємство зможе отримати в перспективі, становитиме 171,3 тис. грн з рівнем рентабельності у 9,5%, що майже вдвічі перевищує величину прибутку господарства у 2008 році, коли він складав 87,4 тис. грн.

УДК 339.138

Хамідова А. Ш.

ДІАЛЕКТИКА ПІДХОДІВ ДО СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ НА ХІМІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЛУЗІ МІНЕРАЛЬНИХ ДОБРИВ

Дослідивши думки супротивників соціальної відповідальності (прихильників традиційного підходу), автор даної статті згрупував аргументи "проти" соціально відповідального маркетингу на хімічних підприємствах галузі мінеральних добрив України:

ціною такого поводження є часткове скорочення дохідних статей підприємства, а отже, видатки на соціальні заходи в остаточному підсумку переносяться на споживачів у вигляді підвищення цін;

© Хамідова А. Ш., 2009



розплата за соціальну відповідальність може прийняти форму зменшення заробітної плати, зниження дивідендів, скорочення інвестицій у відділі НДДКР для відновлення й удосконалення виробничих потужностей тощо. Підприємство галузі мінеральних добрив, що несе значну частку соціальної відповідальності, може програти в конкурентній боротьбі іншим компаніям;

вирішення соціальних проблем повинно перебувати в компетенції державних і муніципальних органів, а також громадських організацій – керівники промислових підприємств не повинні вирішувати суспільні проблеми. Організація вже залучена в найтіснішу соціальну взаємодію – переслідуючи економічні цілі вона дотримується при цьому законів і норм державного регулювання;

ефект соціальних програм не може бути точно визначений – про результати подібних дій у край важко звітувати перед зацікавленими особами й широкою громадськістю;

порушується принцип максимізації прибутку.

Автор статті, будучи прихильником соціально відповідального підходу до діяльності підприємств, у край не згоден із групою наведених аргументів "проти". Більш того, автор вважає деякі з аргументів оманними. Найбільш суперечливі думки прихильників традиційного підходу – це аргументи про скорочення дохідних статей підприємства, зменшення заробітної плати, зниження дивідендів, скорочення інвестицій у відділі НДДКР. Крім того, у сучасній науковій літературі вже розроблені методики, що дозволяють оцінити ефект соціальних програм та його вплив на всі показники основної діяльності підприємств, у тому числі й на капіталізацію [1, с. 256 – 263]. Отже, автор задається метою довести зворотне шляхом наведення контраргументів:

соціальна орієнтованість хімічних підприємств галузі мінеральних добрив лежить в основі їх власних інтересів – вона створює краще суспільство й середовище для ділової активності організації;

соціально відповідальний маркетинг підприємства попереджає або послабляє негативний ефект впливу на організацію з боку таких впливових груп, як державні й муніципальні органи влади, а також з боку громадських організацій. Програми соціальної відповідальності є засобами формування й підтримки позитивного публічного іміджу та основою стимулювання сталого розвитку підприємства;

широка громадськість очікує етичного поведіння з боку діяльності хімічних підприємств галузі мінеральних добрив - відсутність відповідності цим очікуванням може призвести до негативних наслідків;

існування внутрішнього морального зобов'язання поводитися соціально відповідально й етично – власники, менеджери та співробітники організації є членами суспільства і для них є природно дотримуватися моральних норм соціуму;

соціальні проблеми, що створюються українськими хімічними підприємствами – виробниками мінеральних добрив, такі, як, наприклад, забруднення навколишнього середовища, повинні вирішуватися за рахунок цих організацій. Соціальна відповідальність виправдає існування організації як елемента суспільства.

Література: 1. Маркетинг: Підручник / Під ред. А. Ф. Павленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.

Секція 2

"Економічний механізм розвитку підприємництва"

УДК 005.95/.96

Новікова М. М.

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ВЗАЄМОДІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ТА БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА

Бізнес-середовище постійно впливає на будь-яке промислове підприємство, обумовлюючи результати його діяльності. Взаємодія бізнес-середовища та підприємства має носити детермінований характер, тобто здійснюватися через певний економічний механізм, що забезпечує запланований розвиток. Однією з підсистем управління підприємством є підсистема управління трудовим потенціалом, у якій узгоджується мотивація трудової діяльності персоналу з цілями діяльності підприємства на основі певних умов реалізації трудового потенціалу працівників і певного зв'язку складових системи управління трудовим потенціалом підприємства. Але будь-яка система має як внутрішню, так і зовнішню середовище, вплив яких вона має враховувати та узгоджувати на основі економічного механізму.

Дослідженням питань взаємодії системи управління підприємством та бізнес-середовища займаються такі провідні вчені, як В. Гриньова, Л. Соколова, О. Тридід, В. Мамонова та інші, але й досі не існує остаточних способів узгодження системи управління трудовим потенціалом підприємства та зовнішнього бізнес-середовища, враховуючи актуальність важливості людського фактора в досягненні певних економічних результатів [1; 2]. Тому метою статті є обґрунтування змісту економічного механізму взаємодії системи управління трудовим потенціалом підприємства та бізнес-середовища. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: визначити поняття "економічний механізм взаємодії системи управління трудовим потенціалом підприємства та бізнес-середовища"; охарактеризувати складові бізнес-середовища як об'єкти взаємодії.

Економічний механізм взаємодії системи управління трудовим потенціалом підприємства та бізнес-середовища – це певний спосіб пристосування складових системи до динамічних умов, що створюються світовими економічними тенденціями, законодавчо-нормативними актами, конкурентами, фінансово-кредитними установами, зовнішнім ринком праці та іншими ринками. Економічний механізм має базуватися на системі інформаційного забезпечення процесів взаємодії, що включає моніторинг інформації щодо складових бізнес-середовища, а саме: останніх світових тенденцій економічних умов розвитку трудового потенціалу (ТП), нормативно-законодавчих актів, що регламентують стан та можливості розвитку ТП; функціонування системи управління ТП підприємств-конкурентів; можливостей фінансово-кредитних установ щодо залучення їх ресурсів для розвитку ТП; стану ринку праці як зовнішнього джерела формування персоналу та стану ринку товарів і послуг як зовнішнього джерела формування умов реалізації ТП.

Негативні останні світові тенденції, що викликані фінансовою кризою, спровокували в регіоні СНД високі ціни на продовольчі товари та паливо, що сприяє посиленню інфляції. З урахуванням ослаблення зовнішнього попиту і негативного стану фінансового ринку спостерігається зниження реального ВВП, що продовжуватиметься й надалі. Зростає дефіцит рахунку поточних операцій у країнах, які значною мірою залежать від зовнішнього притоку капіталу. За даними МВФ, річні процентні зміни реального ВВП в Україні у 2009 р. складуть 2,5% проти 6,4% у 2008 р. Зростання споживчих цін у середньому за рік у 2009 р. складуть 18,8% проти 25,3% у 2008 р. [3]. Також світові тенденції характеризуються зростанням безробіття, рівень якого збільшиться в Україні в три рази до кінця 2009 р.

Таким чином, сучасні світові економічні тенденції провокують погіршення зовнішніх умов управління трудовим потенціалом підприємства, що призводить до інерції економічного механізму взаємодії системи управління ТП і бізнес-середовища. Проте узгодження складових бізнес-середовища та системи управління ТП підприємства через інформаційне забезпечення прийняття обґрунтованих рішень сприятиме досягненню запланованих цілей.

Література: 1. Гринева В. Н. Предпринимательская деятельность: проблемы, пути, решения: Монография / В. Н. Гринева, Л. В. Соколова, Е. Б. Коротич, В. В. Мамонова, А. Н. Тридид, М. Н. Литвиненко, С. В. Лукашов, С. Н. Масленников, В. В. Парамонов, Г. В. Ткаченко. – Симферополь: Изд. "Анаюрт", 1995. – 302 с. 2. Соколова Л. В. Теорія і практика адаптації підприємства до мінливого бізнес-середовища: Монографія. – Харків: Вид. ХНУРЕ, 2004. – 288 с. 3. <http://www.imf.org/external/russian/index.htm>

© Новікова М. М., 2009

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В АКЦІОНЕРНОМУ ТОВАРИСТВІ

Акціонерні товариства (АТ) є найбільш поширеною формою організації колективної підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки. Складність та різноманіття корпоративних відносин (КВ), що виникають у АТ, обумовлюють необхідність обов'язкової розбудови особливого механізму управлінського регулювання КВ – корпоративного управління. Теоретичні та практичні аспекти забезпечення розвитку КВ і розв'язання проблем корпоративного управління (КУ) розглядалися в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, таких, як А. Воронкова [1], В. Гриньова [2], Г. Назарова [3], О. Радигін [4] та ін. Проте деякі важливі аспекти формування корпоративних відносин у АТ, зокрема концептуальні засади розбудови механізму КУ, залишаються недостатньо вивченими та вимагають докладного дослідження.

Метою дослідження в роботі є теоретичне обґрунтування структури, визначення й узагальнення умов та особливостей формування організаційно-економічного механізму корпоративного управління в АТ.

Управління корпоративним розвитком АТ відбувається в умовах постійного зіткнення інтересів різних учасників КВ, виникнення суперечностей та розбіжностей між ними. Учасниками корпоративних відносин виступають особи і групи осіб, інтереси яких пов'язані (або можуть бути пов'язані) з певним процесом корпоративного співробітництва та які зацікавлені в певних результатах діяльності АТ. За узагальненою ознакою спрямованості інтересів та форми участі у співробітництві учасники поділяються на чотири групи: власники внесків у статутний капітал, зроблених для започаткування діяльності АТ; кредитори; "співучасники" корпорації (нефінансові інвестори – персонал та вище керівництво, постачальники; населення регіону, на території якого розташовано АТ; органи державної влади та місцевого самоврядування); представники контактних аудиторій (споживачі та громадськість у цілому).

Забезпечення стабільного розвитку АТ вимагає постійного погодження, координації та розв'язання конфлікту інтересів учасників КВ через належне корпоративне управління. Корпоративне управління (КУ) становить процес обґрунтування й реалізації управлінських рішень у сфері досягнення збалансованості та погодженості різноспрямованих інтересів і прагнень учасників корпоративних відносин на ґрунті формування відповідних інституціональних правил (норм корпоративних відносин – корпоративного законодавства, традицій і локальних правил здійснення КВ) та інституціональних структур (суб'єктів та інфраструктури корпоративного управління) на міжнародному, національному й підприємницькому рівнях. Забезпечення інтересів та захист прав учасників КВ здійснюються шляхом формування організаційно-економічного механізму корпоративного управління.

Механізм корпоративного управління характеризується сукупністю взаємозв'язків між усіма учасниками КВ, інтересами, а також засобами досягнення цілей у процесі управлінських дій. Такий взаємозв'язок виражає динамічний стан КВ, обумовлює сприйнятливість КУ до змін умов корпоративного співробітництва. Організаційна складова механізму визначає роль та взаємозв'язки кожної структурної ланки, завдання, функції, методи і способи функціонування, забезпечує поєднання та взаємодію елементів системи.

Таким чином, організаційно-економічний механізм (ОЕМ) КУ є упорядкованою ієрархічною системою принципів, цілей та інтересів, правил і норм поведінки, інструментів впливу учасників КВ на умови корпоративного співробітництва між собою, з АТ та третіми особами, а також організаційного та нормативно-методичного забезпечення управлінської діяльності у сфері корпоративного управління. У процесі розбудови ОЕМ КУ в умовах формування корпоративного сектору національної економіки додаткового подальшого вивчення, насамперед, вимагають методологічні засади та методичні аспекти вибору форм і методів погодження інтересів учасників КВ у процесі корпоративного співробітництва.

Література: 1. Воронкова А. Е. Корпоративне управління та культура: Монографія / А. Е. Воронкова, М. М. Баб'як, Е. Н. Коренев, І. В. Мажура. – Дрогобич: Вимір, 2006. – 376 с. 2. Гриньова В. М. Організаційно-економічні основи формування системи корпоративного управління в Україні / В. М. Гриньова, О. Є. Попов. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2003. – 340 с. 3. Назарова Г. В. Організаційні структури управління корпораціями: Наукове видання. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2004. – 408 с. 4. Радигін А. Особенности формирования национальной модели корпоративного управления / А. Радигин, Р. Энтов, И. Межеряупс – М.: ИЭПП, 2006. – 168 с.

ЕКОНОМІЧНА КРИЗА ЯК СТИМУЛ ДО ОНОВЛЕННЯ Й РОЗВИТКУ

Економічна криза, що розпочалася у 2008 році як наслідок глобальної фінансової кризи 2007 – 2008 рр., стала початком поширення безробіття та банкрутства підприємств, інвестиційних і комерційних банків з гарною репутацією в різних країнах світу, призвела до загрози глобальної рецесії. Зрушення, що відбулися в економіці провідних країн світу, свідчать про те, що суспільні відносини і, зокрема, економічна їх складова вже ніколи не будуть такими, якими були раніше.

У той же час, згідно з концепцією економіки сталого розвитку, на відміну від постулатів концепції традиційної економіки, максимізація прибутку у короткостроковому періоді не є головною метою суспільної економічної діяльності як засобу максимізації добробуту людства. Сталий розвиток передбачає не короткострокове зростання показників, а збереження природних і соціальних ресурсів, на основі яких базується рівень якості життя [1].

Саме це дозволяє переосмислити значення економічної кризи, що розгорнулася зараз на території України і світу в цілому, та визначити її не тільки негативні, а й позитивні риси.

Ефект ситуації, що склалася в економіці України під впливом світової фінансової та економічної кризи, а також внутрішніх проблем вітчизняної економіки, на соціальну політику, становище соціальної сфери, рівень та якість життя населення почав набувати відчутного прояву лише в останні місяці 2008 року [2].

Виник конфлікт потреб економічної системи задля її сталого розвитку і соціальних потреб населення. За таких умов оновлення економіки зі старим рівнем розвитку продуктивних сил (рівнем розвитку засобів виробництва, використанням тієї ж кількості сировини та матеріалів, ступенем кваліфікації робітників, застосуванням застарілих методів керівництва тощо) стає майже неможливим. Розглянемо детальніше конфлікт економічної та соціальної складових кризи, для того щоб встановити вплив деструктивних явищ в економіці на процес її якісного оновлення (таблиця).

Таблиця

Складові кризи

Рівень	Економічна складова	Соціальна складова
Мікрорівень (рівень підприємства)	оновлення продуктивних сил, що задіяні в підприємницькій діяльності	зростання рівня безробіття через вивільнення кваліфікаційно менш компетентних фахівців
Макрорівень (рівень держави)	видалення з ринку неефективних підприємств з нераціональним використанням ресурсів	вивільнення громадян, що через банкрутство власних підприємств втратили джерело доходу; падіння доходів держбюджету
Мегарівень (рівень світу в цілому)	надання стимулу країнам, що розвиваються, до якісного оновлення технологій	поширення бідності у світі, руйнування досягнутого економічного рівня у країнах, що розвиваються

За такого підходу до визначення економічної та соціальної складових кризи пріоритетність державної політики, спрямованої на компенсацію чи обмеження негативних соціальних наслідків кризових явищ, видається безсумнівною. Соціальні пріоритети мають бути реалізовані в умовах негативних показників економічної динаміки, що потребує зусиль задля збереження зайнятості, кадрового потенціалу та рівня і якості життя [2].

На мегарівні задля подолання негативних соціальних рис кризи ключову роль повинні відігравати міжнародні організації, які, дозволивши протекціонізм країнам, що розвиваються, шляхом невикористання санкцій, збережуть рівень життя у світі в цілому.

Таким чином, економічна криза має не тільки негативні, а й позитивні риси, якщо мова йде про планомірний перехід світу від традиційних економічних концепцій до ідей концепції сталого розвитку.

Література: 1 Бобылев С. Н. Экономика устойчивого развития. Учебн. пособ. / С. Н. Бобылев, Э. В. Гирусов, Р. А. Перелет. – М.: Ступени, 2004. – 304 с. 2. Прес-реліз до засідання круглого столу "Економічна криза в Україні: виміри, ризики, перспективи". – К.: НІСД, 2009. 3. <http://www.un.org>.

УПРОЩЕННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Основным фактором развития малого предпринимательства в Украине стало введение упрощенной системы налогообложения, которая действует уже более 10 лет. Простота правил налогообложения и процедуры учета совершаемых операций дала возможность многим украинцам стать предпринимателями, почувствовать свою экономическую независимость и достичь определенного уровня самообеспечения. По данным Государственного комитета Украины по вопросам регуляторной политики и предпринимательства [1], сегодня до 40% от общего числа субъектов малого предпринимательства работают на упрощенной системе налогообложения. С 1999 по 2007 гг. количество плательщиков единого налога увеличилось почти в 12 раз, а бюджетные поступления от его уплаты возросли в 14 раз. Предприниматели, работающие на упрощенной схеме налогообложения, обеспечивают работой 1,5 млн граждан.

Несмотря на то, что упрощенная система налогообложения дала толчок к развитию малого бизнеса, ее основные параметры не пересматривались и не приводились в соответствие с изменениями экономической ситуации в стране. Динамика инфляционных процессов, рост минимальной и средней заработной платы делают актуальным пересмотр годовых объемов выручки предпринимателя и размеров ставок единого налога.

Исходя из индексов инфляции, которые публикуются Государственным комитетом статистики [2], за последние 10 лет цены в Украине увеличились почти в 4 раза, размер минимальной заработной платы – более чем в 13 раз (с 45 грн до 605 грн), размер средней заработной платы – почти в 12 раз (со 153 грн до 1806 грн). Размеры годовой выручки, которые не может превысить предприниматель, работающий по упрощенной системе налогообложения, за эти годы не пересматривались и по-прежнему составляют для физических лиц 500 тыс. грн [3].

Следует отметить, что осенью 2008 г. в Хозяйственный кодекс Украины [4] были внесены изменения, касающиеся критериев отнесения предприятий к малым. Теперь малыми признаются предприятия со среднесписочной годовой численностью работающих до 50 человек и объемом валового дохода, не превышающего 70 млн грн. То есть максимально возможный объем дохода увеличен в 20 раз (ранее он не должен был превышать 500 тыс. евро или около 3,5 млн грн по курсу 2008 г.). Это повысило возможности предпринимателей попасть в категорию малого бизнеса, но не дает им льгот по налогообложению.

Поэтому целесообразно увеличить граничный размер выручки, которую может получить предприниматель, работающий по упрощенной системе налогообложения. В соответствии с ростом цен и заработной платы, а также изменениями в Хозяйственном кодексе, ее размер для физических лиц может быть увеличен до 3 млн грн.

Также необходимо пересмотреть размер ставки единого налога, которая, во-первых, должна быть сопоставима с размером налога на доходы физических лиц, так как, по сути, прибыль предпринимателя является оплатой за его труд. Во-вторых, ставка налога должна зависеть от размеров прибыли или дохода предпринимателя. С 1998 года она не менялась и составляет от 20 грн до 200 грн [3]. При этом предприниматель обязан оплачивать данный налог ежемесячно и независимо от реальных объемов его деятельности.

С учетом вышесказанного предлагается дифференцировать ставку единого налога в зависимости от объекта налогообложения, который предприниматель может выбирать самостоятельно. Если в качестве объекта выбран доход, то ставка может составлять 3%, если объектом является прибыль предпринимателя, то ставка может составлять 15%.

Таким образом, изменение годовых объемов выручки, определяющих круг предпринимателей, работающих по упрощенной схеме налогообложения, и размера ставок единого налога приведет данные параметры к уровню, соответствующему развитию экономики страны за последние годы и даст новый толчок к развитию малого бизнеса в Украине.

Литература: 1. Официальный сайт Государственного комитета Украины по вопросам регуляторной политики и предпринимательства // <http://dkrp.gov.ua>. 2. Официальный сайт Государственного комитета статистики Украины // <http://ukrstat.gov.ua>. 3. Указ Президента Украины "Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности субъектов малого предпринимательства" в редакции Указа Президента №746/99 от 26.06.1999 // <http://portal.rada.gov.ua>. 4. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. №436-IV // <http://portal.rada.gov.ua>.

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ – ОДИН ІЗ ВАЖЕЛІВ ВИХОДУ З ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Ринкова система господарювання в Україні частково має бути завдячна зростанню підприємницької активності в усіх сферах економіки. Одним із найперспективніших напрямків створення конкурентного середовища є розвиток малого підприємництва, яке складає найдемократичніший суспільний сектор національної економіки, практично нічого не коштує бюджету і забезпечує значну частку обсягу виробленої продукції держави та містить переважну частку робочих місць.

Саме цей сектор забезпечує насиченість ринку товарами та послугами, сприяє здоровій конкуренції, створює новий прошарок – підприємець-власник. Він базується на самостійній, ініціативній, систематичній, на власний ризик діяльності з виробництва продукції, надання послуг і зайняття торгівлею та має на меті отримання прибутку [1 – 3]. З малим підприємництвом держава пов'язує надію на швидкі позитивні структурні зміни в економіці, вихід з економічної кризи та створення умов для розширеного впровадження ринкових реформ. Самостійне господарювання суб'єктів підприємницької діяльності активно впливає на формування конкурентного середовища, тому перспективи малого і середнього бізнесу пов'язані з його особливою роллю як у переході до ринкової економіки, так і в її становленні. Кожен підприємець намагається зайняти свою нішу на ринку товарів чи послуг, прагне випустити потрібну і якісну продукцію, тим самим привернути до себе споживача. Усе це перетворює мале підприємництво у своєрідний соціальний двигун економічного розвитку, надає ринковій економіці необхідної гнучкості і спонукає до зростання. Найбільшої ваги набувають заходи з вирішення питання зайнятості, яке проявляється, насамперед, у здатності малого та середнього бізнесу створювати нові робочі місця і поглинати надлишкову робочу силу. Особливо це стосується нинішнього стану справ як в Україні в цілому, так і в окремих регіонах. Адже в той час, коли йде процес скорочення робочих місць на великих підприємствах, малі фірми не тільки зберігають, але і створюють нові робочі місця. З огляду на це, як, до речі, свідчить і зарубіжна статистика, мале підприємництво є більшим стабілізуючим фактором, ніж велика індустрія. Прикладом такого правильного вибору ринкових стосунків може служити майже сорокарічна діяльність Маргарет Тетчер, яка прийняла "лежачу" економіку Великобританії і завдяки наполегливим реформам упродовж довгострокової діяльності вивела країну із важкої кризи.

Варто відмітити, що, окрім вирішення проблем створення нових робочих місць, формування конкурентного ринкового середовища та відповідної кон'юнктури ринкової економіки, малі підприємства виконують ще ряд важливих функцій. Так, у країнах з ринковою економікою малі підприємства відіграють велику роль у стимулюванні технологічних інновацій, створюючи їх у 2,5 – 3,0 раза більше, ніж великі компанії. Малі підприємства використовують здебільшого місцеві ресурси, міцніше прив'язані до місця свого розташування. Крім того, вони є значним джерелом поповнення місцевих бюджетів, часто беруть участь у спонсванні місцевих програм, будучи зацікавленими в економічному розвитку території, на якій вони знаходяться. Крім інших вищезазначених функцій підприємства, виділяється саме та, що виступає важливим джерелом фінансового та організаційного забезпечення соціального захисту, робить значний внесок у зменшення соціальної напруги і демократизації ринкових відносин. Саме мале підприємництво своїми руками забезпечує свій рівень життя, воно є фундаментальною основою у формуванні середнього класу. Не менша роль малого підприємства і в тому, що воно виступає інвестором вітчизняної економіки, а також сприяє розширенню експортних можливостей держави. У період нестабільного фінансового стану, як ніколи раніше, важливу роль має відіграти розмір податку, який припадає на плечі малого бізнесу. Враховуючи практику підприємницької діяльності, велике значення в подальшому розвитку підприємства матиме той факт, що з приходом вдруге у Державний комітет підприємства його Голови О. Кужель, відмінено норму, яка забороняла платникам єдиного податку бути платником ПДВ, та незмінною залишається ставка єдиного податку. І остання суттєва пропозиція щодо сталого успіху підприємця – це підбір кадрів, який обов'язково має бути сформований в оригінальну економічну систему.

Література: 1. Закон України "Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні" // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2001. – №7. – С. 35. 2. Постанова Держкомпідприємства "Про заходи щодо стабілізації цін за надання (оренду) торгових приміщень (площ) у торговельних об'єктах, на ринках з продажу продовольчих та непродовольчих товарів в умовах фінансово-економічної кризи". – 2009. – Лютий. 3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. // ВВР України. – 2003. – №18 – 22.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

Современные условия развития экономики в Украине диктуют предприятиям и организациям жесткие условия для поддержания высокого уровня конкурентоспособности на рынке. В такой ситуации предприятиям жизненно необходима экономия малейших затрат на любые виды ресурсов, а также повышение эффективности их использования. Эффективность деятельности предприятия в значительной мере определяется эффективностью использования персонала. Поэтому вопрос оценки эффективности использования персонала организации в современных условиях выходит на передний план.

Вопросами оценки эффективности в разное время занимались такие ученые, как А. И. Пушкарь, Д. С. Львов, Т. С. Хачатуров, А. П. Егоршин, В. Н. Гринева, М. Н. Новикова, Н. А. Кизим, Н. Л. Гавкалова и др. Однако на сегодняшний момент не существует единого подхода к измерению эффективности использования персонала, поэтому актуальным является анализ подходов к её расчету и оценке.

На сегодняшний день в теории эффективности рассматривается два основных подхода к расчету показателя эффективности. Один из них основывается на принципе абсолютной эффективности, другой – на принципе относительной эффективности [1; 2]. В наиболее общем виде абсолютная экономическая эффективность представляется как отношение экономического результата к затратам, произведенным для достижения этого результата. Сравнительная экономическая эффективность определяется как разность интегральных результатов и интегральных затрат ресурсов [1]. Следует отметить, что при прочих равных условиях использование этих двух подходов дают неоднозначные результаты: в первом случае предпочтение отдается варианту с меньшими результатами и затратами, во втором – варианту с большими затратами и результатами. Поэтому использование конкретного подхода будет зависеть от целей предприятия, а также от внешних и внутренних факторов, влияющих на неё.

В вопросах определения эффективности использования персонала между учеными существуют расхождения во мнениях относительно того, какие результаты деятельности должны служить критериальными показателями эффективности [3]: конечные результаты производства (характеризуется такими показателями, как прибыль, затраты на 1 ден. ед. продукции, рентабельность и др.); результаты непосредственной трудовой деятельности работников (процент выполнения норм выработки, коэффициент сложности работ и труда, общий фонд оплаты труда и др.); результаты организации работы персонала (текучесть персонала, уровень квалификации персонала, использование фонда рабочего времени).

Совершенно очевидно, что на результативность работы персонала влияют не только конкретные показатели качества и количества персонала, но также и показатели условий реализации персоналом своих возможностей, показатели социально-трудовых отношений и др.

Поэтому для того чтобы измерить эффективность использования персонала, следует не только выбрать подход к расчету эффективности с учетом конкретной ситуации, определить общую величину затрат на подбор, адаптацию, развитие, использование, оценку, обучение, мотивацию и т. д. персонала, но и выяснить, какие именно результаты деятельности персонала необходимо использовать при расчете для получения объективных значений показателя эффективности.

Таким образом, учитывая разнообразность факторов, влияющих на результативность работы персонала, можно утверждать, что необходим комплексный подход к оценке эффективности использования персонала с позиций значимости конечных результатов, производства, производительности и качества труда и организации работы персонала как социальной системы.

Литература: 1. Львов Д. С. Единство методов экономического обоснования планово-проектных решений и оценки хозрасчетной эффективности производства // Изд. АН СССР. Сер. Эконом. – 1986. – №1. – С. 23 – 34. 2. Хачатуров Т. С. Ещё раз об эффективности капитальных вложений // Вопросы экономики. – 1983. – №3. – С. 54 – 65. 3. Егоршин А. П. Управление персоналом: Учебник для вузов. – 3-е изд. – Н. Новгород: НИМБ, 2001. – 720 с.

ВПЛИВ СТАНУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ТА КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТЕЙ НА РУХ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Господарська діяльність будь-якого підприємства супроводжується рухом грошових потоків. Реалізація товарів, продукції, послуг та інших активів сприяє формуванню позитивних грошових потоків. Оплата ресурсів, що використовуються, та інші необхідні платежі сприяють відтоку коштів. Ефективне управління різноспрямованими потоками забезпечує підприємству фінансову стійкість, необхідний рівень платоспроможності та рентабельності. Оптимізація чистого грошового потоку є цільовою функцією даного процесу.

Фінансовий стан підприємств оптової торгівлі значною мірою визначається відповідністю надходження коштів за часом і обсягом необхідній потребі в них для покриття поточних зобов'язань. Характерною рисою оптової торгівлі є значна частка дебіторської заборгованості у складі оборотних активів і кредиторської – у складі поточних пасивів, що визначає їх значущість у системі управління грошовими потоками.

Основним джерелом надходження коштів у підприємствах оптової торгівлі є виручка від реалізації, яка може мати різні форми: передоплати, оплати за готівку, оплати в кредит. В умовах ринку-покупця, що є найбільш характерним для ринкової економіки, зацікавленість продавця в реалізації товарів схиляє його до необхідності надання відстрочки платежу, тобто до формування дебіторської заборгованості, інкасація якої займає все більшу частку в позитивних грошових потоках. Аналогічна ситуація складається й на товарних ринках при купівлі торговельними підприємствами необхідних ресурсів для подальшого продажу, що визначає перевагу у від'ємних грошових потоках відтоку коштів на відшкодування кредиторської заборгованості, яка виникає. Це дозволяє зробити висновок, що управління грошовими потоками значною мірою визначається якістю управління дебіторської та кредиторської заборгованостями.

Аналіз фінансового стану групи підприємств оптової торгівлі м. Харкова показав взаємозв'язок стану дебіторської та кредиторської заборгованостей і процесу формування чистого грошового потоку.

Як свідчать дані, дебіторська заборгованість займає істотне місце у складі оборотних активів, у якій переважну частину займає дебіторська заборгованість за товари, послуги (відповідно від 50% до 90%). Кредиторська заборгованість за товари, послуги, що займає 80 – 90% усіх поточних зобов'язань, є основним джерелом фінансування та у значній кількості підприємств перевищує розмір власного капіталу. Кредиторська заборгованість використовується не тільки для фінансування відволікання коштів у дебіторську заборгованість, але й для формування поточних товарних запасів.

Спираючись на співвідношення 1 – 4, розмір чистого грошового потоку (ЧГП) можна представити у вигляді залежності 5. Це дозволяє кількісно оцінити ступінь впливу всіх складових, що формують його величину, в тому числі й співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованостей:

$$\text{ЧГП} = \pm\text{ЧГПо} \pm \text{ЧГПі} \pm \text{ЧГПф}, \quad (1)$$

$$\text{ЧГПо} = \text{ЧДо} \pm \Delta\text{ЧОА}, \quad (2)$$

$$\Delta\text{ЧОА} = \pm (\Delta\text{ТЗ} + \Delta\text{ДЗт} + \Delta\text{ДЗр}) \pm (\Delta\text{КЗт} + \Delta\text{КЗр}) \quad (3)$$

або
$$\Delta\text{ЧОА} = \pm\Delta\text{ТЗ} \pm (\Delta\text{ДЗт} \pm \Delta\text{КЗт}) \pm (\Delta\text{ДЗр} \pm \Delta\text{КЗр}), \quad (4)$$

звідси
$$\text{ЧГП} = \text{ЧДо} \pm\Delta\text{ТЗ} \pm (\Delta\text{ДЗт} \pm \Delta\text{КЗт}) \pm (\Delta\text{ДЗр} \pm \Delta\text{КЗр}) \pm \text{ЧГПі} \pm \text{ЧГПф}, \quad (5)$$

де ЧГПо, ЧГПі, ЧГПф – чистий грошовий потік відповідно від операційної, інвестиційної, фінансової діяльності;

ЧДо – чистий дохід від операційної діяльності;

ΔЧОА – зміна чистих оборотних активів;

ΔТЗ, ΔДЗт, ΔДЗр, ΔКЗт, ΔКЗр – зміна товарних запасів та відповідно товарної і розрахункової дебіторської й кредиторської заборгованостей.



Проведені дослідження підтвердили високу залежність результуючого чистого грошового потоку підприємств оптової торгівлі від співвідношення змін дебіторської та кредиторської заборгованостей, при цьому визначальним фактором є зміни їх товарної складової. А це, у свою чергу, свідчить про високу значущість одночасного управління товарною дебіторською та кредиторською заборгованостями для забезпечення ефективного управління грошовими потоками підприємств оптової торгівлі.

Браташ М. А.

УДК 332.126:330.322

РАЗВИТИЕ ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ МНОГОКВАРТИРНЫМ ДОМОМ

Управление многоквартирным домом включает организацию выполнения работ и услуг по содержанию многоквартирного дома и земельного участка, на котором он расположен, по ремонту общего имущества в доме и обеспечению жильцов коммунальными и другими услугами.

По замыслу проходящей в данный момент реформы жилищно-коммунального хозяйства (далее ЖКХ) предусматривается демополизация отрасли и создание в ней конкурентной среды. Кроме того, в жилищной сфере также предполагается перераспределить функции заказчика, исполнителя и контролёра жилищно-коммунальных услуг между участниками процесса. Это свидетельствует о необходимости создания и развития конкурентного рынка поставщиков жилищно-коммунальных услуг, что предполагает появление ряда новых компаний, которые будут выполнять функции по управлению и содержанию жилого фонда.

Рынок жилищно-коммунальной сферы значителен по масштабам и в перспективе является крайне привлекательным для частного бизнеса. При этом у него неплохие перспективы роста, учитывая увеличение спроса на более качественные (хотя и более дорогие) услуги. Именно это направление особенно привлекательно для частных компаний.

Частные управляющие компании охотно займут нишу, где роль государства и муниципалитетов еще несколько лет назад казалась незыблемой.

Отсюда вытекает серьезная проблема рынка управляющих компаний, преобразованных из бывших ЖЭКов в жилищной сфере: сохранив фактически монопольное положение на рынке за счет имеющихся связей, такие компании не заинтересованы в повышении качества услуг (нет конкурентов – некого бояться!) и зачастую просто не способны повысить этот уровень (старые модели работы, незнание и невозможность внедрения новых технологий).

Это, бесспорно, может ухудшить отношение потребителей услуг к частному бизнесу в данном секторе, так как формально они являются не государственными и не муниципальными, а именно частными компаниями.

Между тем коммунальный комплекс требует не просто больших денег, а изменения всех механизмов управления им, в том числе и в финансовой сфере. Нужно изменить сам подход к оказанию услуг, привлечь квалифицированные кадры либо обеспечить переобучение имеющихся, активнее внедрять новые технологии. Справиться с этими задачами самостоятельно жителям не под силу, следовательно, необходимо активнее привлекать к их решению бизнес.

Итак, в качестве основных направлений работы по перспективному развитию рынка управляющих компаний в жилищной сфере можно назвать следующие:

- максимально широкое информирование населения о возможностях, которые появляются в результате реформирования системы управления многоквартирными домами;
- обеспечение реальной конкурентности при выборе управляющей компании;
- повышение качества нормативно-правовой базы.

Позитивная оценка собственниками жилья деятельности управляющей компании в значительной мере зависит от приемлемых цен, бесперебойного снабжения коммунальными услугами и от того, насколько эффективно средства оплаты за жилье и услуги трансформируются в улучшение состояния дома и качество жизни в нем. Вместе с тем управляющая компания с минимальными издержками может увеличивать виды услуг, например, обеспечивая безопасность жителей, а также их социально-психологические межличностные потребности.

© Браташ М. А., 2009

АКТИВІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА ЯК НЕОБХІДНИЙ ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Для збалансованого та пропорційного розвитку вітчизняної економіки в сучасних кризових умовах особливої уваги потребує розвиток матеріального виробництва для потреб внутрішнього ринку і сприяння експорту. Тож саме виробниче підприємництво повинне стати інструментом пожевлення базових галузей реальної економіки та відбудови науково-технічного потенціалу країни.

Великий вклад у теорію підприємництва зробили такі іноземні економісти, як М. Пітерс, Ф. Хайек, А. Хоскінг, Й. Шумпетер та ін. Проблемами підприємництва займалися також такі російські та вітчизняні вчені, як В. С. Балабанов, А. В. Бачурін, В. М. Гриньова, Г. П. Черніков, В. М. Яковлев та ін.

Проте більша частина робіт присвячена розробці загальних та методологічних основ підприємництва у сфері обміну, послуг та банківської справи. Тому питання створення умов для підприємництва у сфері виробництва й визначення його ефективності потребує подальшого дослідження.

Сучасні умови функціонування підприємницьких структур свідчать про необхідність створення відповідних умов ефективного підприємництва, що є особливо важливим у сфері матеріального виробництва. Саме це вимагає певного рівня державного регулювання в економіці через податкову, інвестиційну, тарифну політику тощо, а також через регулювання відносин між роботодавцями та співробітниками. Під час спаду держава має не тільки здійснювати регулювання ринкових відносин, а й впливати на ринкову кон'юнктуру через політику доходів населення та цілеспрямовану підтримку саме виробничого підприємництва [1].

Основною необхідною умовою для активізації та розвитку виробничого підприємництва є визнання його пріоритетної ролі в різноманітні сфер діяльності в ринкових умовах, особливо це стосується високотехнологічного та інноваційного підприємництва.

Як показує світовий досвід, найбільш раціональними формами виробничого підприємництва є організаційні структури для скоординованої взаємодії малого та корпоративного підприємства [2].

Економічна ефективність підприємництва відображає результативність економічних дій підприємця, направлених на досягнення поставленої мети [3]. Питання ефективності виробничого підприємництва повинне розглядатися в комплексі на макро- та мікрорівнях у контексті економічної й соціальної складових. Так, макrorівень представлений внеском підприємницького сектору реальної економіки у формування та досягнення загальних для країни цілей, а саме: створення технічного потенціалу країни, інноваційний розвиток галузей економіки тощо. Визначення такої ефективності обмежене через відсутність відповідної статистичної інформації.

Ефективність підприємництва на мікрорівні досягається при забезпеченні умов рівноваги попиту та пропозиції на продукцію підприємства. Основними факторами на цьому рівні є зростання ефективності виробничого капіталу, орієнтація на кінцевого споживача тощо.

Соціальна складова ефективності відображає ступінь досягнення соціальних параметрів підприємництва [3], що полягає у найбільш повному задоволенні потреб суспільства в цілому (макрорівень) та персоналу підприємницької структури (мікрорівень) за умови обмеженості ресурсів, що є характерним для сьогоденної ситуації. Для забезпечення соціальної ефективності підприємництва необхідні соціально орієнтовані ринкові механізми, при цьому роль регулятора та настроювача повинна взяти на себе держава, побудована на принципах відкритого суспільства.

Таким чином, процес розвитку підприємництва в Україні, в тому числі і у сфері виробництва, має складний характер, обумовлений додатково кризовими явищами в економіці. Унаслідок цього створенню передумов для його розвитку та підвищення соціально-економічної ефективності повинно бути приділено особливу увагу на всіх рівнях управління як у короткотерміновій, так і в довгостроковій перспективі.

Література: 1. Абалкин Л. И. Курс переходной экономики. – М., 1997. 2. Грачева М. В. Инновационное предпринимательство, его риски и обеспечение безопасности: Пособие для предпринимателя / М. В. Грачева, А. С. Кулагин, С. Ю. Симаранов; [Под общ. ред. А. С. Кулагина. – М.: Акад. нар. хозяйства при Правительстве РФ, Центр коммерциализации технологий, 2000. 3. Омельченко Е. В. Проблемы становления и функционирования производственного предпринимательства. – М.: ИКАР, 1998.

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДУКТИВНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Розв'язання проблем забезпечення продуктивної зайнятості є обов'язковою умовою побудови потужної ринкової економіки. Економіка України потребує забезпечення стабільного й тривалого зростання. Цьому може сприяти малий і середній бізнес, який має значний потенціал для розвитку економіки та соціальної сфери. Дослідження проблем забезпечення продуктивної зайнятості у сфері промислового підприємництва викликає великий інтерес у науковців. Однак шляхи вирішення цих проблем можна визначити на основі результатів аналізу динаміки продуктивної зайнятості та соціальних показників, що пов'язані з цим процесом.

Аналіз літературних джерел щодо забезпечення продуктивної зайнятості у сфері підприємництва показав, що більшість вчених, таких, як В. Онікієнко, В. Гриньова, М. Новікова, В. Міненко, Л. Гриневич, Л. Іванова, І. Прибега, розглядають окремі методико-методичні складові забезпечення продуктивної зайнятості [1 – 7]. Комплексний аналіз забезпечення продуктивної зайнятості на малих підприємствах промисловості та обґрунтування проблем, які з цим пов'язані, досі відсутні.

Метою статті є виявлення та обґрунтування проблем забезпечення продуктивної зайнятості персоналу малих промислових підприємств. Мета дослідження зумовила постановку таких завдань: визначити рівень та обґрунтувати тенденції забезпечення продуктивної зайнятості персоналу малих підприємств промисловості, у переробній промисловості та машинобудуванні; проаналізувати рівень оплати праці на малих підприємствах у промисловості й оцінити його відносно мінімальних соціальних стандартів.

Продуктивна зайнятість – це така зайнятість, яка за рахунок продуктивної праці й ефективного управління створює необхідні для розвитку суспільства ресурси і дає кожному працівнику дохід у розмірі, необхідному для розширеного відтворення його фізичних, інтелектуальних та професійних якостей [1]. Тому підвищення ефективності діяльності у сфері підприємництва може бути досягнуто лише за умови забезпечення продуктивної зайнятості [2 – 4].

Продуктивна зайнятість на малих підприємствах промисловості може бути визначена як відношення чистого прибутку (певного результату) до заробітної плати найманих працівників (витрат). Результати аналізу динаміки продуктивної зайнятості найманих працівників малих підприємств показали, що за період з 2003 до 2007 рр. середньорічна динаміка цього показника у промисловості складала 98,19%; у переробній промисловості – 97,62%; у машинобудуванні – 112,36% [5]. У цілому в промисловості продуктивна зайнятість мала позитивну динаміку (102,72%), але це, на жаль, не свідчить про відсутність певних проблем її забезпечення у сфері малого підприємництва.

Негативним у забезпеченні продуктивної зайнятості найманих працівників є низький рівень оплати праці на малих підприємствах промисловості. Так, у промисловості взагалі співвідношення середньомісячної заробітної плати та прожиткового мінімуму для працездатних осіб складало у середньому за період, що досліджувався, 93,04%; у переробній промисловості – 92,27%; у машинобудуванні – 116,54%.

Таким чином, на основі аналізу динаміки продуктивної зайнятості персоналу малих підприємств промисловості можна обґрунтувати такі проблеми в її забезпеченні: низький обсяг прибутку малих підприємств промисловості, що обумовлено збитковістю їх діяльності за рахунок неефективного використання ресурсів, у тому числі трудових; низький рівень оплати праці на малих підприємствах, що знижує мотивацію праці найманих працівників. Подолання цих проблем можливе шляхом забезпечення результативної діяльності малих підприємств промисловості на основі ефективного менеджменту та забезпечення продуктивної зайнятості персоналу.

Література. 1. Онікієнко В. В. Продуктивна зайнятість населення: зміст, актуальні проблеми і шляхи досягнення / В. В. Онікієнко, Н. І. Коваленко – К.: РВПС, ПК "ПРИНТ-ЕКСПРЕСС", 1999. – 36 с. 2. Гриньова В. М. Забезпечення продуктивної зайнятості на основі оцінки стану ринку праці / В. М. Гриньова, М. М. Новікова // Міжвідомчий науковий збірник "Зайнятість та ринок праці". – 2004. – Вип. 19. – С. 122 – 129. 3. Міненко В. Л. Державна політика забезпечення продуктивної зайнятості населення регіону шляхом розвитку підприємництва: Автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. 25.00.02. – Харків: Нац. акад. держ. упр. при Президентові України Харк. регіон. інститут держ. упр., 2004. – 20 с. 4. Гриневич Л. В. Проблеми визначення впливу продуктивної зайнятості на фінансові результати підприємства // Научно-технический сборник. – 2007. – №78. – С. 322 – 326. 5. Промисловість України 2001 – 2007. Статистичний збірник / За ред. Л. М. Овденко. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2008. – 304 с. 6. Іванова Л. Н. Проблемы оценки уровня занятости в сфере малого предпринимательства // Занятость, рынок труда и безработица. – 1995. – №3. – С. 61 – 65. 7. Прибега І. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні / І. Прибега, С. Цебринська // Наука молода. – 2005. – №5. – С. 21 – 26.

КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ В ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОСПОДАРСТВА

Початок третього тисячоліття характеризується переходом суспільства на новий етап свого розвитку. Цей етап, який часто називається постіндустріальним, інформаційним, посткапіталістичним, характеризується рядом особливостей, що знайшли своє відображення у працях багатьох нині працюючих дослідників соціально-економічних трансформацій сучасності [1].

На сьогоднішній день сформувалися дві основні моделі територіальної організації господарства: вертикально-інтеграційна (централізаційна); мережна (кластерна).

Для нашої держави характерною рисою є те, що при вертикально-інтеграційній моделі господарювання суб'єкти господарювання, які тісно пов'язані між собою, можуть знаходитися не лише в сусідніх регіонах, але й у різних територіальних частинах країни. У результаті маємо недоотримання економічного результату через завеликі транспортні витрати, нерациональне використання ресурсів, у тому числі робочого часу (він втрачається задля здійснення взаємодії між віддаленими співпрацюючими підприємствами), необхідність створення умов для залучення кваліфікованих робітників з інших регіонів країни.

Таким чином, централізаційна модель територіальної організації господарства не враховує або враховує з малим рівнем значущості географічний фактор, що не завжди є доречним або ефективним.

За нових умов ринкового господарювання великого значення набуває кластерна модель економіки, що передбачає використання кластерів – сконцентрованих на певній території взаємозалежних компаній, інфраструктури, науково-дослідних інститутів, навчальних закладів тощо [2].

Практичне використання кластерної моделі економіки дозволяє як проводити аналітичні заходи, так і використовувати практичні аспекти такого утворення, наприклад, більш ефективно керувати виробничим процесом на підприємствах спільного виробничого циклу.

У той же час кластерна модель територіальної організації господарства, що пропонується, має ряд недоліків. Так, якщо регіон має певну спеціалізацію, диверсифікованість ризиків деструктивних змін в економіці різко зменшується, що, у свою чергу, за певних умов може безпосередньо призвести до нерівномірного розвитку кластерних утворень у країні [3].

Окрім цього, слід зважати й на те, що інноваційна складова підприємницької діяльності за умов існування кластерів може значно скорочуватися, адже внаслідок співпраці декількох десятків, а інколи і сотень фахівців-керівників складніше прийняти єдине універсальне та зручне для всіх управлінське рішення.

Таким чином, за умов української сучасності використання кластерної моделі територіальної організації виробництва є доречним, але вкрай важливою є необхідність диверсифікації діяльності підприємств кластера, наприклад, завдяки створенню деяких менш залежних виробничих об'єднань у межах одного кластера і потреба у забезпеченні ефективного менеджменту задля системності прийняття рішень на етапах планування, організації, стимулювання й контролю діяльності кластера.

Література: 1. Марков Л. С. Экономические кластеры как форма функционирования и развития промышленности региона. 2. [http://ru.wikipedia.org/wiki/Кластер_\(экономика\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Кластер_(экономика)). 3. Арутюнов Ю. А. Формирование региональной инновационной системы на основе кластерной модели экономики региона // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 04.2008. 4. Минэкономики Украины предлагает создавать кластеры. // Журнал Корреспондент. – 01.09.2008.

УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ АКТИВНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ НАУКОМІСТКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Глобальні зміни, пов'язані з формуванням економіки нового типу, яка ґрунтується на знаннях, інноваційних технологіях, на домінуванні високотехнологічних галузей, визначають лідируюче положення наукомістких підприємств у структурі передових економік світу. Відмітною особливістю



сучасних наукомістких підприємств є те, що основний результат їх діяльності (у явному або неявному вигляді) становлять інтелектуальні активи.

У даний час дослідники та практики у сфері менеджменту наукомістких підприємств активно займаються питаннями управління інтелектуальними активами. Також активно досліджується питання розвитку інтелектуальних людських ресурсів як джерела створення інтелектуальних активів. Інтелектуальні активи та інтелектуальні людські ресурси складають інтелектуальний капітал наукомістких підприємств. Незважаючи на те, що останніми роками проведено безліч спеціальних досліджень, комплексної та цілісної системи управління інтелектуальним капіталом наукомістких підприємств ще не створено, і багато важливих проблем потребують подальшого опрацювання. Так, недостатньо дослідженими залишаються процес перетворення інтелектуальних людських ресурсів в інтелектуальні активи, методи активізації інтелектуальної діяльності персоналу.

Багато авторів займаються дослідженнями проблем управління інтелектуальним капіталом підприємства. Серед них можна виділити роботи: Б. З. Мільнера (питання творчості співробітників у концепції управління знаннями); І. Нонака (виробництво знань); О. Н. Мельникова (управління корпоративною творчою енергією організації); Л. І. Лукичевої і Е. В. Егоричевої (інтелектуальна активність персоналу); Д. Н. Егоричева (управління інтелектуальними активами); В. А. Козлової (відтворення інтелектуального капіталу) та ін. [1 – 5].

Метою даної роботи є подальший розвиток теоретико-методичних основ управління інтелектуальною активністю персоналу, що забезпечують інноваційний розвиток і підвищення конкурентоспроможності наукомістких підприємств.

Ґрунтуючись на дослідженнях провідних вчених-економістів [4], доцільно запропонувати такі етапи управління інтелектуальною активністю персоналу:

1. Визначення критеріїв оптимальності інтелектуальної активності пов'язано з тим, що творча діяльність повинна бути не хаотичною, а спрямованою на виконання певного завдання.

2. Забезпечення інтелектуальної активності передбачає:
постановку творчого завдання;
мобілізацію творчого потенціалу;
забезпечення умов для творчої діяльності.

3. Моніторинг інтелектуальної активності – достатньо складний процес, тому оцінити інтелектуальну активність взагалі є важким завданням.

4. Виявлення проблемних факторів.

5. Корегування та розвиток інтелектуального потенціалу персоналу.

Виконання запропонованої послідовності етапів на вітчизняних підприємствах сприятиме активізації інтелектуальної діяльності персоналу та підвищенню її ефективності.

Література: 1. Мильнер Б. З. Управление знаниями. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 178 с. 2. Нонак И. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонак, Х. Такеучи. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. – 384 с. 3. Мельников О. Н. Экономика и управление творческой энергией предпринимательской деятельностью как функции затрат творческой энергии субъектов рынка. – М.: ИД "МЕЛАП", 200. – 170 с. 4. Лукичева Л. И. Управление интеллектуальным капиталом: Учебн. пособ. / Л. И. Лукичева, Е. В. Егоричева. – М.: Омега-Л, 2007. – 552 с. 5. Козлова В. А. Интеллектуальный капитал: экономическое содержание и особенности воспроизводства. Автореф. на соиск. уч. ст. канд. экон. наук. – М.: Финансовая академия при правительстве РФ, 2001.

Грузіна І. А.

УДК 005.95:331.101.3

МОТИВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Передумовою стабільного економічного зростання підприємства є створення такого механізму формування мотиваційного середовища, в якому люди орієнтовані на повну реалізацію своїх фізичних та інтелектуальних здібностей. Мотивація персоналу – це основний засіб забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Основний акцент у сучасних умовах робиться на індивідуалізації застосовуваних для мотивування персоналу методів, що сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства завдяки розкриттю особистого мотиваційного потенціалу кожного співробітника.

© Грузіна І. А., 2009



Проблемам мотиваційного управління персоналом присвячено багато праць вчених, серед яких А. Афонін, В. Гриньова, Г. Дмитренко та ін. [1 – 3]. Однак у сучасних умовах, коли спостерігається зростаюча роль особистості працівника, відповідно змінюється співвідношення стимулів і потреб, на які може спиратися система стимулювання підприємства. Для мотивації співробітників сьогодні використовуються як матеріальні, так і нематеріальні методи винагороди. Але визначеної картини про співвідношення окремих аспектів мотиваційної сфери співробітників і найбільш ефективних методів управління ними ні теорія менеджменту, ні практика управління персоналом не дають.

Мета даної статті полягає у виявленні найбільш ефективних методів задоволення потреб робітників у процесі трудової діяльності, що сприятиме розкриттю їх потенціалу та досягненню високих результатів діяльності підприємства.

З метою забезпечення комплексного підходу до мотивації праці необхідно враховувати психологічні аспекти проблеми матеріального стимулювання, а саме ставлення різних категорій працівників до форм стимулювання, що повинні застосовуватися з урахуванням рівня кваліфікації, віку та інших факторів. Ігнорувати такі розбіжності не можна. Крім того, вибір системи матеріального стимулювання праці має бути чітко узгодженим з особливостями та завданнями діяльності підприємства, в іншому разі не слід розраховувати на ефективність кінцевих результатів [2].

Крім матеріальних інтересів, працівників завжди спонукають до дій особисті причини, що відрізняються великою різноманітністю та мінливістю. Є досить широкий спектр засобів нематеріального стимулювання. Практика морального стимулювання не нова для нашої країни – в умовах соціалістичної економіки вона мала досить широке розповсюдження.

Існування індивідуальних особливостей передбачає різний ступінь важливості тих самих потреб для різних людей. Підтвердженням цьому є результати дослідження, проведеного у 2003 році в Росії [3], відповідно до яких для працівників інтелектуальної праці професійне зростання та відчуття значущості своєї праці мають такий же мотивуючий потенціал, як і грошова винагорода, а в деяких випадках і більший.

Отже, різна система цінностей передбачає різні підходи до стимулювання людей, і це теж необхідно враховувати. Для одного співробітника важливий його статус, іншому хочеться почувати свою затребуваність, третьому потрібні широкі повноваження, а четвертому важливіше за все економічна безпека в довгостроковій перспективі. У зв'язку з цим мотиваційні впливи повинні бути орієнтовані на те, яку значущість вони мають для самої людини, враховувати індивідуальність кожного співробітника та одночасно повинні бути уніфіковані, зведені в єдину систему, тому що різні підходи у сфері заохочення і покарання – найкоротший шлях до розколу в колективі.

Література: 1. Афонин А. С. Основы мотивации труда: организационно-экономические аспекты: Учебн. пособ. – К.: Укр. енциклопедия им. М. П. Бажана, 1994. – 304 с. 2. Гриньова В. М. Проблемы мотивации труда персонала предприятия: Монография / В. М. Гриньова, И. А. Грузина. – Харьков: ВД "ИНЖЕК", 2007. – 184 с. 3. Дмитренко Г. А. Мотивация и оценка персонала: Учебн. пособ. / Г. А. Дмитренко, Е. А. Шарпатов, Т. М. Максименко, Г. А. Дмитренко, Е. А. Шарпатов, Т. М. Максименко. – К.: МАУП, 2002. – 248 с.

УДК 336.226.1

Горайнова Ю. С.

ПРОБЛЕМИ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПРИВАТНИХ ПІДПРИЄМЦІВ

Ще донедавна мале підприємництво було тим сегментом економіки, що стрімко розвивається та має ґрунтовну державну підтримку, яка полягає у прийнятті низки законодавчих актів та створенні спрощеної системи оподаткування. Для фізичних осіб-підприємців спрощена система оподаткування дає можливість значно скоротити витрати на здійснення діяльності, досить гнучко реагувати на зміни ринкової кон'юнктури, оперативніше приймати й виконувати управлінські рішення. Істотне скорочення податків та витрат часу і коштів на ведення обліку популяризувало цю систему серед приватних підприємців, у зв'язку з чим щорічно в Україні кількість суб'єктів малого підприємництва збільшується. Саме це й обумовлює актуальність даного питання.

Незважаючи на безліч нормативних актів з питань оподаткування малого підприємництва, зокрема фізичних осіб-підприємців, за спрощеною системою, дотепер існують певні недоліки цього сектору, які полягають в обмеженості частини ринку та фінансових ресурсів, нестабільності доходів.

© Горайнова Ю. С., 2009



Аналізуючи умови діяльності приватних підприємців, можна дійти висновку, що існує необхідність створення сприятливих умов для становлення й розвитку цих суб'єктів та розробки відповідних правових, економічних і соціальних заходів щодо легалізації тіньових доходів.

Максимальний розмір виручки, що обмежує можливість працювати на єдиному податку, був установлений відповідним Указом ще в 1998 році й протягом цих років не змінювався, становлячи для фізичних осіб 500 тис. грн [1]. Це викликає проблему можливого перебільшення зазначеного рівня виручки значно раніше, ніж закінчується річний звітний податковий період, тому що сума 500 тис. грн не враховує щорічне зростання інфляції, що спостерігається в Україні. У випадку перевищення загальної суми виручки платник єдиного податку зобов'язаний здійснити перехід на загальну систему оподаткування, обліку й звітності починаючи з наступного звітного періоду (кварталу), що викликає безліч тіньових схем щодо зменшення реальної суми виручки. Тому прийняття відповідних змін стосовно збільшення граничної суми виручки для платника єдиного податку – фізичної особи – відіграє стимулюючу роль для цього сектору економіки.

Внесений до розгляду проект Закону про спрощену систему оподаткування суб'єктів малого підприємництва незначно підвищує обсяг виручки для платника єдиного податку до 1 000 тис. заробітних плат (на сьогодні це 605 тис. грн), однак при цьому встановлює нові розміри ставок єдиного податку для суб'єктів малого підприємництва – фізичних осіб – не менше 0,2 та більше 1 тис. заробітної плати на місяць. Як видно, зростання виручки на 20% не пропорційне зростанню ставок – мінімальна складає 20 грн, а становитиме 121 грн, тобто у 6 разів більше, максимальна складає 200 грн, а становитиме 605 грн, тобто більше в 3 рази.

Ще одним негативним моментом у роботі приватного підприємця – платника єдиного податку – є необхідність сплати єдиного податку навіть у ті місяці, коли діяльність через будь-які причини не здійснюється (це може бути викликано сезонністю роботи або особистими причинами). Виходом з цієї ситуації є або сплата відповідної ставки податку протягом місяців, що підприємець не працює, тобто собі у збиток, або знов-таки перехід на загальну систему оподаткування, однак у цьому році зворотний перехід уже заборонений, або офіційне призупинення діяльності, однак цей варіант зручний лише на тривалій проміжок часу.

Таким чином, зважаючи на те, що діяльність фізичних осіб – підприємців – здійснюється, виходячи зі встановлених відповідно до законодавства рамок, саме перегляд напрямів державного регулювання за зазначеними вище позиціями сприятиме збереженню обраної системи оподаткування приватних підприємців та розвитку сектору малого підприємництва й економіки України в цілому.

Література: Указ Президента України "Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва" від 28.06.99 р. №746/99 із змінами і доповненнями // www.rada.gov.ua.

Демченко Т. В.

УДК 658.821

БРЕНДИНГ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В современных экономических условиях, обусловленных мировым финансовым кризисом, одной из важнейших задач для руководства предприятий должен быть поиск путей удержания завоеванных рыночных позиций. Это может быть достигнуто с помощью формирования и развития конкурентных преимуществ предприятия.

Ведущие ученые-экономисты и менеджеры-практики считают, что одним из основных факторов конкурентоспособности предприятий является объем знаний, умений, опыта, навыков, которые рассматриваются как нетрадиционный нематериальный актив.

Перечисленные факторы являются формами проявления интеллектуального капитала предприятия. Проблемам определения его экономической сущности и структуры, оцениванию его величины посвящены труды таких иностранных экономистов, как Э. Брукинг, Л. Эдвинссон, Д. Аакер, Т. Амблер и др. [1]. Среди отечественных ученых следует отметить А. Чухна, Н. Маркову [2], С. Савчук, Е. Будаеву [3].

Существуют различные подходы к определению структуры интеллектуального капитала и роли бренда в ней.

© Демченко Т. В., 2009

Большинство ученых выделяют в структуре интеллектуального капитала клиентский капитал, отождествляют его с рыночными активами и определяют как систему надежных, долгосрочных и взаимовыгодных отношений предприятия со своими контрагентами [2]. Такие отношения создаются благодаря грамотно составленной и успешно реализованной стратегии брендинга. Бренды – образные представления, сохраненные в памяти заинтересованных групп, которые выполняют функции идентификации и дифференциации и определяют поведение потребителей при выборе продуктов, услуг [4].

Сильный бренд способен обеспечить лояльность (приверженность) потребителей к товару или услуге конкретного предприятия. Следовательно, это дает возможность влиять на потребительский спрос, удерживая долю на рынке. Задача маркетинга – обеспечение результатов, желательных равно как для потребителей, так и для собственников бизнеса. Маркетинг повышает результативность деятельности предприятия, увеличивая прибыльность капитала, вовлеченного в бизнес.

Для того чтобы брендинг стал эффективным, он должен быть согласованным и понятным. Бренды не статичны, а находятся в постоянном развитии. Они могут меняться в зависимости от ожиданий заинтересованных лиц и условий рынка, независимо от того, заметны ли эти изменения. Важно управлять этим развитием, непредвиденным или ожидаемым, а не просто позволять ему происходить. Развивая бренд, предприятие получает краткосрочный и долгосрочный эффекты, которые необходимо рассчитывать. Краткосрочный эффект – увеличение операционной прибыли в текущем периоде, долгосрочный – будущая прибыль от инвестиционной деятельности [5].

Таким образом, зарекомендовавшее себя предприятие, то есть такое, которое создало сильный бренд, укрепит свои конкурентные преимущества. Следовательно, руководству предприятия целесообразно концентрировать свои ресурсы вокруг Brand Equity (капитала бренда). Во-первых, он способен поддержать спрос на продукцию предприятия, во-вторых, являясь рыночным активом, увеличить стоимость бизнеса. Капитал бренда – долгосрочная перспектива предприятия.

Литература: 1. Аакер Д. Создание сильных брендов. – М.: Издательский дом Гребенникова. – 2003. – 450 с. 2. Лисица Н. М. Міжнародний бізнес: теорія і практика: Монографія / Н. М. Лисица, Я. О. Полякова, Л. В. Базалієва, Л. І. Піддубна, Ю. О. Семікоп. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – 140 с. 3. Савчук В. Оцінка ефективності маркетингових програм / В. Савчук, Е. Будаєва // Економіка України. – 2005. – №1. – С. 47 – 52. 4. Котлер Ф. Бренд-менеджмент в B2B-сфері / Ф. Котлер, В. Пфферч. – М.: Вершина, 2006. – 432 с. 5. Будаєва О. В. Фінансове обґрунтування маркетингових програм // Фінанси України. – 2004. – №8. – С. 62 – 68.

УДК 661.12

Деренська Я. М.

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРИ ПРОЕКТУВАННІ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ФАРМАЦІЇ

Значна конкуренція на фармацевтичному ринку обумовлює необхідність упровадження логістичного менеджменту при просуванні лікарських засобів. Особливістю вітчизняної системи дистрибуції фармацевтичної продукції є велика кількість різних за обсягом робіт компаній. Кожна аптека має кілька постачальників, яких обирає або за ціною політикою, або з міркувань взаємовигідного співробітництва (особливості розташування, додаткові послуги тощо) [1].

Логістична система – це складна організаційно завершена економічна система, що складається з елементів, зв'язаних у єдиному процесі управління матеріальними і супутніми їм потоками [2, с. 179 – 180]. Проектування логістичної системи повинно не тільки враховувати загальні принципи логістичного менеджменту, але й специфіку галузі щодо правил контролю вхідних матеріалів (субстанцій), розташування обладнання, наявності певних складів за видами лікарських препаратів, умов зберігання та транспортування [3]. Одним із напрямків контролювання величини витрат і часу на створення ефективнішого варіанта мікрологістичної системи в умовах фармації є використання інструментів проектного менеджменту.

Мета дослідження – виявлення та обґрунтування використання певних інструментів проектного менеджменту при проектуванні мікрологістичної системи в умовах фармацевтичного підприємства.

© Деренська Я. М., 2009



Проектування логістичної системи здійснюється за етапами:

1. Формулювання мети та завдань логістичної системи (мінімізація витрат, максимальне просування продукції тощо). На цьому етапі рекомендується застосовувати такий інструмент проектного менеджменту, як "дерево цілей" – це схема цілей, підцілей за рівнями.

2. Обґрунтування елементів робіт із проектування логістичної системи, визначення часу та витрат на кожну з них. На цьому етапі рекомендується застосовувати такі інструменти проектного менеджменту, як "дерево робіт", сітковий графік, матриця відповідальності, діаграма Ганта. Побудова сіткового графіка дозволить визначити загальний час проектування. Матриця відповідальності – це графічне визначення того, хто виконує роботи з проектування логістичної системи, закріплення відповідальності членів проектною командою за виконання окремих елементів проекту. Календарний графік (діаграма Ганта) відображає планові й фактичні дані про початок, кінець і тривалість кожного робочого елемента проекту.

3. Формування логістичної системи: аналіз логістичного оточення – виявлення видів та впливу факторів макро- і мікросередовища на логістичні системи; формування інформаційної бази (визначення оцінних логістичних показників різних функціональних підсистем); обґрунтування умовної ринкової (а також фізичної) межі логістичної системи, виявлення необхідності у будівництві (орендуванні) складів, залученні дистриб'юторів; аналіз варіантів розташування елементів логістичної системи (розрахунок відстані, показників витратності, ефективності); вибір варіанта логістичної системи; забезпечення діяльності логістичної системи.

4. Оптимізація логістичної системи; аналіз ефективності функціонування логістичної системи.

Таким чином, застосування інструментів проектного менеджменту дозволяє структурувати роботи з проектування логістичних систем, сприяє зменшенню втрат фінансових ресурсів та часу.

Література: 1. Толочко В. М. Загальні аспекти та специфіка вітчизняного фармацевтичного маркетингу / В. М. Толочко, Ю. П. Медведєва, Л. В. Галій // Провізор. – 2008. – №5. – С. 6. 2. Сумець А. М. Логістика: Теорія, ситуації, практичні завдання: Учебн. посіб. – К.: Хай-Тек Пресс, 2008. – 320 с. 3. Посилкіна О. В. Фармацевтична логістика: Монографія / О. В. Посилкіна, Р. В. Сагайдак, Б. П. Громовик; [За ред. О. В. Посилкіної. – Харків: Вид. НФаУ: Золоті сторінки, 2004. – 320 с.

Добровольська М. В.

УДК 334.72.330.322 (477)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНВЕСТУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Останніми роками в Україні активно розвивається сектор малого бізнесу, зростає його питома вага у сфері народного господарства. Саме тут, у малому бізнесі, – головний резерв створення робочих місць і подолання безробіття. Так, за даними Державної служби зайнятості України, у Харківській області на сьогодні сектор малого бізнесу забезпечує роботою кожного четвертого із загальної кількості зайнятих, а в місті Харкові – майже кожного третього [1, с. 93]. Тому надзвичайно актуальним є питання, пов'язані з розвитком цього сектору.

Мале підприємство як самостійний і невід'ємний елемент ринкової економіки істотно впливає на структуру перебудови економіки країни, підвищує загальні обсяги виробництва і роздрібно-товарообігу, сприяє раціональному використанню всіх ресурсів, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції й усунення монополізму, забезпечує дієві стимули до інноваційних процесів і високоефективної праці. За рахунок мобільності, гнучкості інноваційного підходу малі підприємства здатні швидко пристосовуватись до змін споживчого попиту, знаходити свою ринкову нішу, оперативно здійснювати виробництво нової продукції малими партіями. Вони мають невисокі експлуатаційні витрати, створюють раціональну структуру організації й управління, здійснюють постійний пошук нетрадиційних рішень і нових способів дій. Саме цим визначається те істотне значення, яке набув малий бізнес у сучасному суспільстві, і пояснюється значна та ретельно продумана державна підтримка малого бізнесу на Заході.

Відомо, що однією з найважливіших проблем розвитку малого бізнесу є нестача фінансових ресурсів. Багато науковців розглядають різні варіанти і по-різному досліджують проблему інвестування малого бізнесу. Пропонується розв'язання цієї проблеми шляхом мікrokредитування (В. Галь, А. Перетятко, Т. Колодязна) [2, с. 17], функціонування бізнес-інкубатора та надання кредитів через структуру Українського фонду підтримки підприємства (І. Неделько). Схема кредитування малого бізнесу за умовами цієї структури дасть можливість зменшити ставки за кредитами до 4 – 7%

© Добровольська М. В., 2009

річних (або в 4 – 5 разів менше за існуючі), що на сьогодні відповідає ставкам міжнародної організації IFC і Європейського банку реконструкції та розвитку [3, с. 89]. Пропонується як мікрокредитування, так і функціонування бізнес-інкубатора (О. Ткачук). Тим не менше, науковцями не обґрунтовується складність використання цих шляхів. Автор вважає, що застосування вищезазначених фінансових інструментів значно сприятиме розвитку суб'єктів підприємницької діяльності [4, с. 43].

Розв'язання проблеми розвитку малого підприємництва потребує формування цілісної державної політики щодо інвестиційного забезпечення цього розвитку. У багатьох країнах світу розроблено державні програми розвитку малого бізнесу. Організаторами та учасниками цих програм виступають уряд, місцева влада та підприємці, а спрямовані вони на розв'язання найгостріших проблем малого бізнесу, до яких належать: фінансово-кредитне забезпечення, низький рівень кваліфікації управлінського персоналу, брак інформації з економічних питань, труднощі з реалізацією продукції.

Література: 1. Неделько І. Г. Фінансування розвитку сектору малого бізнесу // Фінанси України. – 2007. – №1. – С. 93 – 98. 2. Перетятко А. Ю. Проблеми мікрокредитування малого підприємництва в Україні за сучасних ринкових умов та шляхи їхнього вирішення // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. Сер. Економічні науки. – 2006. – Т. 9. – №2. – С. 18 – 19. 3. Ткачук О. М. Інвестиційне забезпечення розвитку малих підприємств // Фінанси України. – 2000. – №7. – С. 89 – 93. 4. Хлівна І. В. Становлення та розвиток малого підприємництва в Україні // Економіка і управління – 2005. – №4. – С. 40 – 43.

УДК 334.7.021

Дуда О. В.

КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД ДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах поглиблення процесів глобалізації економіки та зростання рівня міжнародної конкуренції все більшої актуальності набуває питання підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств. Щоб залишатися конкурентоспроможними, підприємства мають переглянути організаційні форми ведення бізнесу, засади інноваційної діяльності та взаємозв'язки з покупцями й постачальниками.

У світовій практиці широко застосовується кластерний підхід до розвитку підприємництва, в основі якого лежить створення і функціонування кластерів як головних чинників підвищення конкурентоспроможності підприємств, регіонів та країни в цілому. Основоположник даного підходу М. Портер визначає кластери як сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій, які конкурують між собою та водночас ведуть спільну діяльність [1, с. 256]. Акцент робиться саме на географічній близькості компаній. Слід погодитися, що географічна близькість сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств за рахунок поширення позитивного впливу лідируючої компанії на найближче оточення.

Вважається [2], що пріоритетним є створення кластерів на основі кооперації малого та середнього бізнесу і великих підприємств, які займають провідні позиції в регіоні. На думку автора, участь у кластері дозволить невеликим компаніям отримати додаткові вигоди за рахунок ефекту від масштабу, що є досить важливим, особливо в умовах економічної кризи. Основою формування кластерів мають стати підприємства, що виробляють аналогічні товари, ринок праці з відповідними професійними здібностями та досвідом, передові технології, природні ресурси.

На основі узагальнення наявних джерел пропонується процес створення й розвитку кластера представити такою послідовністю етапів: аналіз регіональної економіки та ідентифікація кластера, визначення його кордонів, проведення початкового дослідження виявленого кластера, формування групи лідерів, інституціоналізація кластерної ініціативи, визначення напрямків діяльності, розробка стратегічного і поточного планів дій [3].

На думку автора, для подальшого розвитку кластерних структур необхідно забезпечення певних умов. Можна погодитися з М. Войнаренко [2], що для становлення кластера як життєздатної, успішної та ефективної організації необхідні ініціатива, інновації, інформація, інтеграція та інтерес (концепція "5-І"). Адже без ініціативи неможливо створення й реалізація будь-якого проекту; тільки за допомогою нових інноваційних ідей та обміном інформацією про потенційні можливості кластера, його пріоритети діяльності й перспективи розвитку можна залучити додаткові інвестиції; тільки інтеграція зусиль бізнесу, влади та наукових установ забезпечує успішне функціонування кластера; і, нарешті, лише наявність економічного інтересу може гарантувати реалізацію проектів і отримання економічних вигод.

© Дуда О. В., 2009



Участь у кластері дозволяє його учасникам отримати додаткові конкурентні переваги, оскільки потенціал кластера як єдиного цілого перевищує суму його складових частин [1]. До головних переваг, виділених на основі робіт [2 – 4], належать: прискорення інноваційного розвитку та підвищення інноваційного потенціалу підприємств за рахунок доступу до стратегічної інформації, інновацій, знань і ноу-хау; взаємне збагачення досвідом за рахунок обміну знаннями між учасниками кластера; зниження витрат та збільшення обсягів виробництва продукції за рахунок ефекту синергії; залучення до кластера нових компаній за рахунок створення "критичної маси" та ін.

Таким чином, кластери є досить сприятливим середовищем для підвищення конкурентоспроможності та збільшення інноваційного потенціалу підприємств. Їх формування дасть значний імпульс розвитку підприємництва й дозволить підвищити ефективність діяльності не лише компаній, а й влади та наукових установ. Однак існує брак досліджень у сфері управління кластером і його потенціалом, що потребує подальших розробок.

Література: 1. Портер М. Э. Конкуренция: Пер. с англ. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2005. – 608 с. 2. Войнаренко М. П. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів // Економіст. – 2008. – №10. – С. 27 – 30. 3. Посібник з кластерного розвитку. – К.: Консорціум GFA, 2006. – 38 с. 4. Мигранян А. А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах с переходной экономикой // Вестник КРСУ. – 2002. – №3.

Доровська В. О.

УДК 331.101.262

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

На сьогоднішній день в умовах жорсткого конкурентного середовища та підвищення технологічності виробництва значно зростає роль людини в економіці: її професійних, інтелектуальних і творчих здібностей. У наш час людський капітал дедалі більшою мірою стає передумовою сукупного виробництва, а отже, головним джерелом нагромадження багатства. Людський капітал має пріоритетне значення серед факторів виробництва, розкриваючи ефективність підприємницької діяльності та його перспективи подальшого розвитку, що й визначає актуальність даної теми.

Дослідженнями питань людського капіталу в різний час займалися такі зарубіжні вчені, як А. Сміт, В. Петті, Д. Рікардо, К. Маркс, А. Маршал, Дж. Мілль, У. Фішер та ін. Серед вітчизняних вчених можна відзначити С. Бандура, О. Бородіну, Н. Гавкалову, В. Гриньову, М. Дороніну, М. Новікову, А. Чухна та ін. Але на сьогоднішній день немає єдиної точки зору на проблеми формування й ефективного використання людських здібностей. Тому ця тема й на сьогодні залишається актуальною.

Метою написання даної статті є дослідження процесів формування людського капіталу як одного з чинників підвищення ефективності підприємницької діяльності.

У сучасній літературі існує безліч визначень поняття "людський капітал". Людський капітал становить сукупну кваліфікацію, фізичні (здоров'я) та професійні здібності всіх працівників підприємства, а також здобутки підприємства у справі ефективної організації, мотивації праці і розвитку персоналу [1].

Формування людського капіталу доцільно починати ще зі школи. Вміння, навички, сукупність духовних, культурних і матеріальних цінностей, які людина отримує у цей період та продовжує розвивати в подальшому, й визначає майбутній рівень людського капіталу. Одним із вирішальних факторів у формуванні людського капіталу є освіта. Здобуті знання стають основою змін, які відбуваються у виробництві. З підвищенням освітнього рівня населення зростає й інтелектуальний потенціал та збільшується продуктивність праці. Важливим є те, що на сьогоднішній день інвестиції в людський потенціал перестали сприйматися як ті, що не приносять вигоди, а вважаються такими, що можуть принести не тільки економічний і соціальний прибуток його власникові, а й такі, що сприятимуть зростанню економіки в цілому [2].

Для того щоб успішно керувати людським капіталом, отримувати найбільший результат, треба використовувати можливості працівника якомога ефективніше, створивши умови, які будуть сприяти найповнішому розкриттю його потенціалу: сприятливий соціально-психологічний клімат, можливість кар'єрного зростання та розвитку, гідна заробітна платня та ін. При цьому повинен братися до уваги фактор мотивації. Тільки тоді стануть можливими перемога над конкурентами, вдосконалення виробництва, зміцнення власних позицій.

© Доровська В. О., 2009

Таким чином, можна визначити, що людський капітал є одним із найважливіших чинників підвищення ефективності підприємницької діяльності та разом з тим його формування є пріоритетним завданням не тільки підприємців, а й держави. Це пов'язано з тим, що якісно сформований людський капітал приносить прибуток та вигоди у довгостроковій перспективі і є важливим ресурсом для розбудови національної економіки.

Література: 1. Гавкалова Н. Л. Соціально-економічний механізм ефективного менеджменту персоналу: методологія та концепція формування. Наук. вид. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 400 с. 2. Поплавська Ж. Економіко-філософські аспекти людського капіталу / Ж. Поплавська, В. Поплавський // Вісник НАН України. – 2002. – №12. – С. 3

УДК 658.5.012

Колосов А. М.

Ляшенко О. М.

АДАПТИВНА ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

За умов прояву об'єктивних причин початок ХХІ століття був ознаменований формуванням самостійного наукового напрямку – забезпечення економічної безпеки підприємства, широке коло питань якого, зокрема організації такого забезпечення, дотепер залишається невивченим.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що питання забезпечення економічної безпеки постійно перебувають у центрі уваги науковців. Але в більшості випадків вони досліджують лише окремі проблеми, пов'язані, насамперед, із формуванням базових засад даного наукового напрямку, визначенням системи економічних інтересів підприємств, формуванням окремих складових управління їх економічною безпекою, серед яких відсутні комплексні дослідження організації щодо такого забезпечення.

Метою дослідження є концептуалізація адаптивної організації діяльності щодо забезпечення економічної безпеки підприємства.

Забезпечення економічної безпеки підприємства доцільно розглядати як комплекс заходів, реалізацію яких зорієнтовано на взаємоузгодження економічних інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього та внутрішнього середовищ, у результаті якого має здійснюватись протистояння підприємства різноманітним загрозам. Формування та здійснення такого забезпечення потребує спеціального ресурсного забезпечення, вади якого також можуть виступати певною загрозою економічній безпеці підприємства.

Результативність та якість забезпечення економічної безпеки підприємства залежать від достатньо великої кількості чинників, серед яких надзвичайно велику роль відіграє адаптивна організація діяльності щодо такого забезпечення. Під адаптивною організацією діяльності в роботі [1, с. 435] розуміється організація діяльності, яка пристосовується до умов, що змінюються. Відповідно до джерела [1, с. 52 – 53] "функціональне значення парадигми адаптивної організації полягає в тому, що вона є інструментом організації діяльності підприємства при розповсюдженні впливу взаємовідносин "середовище – об'єкт" на ... організацію взаємодії елементів усередині підприємства в рамках середовища, яке формується самим підприємством, й на організаційну поведінку підприємства в цілому в ринковому середовищі".

Імперативний характер адаптивної організації діяльності щодо забезпечення економічної безпеки підприємства можна аргументувати в такий спосіб. По-перше, процес взаємоузгодження економічних інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього та внутрішнього середовища є ландшафтом, що постійно змінюється, й тому потребує перманентно адаптивної організації діяльності. По-друге, протистояння підприємства різноманітним загрозам потребує, перш за все, обмеження прийняття хибних організаційних рішень, механізмом мінімізації яких також має стати адаптивна організація діяльності. По-третє, високий рівень мінливості умов господарювання підприємств докорінно змінив умови вибору щодо формування ресурсного забезпечення їх діяльності, створивши тим самим низку загроз їх діяльності. Саме тому на виокремлення заслуговують питання створення інструментарію адаптивної організації діяльності щодо ресурсного забезпечення економічної безпеки підприємства.

© Колосов А. М., Ляшенко О. М., 2009



Таким чином, метою забезпечення економічної безпеки підприємства є взаємоузгодження економічних інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього та внутрішнього середовища, яке пропонується розглядати як підґрунтя захищеності підприємства від загроз. В умовах мінливості зовнішнього та рухливості внутрішнього середовища підприємства й обмеженості ресурсів провідною конструкцією такого забезпечення має виступати адаптивна організація діяльності щодо такого забезпечення. Перспективою подальших наукових розвідок може бути побудова контуру адаптивної організації діяльності щодо економічної безпеки підприємства.

Література: 1. Колосов А. Н. Адаптивная организация деятельности предприятия: Монография. – Луганск: Изд. ВНУ им. В. Даля, 2008. – 440 с.

Кузенко Т. Б.

УДК 65.011.4

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Інструментом ефективного забезпечення національної безпеки України є вивчення та запобігання загроз в економічній сфері. Отже, вивчення економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності набуває вирішального значення, тому що економічна безпека підприємства є одним з елементів національної безпеки.

Підприємство має ефективно функціонувати та мати збалансований і безупинний розвиток, що досягається за рахунок ефективного використання всіх видів ресурсів. Ефективність використання ресурсів підприємства характеризується такими фінансовими показниками, як прибуток, рентабельність, основними показниками використання основних і обігових коштів, показниками ліквідності та ін. Таким чином, фінансова складова економічної безпеки підприємства є найбільш важливою при оцінці рівня економічної безпеки підприємства.

З метою прозорості та ефективного забезпечення фінансової безпеки необхідні відповідні інформаційні матеріали, які постійно контролюють стан фінансової безпеки й визначають її рівень. За допомогою інформаційних матеріалів фінансовий аналітик має спроможність при застосуванні комп'ютерних та комунікаційних технологій управляти фінансовою безпекою підприємства.

Проблемам інформаційного забезпечення фінансової безпеки підприємства в науковій літературі не приділяється значної уваги.

Виходячи з обґрунтування статті та наукового рівня її розробленості, метою статті є засоби забезпечення інформаційної бази фінансової безпеки підприємства.

Сукупність засобів забезпечення інформаційної бази фінансової безпеки підприємства включає роботи з оцінки загроз негативного впливу на інформаційні матеріали фінансової безпеки, аналізу поточного рівня забезпечення інформаційними матеріалами, розрахунку ефективності прийнятих заходів щодо запобігання збиткам та негативному впливу на інформаційні матеріали фінансової складової, а також розробку рекомендацій щодо ефективності прийнятих заходів із поліпшення роботи інформаційно-аналітичної служби.

Тому на підприємстві нагально стає питання щодо розробки ефективного функціонування системи інформаційно-аналітичного забезпечення фінансової безпеки підприємства (ФБП).

З точки зору К. С. Горячевої, основним показником, на основі якого здійснюється якісна та кількісна оцінка стану ФБП, є прибуток [1]. Виходячи з цього, основним критерієм забезпечення фінансової безпеки підприємства, яка є результатом того чи іншого рівня управління фінансовою діяльністю підприємства, слід вважати наявність прибутку.

На думку Н. П. Фокіна, основний результат фінансової діяльності – це зміна обсягу заборгованості підприємства, скоригована на розмір фінансових витрат, дивідендних виплат та податкових платежів [2].

На погляд автора, основний фінансовий інтерес підприємства – це чистий прибуток, який лишається у розпорядженні підприємства та використовується тільки на його потреби.

Виходячи з цього, можна визначити основні етапи інформаційного забезпечення фінансової безпеки підприємства:

- збір різного роду інформаційних матеріалів;
- обробка та систематизація отриманої інформації;

© Кузенко Т. Б., 2009

аналіз отриманої інформації, що включає всебічну обробку інформації за допомогою існуючих методів аналізу;
захист інформаційного середовища підприємств;
зовнішня інформаційна діяльність, орієнтована на формування позитивного образу підприємства і запобігання зацікавлених осіб та організацій нанести шкоду репутації підприємства.
Таким чином, від ефективного стану інформаційного забезпечення фінансової складової економічної безпеки підприємства, насамперед, залежить управління фінансовою безпекою підприємства, визначення сильних та слабких сторін та прийняття стратегічних рішень щодо подальшого ефективного зростання й розвитку підприємства.

Література: 1. Горячева К. С. Информационно-аналитическое обеспечение финансовой безопасности предприятия // Актуальные проблемы экономики. – 2003. – №9. – С. 43 – 49. 2. Фокин Н. П. Методика выявления угрозы банкротства предприятий за оценкой показателей финансового состояния // Актуальные проблемы экономики. – 2003. – №7. – С. 56 – 67. 3. Ермошенко М. М. Финансовая безопасность державы: национальные интересы, реальные угрозы, стратегии обеспечения. – К.: Київський національний торговко-економічний університет, 2001.

УДК 331.108:316

Козырева Е. В.

РОЛЬ СОЦИАЛЬНО НАПРАВЛЕННЫХ РАСХОДОВ В ПРОЦЕССЕ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

Осуществление социально направленных расходов предприятий – это, по мнению большинства ученых-экономистов, проявление "социальной ответственности бизнеса". В настоящее время они рассматриваются как одна из "...фундаментальных ценностей цивилизованной экономики, политики, общества" [1]. Посредством программ, реализуемых в рамках корпоративной социальной ответственности, формируется не только социальный климат для бизнеса, но и новое качество жизни населения.

Необходимость осуществления компаниями социально направленных расходов получила теоретическое обоснование в концепции "stakeholders interests" ("интересы заинтересованных сторон"), обосновывающей необходимость учета интересов всех, кого в той или иной мере затрагивает деятельность предприятия.

При этом аргументами в поддержку социальной ответственности бизнеса являются: появление благоприятных для бизнеса долгосрочных перспектив; изменение потребностей и ожиданий населения; наличие ресурсов для оказания помощи государству в решении социальных проблем; моральное обязательство вести себя социально ответственно [2].

По мнению автора, имеет смысл говорить о внутренней и внешней составляющих социально направленных расходов промышленных предприятий.

Первая представляет собой следующие аспекты: регулярная выплата достаточно высокой заработной платы; деловая практика в отношении собственного персонала, обеспечивающая безопасность труда; осуществление дополнительного социального страхования; развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и проекты подготовки и повышения квалификации; предоставление помощи персоналу в критических ситуациях.

Вторая в большей степени не регулируется действующим законодательством, а определяется, как правило, существующими в стране традициями и включает в себя:

- спонсорство и корпоративную благотворительность;
- осуществление экологической деятельности как в рамках действующего законодательства, так и в пределах превосходящих установленных государством экологических стандарты;
- выпуск высококачественной продукции, характеризующий ответственность перед потребителями товаров и услуг.

На основании обобщения международного и отечественного опыта социально ответственного поведения хозяйствующих субъектов в статье предложена классификация социально направленных расходов предприятия (таблица).

© Козырева Е. В., 2009

Классификация социально направленных расходов предприятий

№ п/п	Наименование направлений расходов	Характеристика осуществляемых предприятиями расходов
1	Уплата налогов и сборов в бюджет	НДС, налог на прибыль и другие налоги. При этом штрафы и пени, уплаченные по налогам и сборам, не относятся к социально направленным расходам
2	Уплата налогов и сборов во внебюджетные фонды	Обязательные платежи в Пенсионный фонд, в Фонд социального страхования, а также добровольные платежи в негосударственные фонды на цели медицинского или дополнительного пенсионного, социального страхования сотрудников
3	Заработная плата	Все виды вознаграждений персоналу в качестве оплаты за труд
4	Расходы на "социальный" пакет и развитие персонала	Финансирование мероприятий, связанных с обучением и повышением квалификации персонала, предоставление сотрудникам социальных гарантий, предусмотренных Коллективным договором (долевое строительство жилья, предоставление частично оплачиваемого медицинского обслуживания и т. п.)
5	Текущие "социальные" расходы	Содержание объектов социальной сферы, финансирование мероприятий, связанных с реализацией культурных и оздоровительных программ, оказание финансовой поддержки пенсионерам, молодым семьям, осуществление разовых благотворительных акций как в пользу своих сотрудников, так и населения города (региона) месторасположения предприятия и т. п.
6	"Социальные" инвестиции	Финансирование строительства социальных объектов города (региона) месторасположения предприятий
7	Текущие "экологические" расходы	Эксплуатационные расходы, связанные с содержанием разного вида очистных сооружений. При этом платежи за выбросы в окружающую среду загрязняющих веществ, как в пределах утвержденных нормативов, так и сверх них, в "текущие" экологические расходы не включаются
8	"Экологические" инвестиции	Финансирование строительства и реконструкции объектов, имеющих природоохранное назначение

Указанная классификация может быть использована в целях планирования и управления деятельностью хозяйствующего субъекта, имеющей социальную направленность, а также при оценке экономической эффективности социально ответственного поведения хозяйствующих субъектов.

Литература: 1. Волгин Н. А. Социальная ответственность бизнеса: теоретические и прикладные аспекты / Н. А. Волгин, А. Н. Аверин, А. М. Бабич. – М.: Институт социологии РАН, 2006. – 126 с. 2. Самойленко В. П. Анализ социально-экономических подходов к исследованию феномена "социальная ответственность." – Пятигорск: Реклам.-информ. агентство на КМВ, 2005. – 106 с.

Курило С. В.

УДК 330.322:332.021

ІНВЕСТИЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦТВО

Інвестування є цілеспрямованим процесом. Вкладання коштів орієнтовано на отримання якнайбільшого ефекту. Для підприємств таким результатом є прибуток [1].

Найбільш рентабельною діяльністю інвестора буде тільки в тому разі, коли будуть максимально задоволені потреби ринку.

Перехід до ринкової економіки потребує підвищеної уваги до інвестиційної діяльності як одного з найважливіших напрямків реформування та способу збільшення основних фондів і виробничих потужностей господарства на базі науково-технічного процесу, підвищення його ефективності [2].

Особливо актуальною постає проблема залучення прямих іноземних довгострокових інвестицій. Відповідно до розрахунків Міністерства економіки потреба в іноземних інвестиціях для реформування економіки України становить понад 40 млрд дол. США, а потреба в іноземних кредитах для реалізації інвестиційних проектів сягає орієнтовано 8 млрд дол. США. Вони повинні не тільки дати серйозний імпульс оздоровленню української економіки, а й сприяти її входженню у світову економіку [2].

Інвестиційна діяльність спрямована на довгострокове вкладання капіталу в будь-яке підприємство з метою одержання прибутку, а інвестиції – як інструмент, за допомогою якого можна розмістити капітал, розраховуючи зберегти його чи забезпечити позитивну прибутковість від його розміщення.

Згідно із Законом України "Про інвестиційну діяльність" (1991 р.), інвестиції – це всі види майнових, інтелектуальних та інших видів діяльності, в результаті яких утворюється прибуток, дохід чи досягається соціальний ефект.

Як передбачає закон, інвестори можуть виступити як вкладники, кредитори, виконувати функції будь-якого учасника інвестицій, тобто вкладати капітали, купувати цінні папери, а також виконувати функції товаровиробників, проектувальників, підрядників, субпідрядників, замовників і забудовників.

Інвестиції як об'єкти підприємницької діяльності здійснюються в різних формах:

валові інвестиції характеризують загальний обсяг ресурсів, що спрямовуються на відновлення: нове будівництво, реконструкцію і розширення, технічне переозброєння, а також підтримку діючих потужностей;

чисті інвестиції становлять вкладення ресурсів у створення виробничих фондів й оновлення виробничого апарату. Вони менші за валові на величину ресурсів, що спрямовуються з фонду відновлення. Інвестуючі ресурси з фондів відшкодування і відновлення характеризують в остаточному підсумку співвідношення між простим та розширеним відновленням.

Інноваційні інвестиції (вкладення в нововведення) – це в основному вкладення в матеріальні активи, що забезпечують розвиток НТП і успішну протидію конкурентам на товарних ринках.

У промислово розвинутих країнах інновації своїм змістом і складом наближаються до реальних інвестицій. Однак доводиться здійснювати інвестиції у підтримку технічно відсталих малопродуктивних галузей і виробництв.

Отже, інвестиційна діяльність – це послідовна сукупність дій її суб'єктів (інвесторів і учасників) щодо здійснення інвестицій з метою одержання доходів чи прибутку. Кожна держава як об'єкт інвестиційної діяльності визначає правові, економічні та соціальні умови цієї діяльності у своєму законодавстві.

Література: 1. Сергеев И. В. Организация и финансирование инвестиций: Учебн. пособ. / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 272 с. 2. Титаренко Н. О. Теорії інвестицій: Навч. посібн. / Н. О. Титаренко, А. М. Поручник. – К.: КНЕУ, 2000. – 160 с.

УДК 507.17:[336.226.1.055.4+336.226.44.055.3.]

Кубатко О. В.

УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПРИРОДООХОРОННОГО НАПРЯМКУ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах економічної кризи, в якій зараз знаходиться Україна, одним із найбільш поширених способів стимулювання підприємницької діяльності і відновлення національної економіки є зниження рівня оподаткування в економічній системі. Просте зниження податкового навантаження призводить до збільшення забруднення, оскільки головним для держави є підтримка виробничих підприємств і збереження робочих місць. На рівні підприємств механізми раціонального природокористування є лише частиною сукупних механізмів забезпечення сталого розвитку та враховують не лише екологічну компоненту, але й соціальну та економічну також.

Зазвичай екологічна політика країни відносно підприємств зорієнтована на подолання наслідків екодеструктивних процесів. У той же час, як стимулююча еколого-економічна політика зорієнтована не на боротьбу з наслідками, а на попередження негативних проявів, майже не використовується. Головною відмінністю вітчизняної системи екологічного оподаткування є те, що механізми її реалізації не є ефективними, оскільки не створюють реальних стимулів для природоохоронних заходів.

Виходячи з цих умов, у яких зараз знаходиться країна, пропонується зменшення податкового навантаження підприємств у вигляді податку на прибуток і збільшення зборів за екодеструктивну діяльність. Використовуючи даний підхід, можна отримати подвійне стимулювання підприємств: по-перше, плата за забруднення відноситься до валових витрат і, таким чином, зменшує базу оподаткування; по-друге, самі ставки податку на прибуток є зменшеними. Держава також отримує

© Кубатко О. В., 2009



подвійний ефект: по-перше, зменшується забруднення, оскільки включається ефективний механізм природокористування, по-друге, держава підтримує свої підприємства в умовах кризи. Тобто мова йде про розробку механізмів та інструментів для розвитку матеріально-технічної бази підприємств з метою розвитку *стимулюючої екологічної політики* і включення екологічних витрат у затратах на виробництво. Що ж стосується платежів і зборів до бюджетів різних рівнів в Україні за забруднення навколишнього природного середовища й використання природних ресурсів, то варто зазначити, що у відносних показниках надходження від даних джерел порівняно з європейськими показниками є співставними. Розрізнення йде за абсолютними величинами і головне за функціями, які виконуються екологічними податками, тобто за механізмом впливу розв'язання еколого-економічних суперечностей.

Для прикладу, в нинішніх умовах плата за забруднення в Україні є однією з найнижчих у світі: сірчистий ангідрид – 80 грн за тонну, ацетон – 30 грн за тонну, окис вуглецю – 3 грн за тонну, вуглеводні – 4,5 грн за тонну, тверді речовини – 3 грн за тонну, формальдегід – 198 грн за тонну, оксиди азоту – 80 грн за тонну, газоподібні фтористі сполуки – 198 грн за тонну (дані наведені з Постанови КМУ від 1999 року, у 2009 році до нормативів використовуються поправочні коефіцієнти у вигляді інфляційної компоненти).

Виходячи зі сказаного вище, автор пропонує такі заходи для України: по-перше, знизити прибутковий податок з юридичних осіб; по-друге, збільшити податкове навантаження на використання природних ресурсів за видами і збільшити збори за забруднення навколишнього природного середовища таким чином, щоб зменшення прибуткового навантаження компенсувалося додатковими зборами на природоохоронні цілі. Вважаємо за доцільне зменшити податкове навантаження з прибутку юридичних осіб зі встановленого 25% рівня близького до 22%, відповідно за видами природоохоронних податків і платежів зростання складатиме близько 20%. Така неточність зумовлена нерівномірним економічним розвитком регіонів України і, як результат, потрібно вивести усереднені показники за прибутковими податками та платежами за природокористування з метою їх зрівноваження на загальнодержавному рівні.

Ляпунова Н. М.

УДК 3.33.331

ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ – ВИМОГА ЧАСУ

Конституція суверенної України проголосила і закріпила свободу підприємницької діяльності [1]. В умовах переходу до ринкових відносин метою соціально-економічних перетворень у всіх сферах життєдіяльності є виведення України на шлях суспільства прогресивного розвитку, що значною мірою визначається розширенням підприємницької діяльності. У сучасних умовах розвиток підприємницьких відносин набуває особливого значення, тому потребує спеціального правового регулювання – створення нової і вдосконалення існуючої законодавчої бази.

За останні роки законодавство у сфері економічних відносин, у тому числі у сфері підприємницьких, розвивалося і змінювалося. Було прийнято ряд кодексів та законів, які спрямовані на регулювання підприємницької діяльності, великий масив підзаконних актів. Однак підприємницьким відносинам, які є одним із предметів єдиного об'єкта правового регулювання – економіки, потрібне не лише якісне законодавство, що регулює економічні відносини, узгодженість актів і норм, але й дієве та наполегливе їх упровадження.

Господарський кодекс України визначає, що "підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку" [2]. Отже, законодавство визначає підприємництво як вид господарської діяльності, яка є найбільш об'ємним поняттям на відміну від підприємництва, що функціонує з метою отримання прибутку.

В умовах наявності протиріч у законодавстві, яке регулює підприємницьку діяльність, актуальною була й залишається проблема систематизації законодавства про підприємництво. Така систематизація частково знайшла своє закріплення в Господарському кодексі України, існування якого наразі ставиться під сумнів. У зв'язку з цим важливим є:

1) розуміння сутності підприємницьких відносин та закономірності розвитку підприємництва як важливої складової частини економіки і самостійного предмета правового регулювання;

2) єдине розуміння стратегії державної політики розвитку підприємництва в Україні, яка будується на засадах як публічних, так і приватних інтересів.

У даний час важливим є оперативне регулювання законодавства на всі зміни, що стосуються сфери підприємництва, зокрема, сфери фінансової, бюджетної, податкової політики та сфери трудових відносин.

© Ляпунова Н. М., 2009



Регуляторні акти мають покращувати регулювання підприємницької діяльності, сприяти зниженню податкового тиску, спрощувати процедуру реєстрації суб'єктів підприємництва.

Окремо слід зазначити, що потребує змін і законодавство про працю у питанні негативних наслідків на ринку праці в умовах фінансово-економічної кризи в країні.

Таким чином, дієве правове забезпечення сфери підприємницької діяльності та його систематизація є одними з вирішальних чинників у подоланні негативних наслідків фінансово-економічної кризи, дотриманні принципу законності в господарських відносинах. Це створить необхідні правові передумови для стабілізації економічної ситуації в країні.

Література: 1. Конституція України. – К., 1996. – 36 с. 2. Господарський кодекс України України // ВВР України. – 2003. – №18 – 22.

УДК 504.03

Лисиця А. В.

КОМУНІКАЦІЙНІ ВЗАЄМОДІЇ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОТРЕБ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Людина завжди була й залишається головним фактором розвитку та вдосконалення виробництва. З позицій виробництва людина – не тільки його суб'єкт, але й споживач результатів. Валовий продукт, пройшовши через розподіл та обмін, завершує свій шлях у споживанні, без якого виробництво недоцільне. У споживанні задовольняються потреби людей. Потребою є об'єктивна необхідність окремої людини, сім'ї, колективу, суспільства, держави у життєвих благах, послугах, духовних і культурних цінностях [1]. В умовах існування постійної загрози світової екологічної кризи, як наслідку порушення рівноваги у природних системах, потреби людини стають екологічними.

Під екологічними потребами слід розуміти такі, задоволення яких не спричиняє екодеструктивного впливу на споживачів та середовище їх існування й життєдіяльності. Еволюція екологічних потреб проходить чотири стадії [2]:

- 1) виробництво і споживання засобів захисту навколишнього середовища (потреба в екологічній безпеці);
- 2) екологічне вдосконалення технологій виробництва без істотної зміни структури продукції, що виробляється (потреба в наявності безвідходних технологій виробництва);
- 3) виробництво і споживання виробів та послуг, які сприяють зниженню матеріало- й енергомісткості систем (потреба в наявності енергозберігаючих технологій виробництва);
- 4) виробництво і споживання виробів та послуг, які докорінно змінюють стиль життя і сприяють підтримці стійкого розвитку систем (потреби в екологічній освіті, виробках і послугах, що орієнтують економіку на стійкий розвиток).

Кожна стадія розвитку екологічних потреб характеризується певними мотиваційними чинниками, комунікаційними взаємодіями (КВ) різних напрямків та рівнів (таблиця). КВ називається процес взаємодії двох або більше суб'єктів, метою та основним змістом якої є зміна наявної інформації хоча б у одного з них [3].

Таблиця

Аналіз еволюційних етапів екологічних потреб

Етап	Мотиватори	Напрямок та рівень КВ	Інструменти КВ
1	Необхідність припинити процеси забруднення навколишнього середовища	Зовнішня, вертикальна; здійснюється на регіональному, державному і міжнародному рівнях	Екологічно орієнтована пропаганда
2	Економічні інтереси товаровиробників: економія матеріальних та енергетичних ресурсів	Внутрішня, горизонтальна; здійснюється на мікрорівні	Маркетингові інструменти
3	Економічні інтереси споживачів та виробників	Зовнішня, горизонтальна та вертикальна; здійснюється на мікрорівні	Маркетингові інструменти
4	Орієнтування на забезпечення стійкого розвитку економічних та суспільних систем	Зовнішня, горизонтальна й вертикальна; здійснюється на мікро- та макрорівнях	Екологічно орієнтована пропаганда

© Лисиця А. В., 2009



З наведених у таблиці даних можна зробити висновок, що реалізація четвертого етапу розвитку екологічних потреб можлива на певному етапі соціально-економічного розвитку, коли задоволені потреби перших трьох груп та реалізуються комунікаційні взаємодії у всіх напрямках і рівнях.

Література: 1. Экономическая теория (политэкономия): Учебник / Под общ. ред. акад. В. И. Видяпина, акад. Г. П. Журавлевой. – 4-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2005. – С. 86. 2. Екологічний менеджмент: Навч. посібн. / За ред. В. Ф. Семенова, О. Л. Михайлик. – К.: Знання, 2006. – С. 155 – 156. 3. Glossary Commander: Служба тематичних тлумачних словник // <http://www.glossary.ru/index.htm>

Македон В. В.

УДК 339.9

ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ У ПРОЦЕСІ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ГОСПОДАРСЬКОГО ЖИТТЯ

Прискорення розвитку міжнародних економічних відносин наприкінці ХХ ст., взаємозалежними учасниками яких стали всі країни світу, привели до утворення численних міждержавних об'єднань, котрі сприяли появі нових форм як співпраці, так і протистояння. На сучасному етапі одним з основних процесів, що характеризують розвиток міжнародних відносин, поруч з інтернаціоналізацією та глобалізацією є інтеграція. Але й досі тривають суперечки щодо тлумачення терміна "економічна інтеграція" та щодо місця інтеграційного процесу у сучасній системі міжнародних економічних відносин.

Зокрема, М. М. Максимова вважає економічну інтеграцію якісно новим рівнем інтернаціоналізації виробництва та капіталу, застерігаючи при цьому від вузького визначення інтеграції як процесу, що веде до все більшої відкритості національних кордонів [1]. Ю. В. Шишков доходить висновку, що інтеграція є найвищим ступенем розвитку інтернаціоналізації вглиб, у той час як глобалізація – це гранично можливий ступінь розвитку інтернаціоналізації вшир [2]. А І. Г. Владимірова, навпаки, бачить економічну інтеграцію як попередній до глобалізації етап розвитку міжнародних економічних відносин [3]. Л. Є. Стровський та Е. В. Серьогін розуміють інтернаціоналізацію, інтеграцію та глобалізацію як різні аспекти поступового розвитку світової економічної системи, котрі доповнюють один одного, але не є послідовними ланками певного процесу [4].

Головним етапом інтернаціоналізації господарського життя стала економічна інтеграція, розвиток якої спричинив багато факторів, серед яких найважливішими стали економічні (поглиблення міжнародного розподілу праці, інтернаціоналізація капіталу, підвищення ступеня відкритості національних економік та свободи торгівлі) й науково-технологічні (розвиток транспортних та інформаційно-телекомунікаційних мереж, глобальність науково-технічного прогресу). Вагоме значення мають також політичні, соціокультурні та глобальні (демографічні, ресурсні, екологічні) фактори.

Інтеграційні процеси відбуваються як у регіональному, так і у глобальному масштабах. Проте характерною рисою сучасної економічної інтеграції є саме її регіональність. А в ході глобалізації формується така система економічних відносин, котра охоплює всі без винятку сторони господарського життя всіх країн світу. Окремі ж глобалізаційні процеси можуть розвиватися як унаслідок виходу на якісно новий рівень міжнародного економічного співробітництва, так і внаслідок розповсюдження процесів економічної інтеграції з регіонального на міжнародний рівень.

У цілому процес інтернаціоналізації господарського життя має поступовий незворотний характер, однак на окремих етапах він може йти начебто по спіралі, прикладом чого можуть бути коливання прихильності світової спільноти від всеохоплюючого глобалізму до регіоналізації (котра є одним із проявів економічної інтеграції) і навпаки. При цьому економічна інтеграція водночас виступає і як форма інтернаціоналізації господарського життя, і як його стадія.

Таким чином, економічна інтеграція є усвідомленим та цілеспрямованим процесом зближення, взаємоприспосовування та зрощування національних господарських систем шляхом зміцнення взаємовигідного економічного співробітництва на засадах укладених міждержавних угод, вільного руху товарів та факторів виробництва і координації політики.

Література: 1. Максимова М. М. Западноевропейская интеграция и мировая экономика / М. М. Максимова, З. Свободова-Клусакова, Д. Соукулова. – М.: Высшая школа, 1979. – 258 с. 2. Шишков Ю. В. Интеграционные процессы на пороге XXI века. Почему не интегрируются страны СНГ. – М.: III тысячелетие, 2001. – 112 с. 3. Владимірова И. Г. Глобализация мировой экономики: проблемы и последствия // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – №3. 4. Стровский Л. Е. Интеграция как высшая форма развития международных экономических отношений / Л. Е. Стровский, Э. В. Серегин // Экономические науки. – 2005. – №2. – С. 35 – 39.

© Македон В. В., 2009

ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА РІВНІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасний тип розвитку суспільства отримав назву техногенного, для якого характерні швидкі темпи розвитку економіки з надмірним використанням природних ресурсів, тобто сучасна модель спрямована лише на зростання, а природне середовище виступає лише як сировинний придаток. Унаслідок незбалансованості еколого-економічних процесів загострюються проблеми взаємодії між людиною і довкіллям. Прийняття моделі сталого розвитку повинно створити умови для екологічного балансу на різних рівнях господарювання.

Під сталим розвитком розуміють збалансований соціально-економічний та екологічний розвиток, який забезпечує задоволення зростаючих матеріальних і духовних потреб населення, раціональне еколого-безпечне господарювання, збереження та відтворення навколишнього природного середовища, забезпечення охорони здоров'я людини, її екологічної і соціальної захищеності [1]. Для досягнення поставленої мети потрібно розглядати напрямки реалізації сталості на рівні регіональної економіки та на рівні окремих підприємствах. Створення умов для економічного зростання без шкоди довкіллю можливе лише при вираховуванні екологічного фактора, тобто при здійсненні процесів екологізації виробництва. Як вказується в роботі [2], екологізація може бути вдосконаленням існуючого техногенного способу виробництва, при якому досягається максимальний ефект (у вигляді "...високоякісної продукції...і збереження екологічної рівноваги...") при мінімумі затрат ("...живої і уречевленої праці...") з мінімальним збитком для довкілля.

Слід зазначити, що застосування принципів сталості на підприємстві дає змогу ефективно використовувати природні ресурси, а також реалізовувати екологічно чисту продукцію з метою підвищення репутації компанії і, як наслідок, максимізувати фінансові показники. Крім цього, підприємство зможе працювати без шкоди як для довкілля, так і для самої людини, що виявляється у попередженні забруднення та збитків.

Упровадження системи екологічного менеджменту на підприємстві здатне в цілому підвищити еколого-економічну ефективність виробництва і створити умови для сталого ведення бізнесу. Умовно модель екологічного менеджменту компанії можна представити схематично (рисунок). По-перше, керівництво компанії визначає цілі та завдання роботи з урахуванням екологічних впливів, тобто яким чином діяльність підприємства буде впливати на довкілля. Наступним кроком є формування екологічної політики з урахуванням визначених пріоритетів. І, нарешті, завершальними етапами є реалізація та функціонування, екологічний контроль і оцінка.

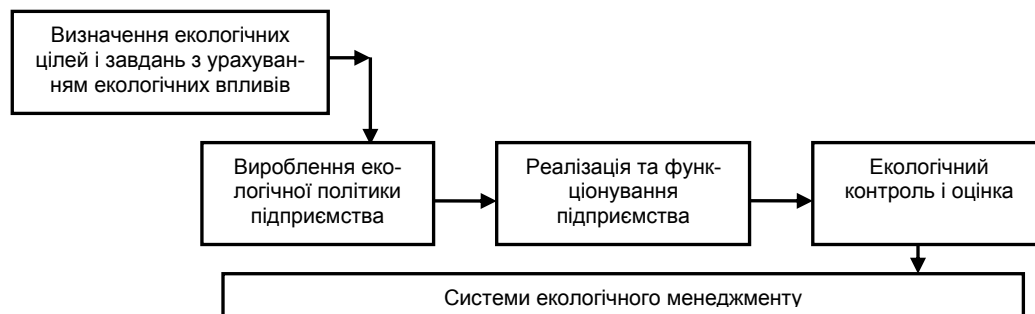


Рис. Модель екологічного менеджменту на підприємстві

Необхідність упровадження систем екоменеджменту на підприємстві зумовлена поліпшенням технології виробництва. На сьогодні існує безліч можливостей для реалізації потенціалу ресурсозбереження та програм з управління відходами. Сучасні підприємства мають невикористані технологічні, технічні, організаційні можливості, а також умови для мотивації персоналу з метою активізації екоменеджменту і, як наслідок, упровадження й дотримання концепції сталого розвитку.

Література: 1. "Про підготовку проекту Концепції переходу України до сталого розвитку" від 02.06.2006 року №355 // Вісник НАН України. – 2007. – №2. – С. 14 – 44. 2. Веклич (Погорелова) О. А. Эколого-экономические противоречия / Отв. ред. В. В. Куликов. – К.: Наукова думка, 1991. – 144 с.

НАВЧАННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Підприємництво як особливий вид діяльності, творчий тип економічної поведінки є одним із найбільш актуальних та досліджуваних явищ в економічній науці і практиці, серед основних елементів якого виділяють новаторство, активність, творчість, ініціативу, реалізацію нестандартних комерційних підходів тощо. На сьогоднішній день уже незаперечним є той факт, що саме людський капітал є джерелом, у якому криється значний потенціал конкурентоспроможності, креативних ідей, інноваційної діяльності підприємства. Науково обґрунтовані рекомендації щодо управління людським капіталом можна знайти у працях В. М. Гриньової, Г. В. Назарової, І. В. Журавльової, Н. Л. Гавкалової та ін. [1 – 4]. Навчання та підвищення кваліфікації персоналу є одним з важливих факторів, котрі визначають якість людського капіталу. Саме кваліфіковані спеціалісти є запорукою розвитку підприємництва в умовах економічної кризи, що робить актуальною тему даного дослідження. Мета дослідження – виявлення ключових факторів, що стимулюють персонал підприємства до навчання та підвищення власного рівня кваліфікації.

Наявність особистісної потреби у навчанні є необхідною умовою його ефективності, проте тільки формування потреби недостатньо. Згідно з теорією діяльності О. Леонтєва, певна діяльність є кінцевою ланкою в ланцюгу перетворень: потреба – мотив – мета – умови та співвіднесена з ними діяльність [5]. У даній роботі наводяться результати дослідження, котре було спрямоване на вивчення факторів, що сприяють трансформації потреби співробітників у навчанні в конкретні дії з їх боку із підвищення власного рівня кваліфікації. В основу дослідження покладено опитування співробітників малих та середніх підприємств сфери торгівлі, послуг та виробничої сфери центральних і південних регіонів України. Як метод обробки отриманих результатів дослідження обрано кластерний та кореляційний аналізи, котрі виявили такі закономірності:

1. Особистісні якості, такі, як комунікабельність, позитивне ставлення до нової інформації та змін, прагнення до інновацій, є основою формування потреби в навчанні та підвищенні кваліфікації. Проте не виявлено ніякої кореляції цих факторів з реальними діями персоналу щодо підвищення власного професійного рівня, незважаючи на наявність потреби в навчанні. Респонденти, відповіди яких потрапили до даного кластера і демонстрували явне позитивне відношення до навчання, тим не менш, не змогли чітко сформулювати конкретного запиту щодо напрямків і тем навчання. Це свідчить про те, що наявна потреба в навчанні та підвищенні кваліфікації у цих людей ще не перетворилась на мотив, мета не специфікована, а значить, і не може йти мови про конкретні дії.

2. Ті співробітники, котрі здійснюють реальні кроки і дії з підвищення кваліфікації та навчання, чітко формулюють перелік навичок, знань і вмінь, які вони вважають необхідними удосконалити. У дослідженні також підтверджено, що в організаціях, де вітають навчання і підвищення кваліфікації персоналу, надають таким співробітникам можливості кар'єрного зростання, матеріальну винагороду, стабільний статус, можливості використати набуті знання на практиці, кількість випадків підвищення свого професійного рівня співробітниками за власною ініціативою та за власні кошти значно більше. Цікавим фактом є те, що відсутня кореляція між лояльним ставленням співробітників до організації й оплатою навчання за рахунок організації, тобто виділення організацією коштів на навчання її співробітників не впливає на їх прив'язаність до неї. Проте існує кореляція між лояльністю і певними організаційними умовами, що дозволяють знайти використання набутих знанням.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в обґрунтуванні ключової ролі організаційних умов у процесі трансформації потреби в навчанні у реальні дії персоналу з навчання та підвищення власного рівня кваліфікації. Врахування цього факту сучасними підприємцями у процесі мобілізації ними тих трудових ресурсів, котрі знаходяться в їх розпорядженні, дозволить не тільки скоротити частку не завжди корисних витрат на навчання персоналу, але й підвищити ефективність власного бізнесу за рахунок перегляду мотиваційних заходів на підприємстві.

Література: 1. Гриньова В. М. Адміністративне управління трудовим потенціалом Навч. посібн. / В. М. Гриньова, М. М. Новікова, М. М. Салун, О. М. Красносова; [За ред. В. М. Гриньової. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2004. – 428 с. 2. Назарова Г. В. Формування та розвиток людського капіталу корпоративних підприємств. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 238 с. 3. Журавльова І. В. Управління людським капіталом підприємства. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2004. – 282 с. 4. Гавкалова Н. Л. Соціально-економічний механізм ефективності менеджменту персоналу: методологія та концепція формування. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 398 с. 5. Леонтєв А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М.: Академия, 2005. – 346 с.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА РИНКАХ B2B

Важливими особливостями ринків B2B є такі:
обмежена кількість контрагентів;
високий рівень залучення всіх учасників укладання угоди до прийняття рішень щодо умов моніторингу і виконання контрактів;
професійне, раціональне обґрунтування рішень про купівлю (кількість нераціональних рішень істотно менше, ніж у випадках придбання продуктів FMCG);
рішення про укладення договору (фактично про купівлю продукту) часто приймається колеґіально, супроводжується великою кількістю погоджень на різних рівнях керування, до нього залучені фахівці різних рівнів – від технолога до комерційного директора (високий ступінь важливості особистих відносин).

В умовах всесвітньої кризи на українських ринках B2B вибір найбільш ефективних і результативних методів маркетингових досліджень визначається, перш за все, їх можливістю швидко й правильно визначити ті зміни, що відбуваються у зовнішньому нестабільному середовищі організації з урахуванням особливостей конкретної галузі.

ЗАТ "ТД ІРБІС" є одним із провідних вітчизняних постачальників комплектуючих для українських підприємств промисловості, що реалізує широкий спектр продукції (підшипники, лінійні направляючі, ланцюги різних типів, приводні ремені, конвеєрні стрічки, мотор-редуктори, фільтри для промислових трансмісій, системи змазки та матеріали для змащення, ущільнення та ін.).

Маркетинговий відділ підприємства реалізує широку програму маркетингових досліджень, яка включає в себе комплекс первинних і вторинних досліджень.

Узагальнення результатів останніх досліджень дозволило ЗАТ "ТД ІРБІС" прийти до наступних прогнозних характеристик роботи на 2009 рік:

- загальне скорочення попиту за всіма товарними групами на 35 – 55%;
- скорочення фізичного обсягу збуту підшипників до 55 360 000 шт.;
- зменшення кількості покупців продукції компанії на 33%.

Досвід організації маркетингових досліджень у ЗАТ "ТД ІРБІС" може бути використаний вітчизняними підприємствами, що працюють у сфері оптової торгівлі, фірмами – дистрибуторами продуктів промислового призначення. Одним із напрямків передачі цього досвіду є участь топ-менеджерів і керівництва компанії в міжнародних та загальноукраїнських семінарах і тренінгах.

КОНЦЕССИЯ КАК ФОРМА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СПОСОБ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

В работе рассмотрены вопросы стимулирования украинских и иностранных инвестиций в ЖКХ и, в первую очередь, для совершенствования методов управления в этой отрасли и развития концессионной формы управления.

Вопросы формирования стратегии развития форм реализации инвестиционных проектов в жилищно-коммунальном хозяйстве (ЖКХ) определяют необходимость разработки методических подходов и поиска новых концепций формирования систем управления процессом реализации инвестиционных проектов ЖКХ.

Решая поставленную задачу, необходимо исходить из того, что эффективное функционирование ЖКХ зависит от надежной работы водоснабжения и водоотведения, теплоснабжения, а также сетей, по которым они транспортируются к потребителю. По данным Госжилкомхоза Украины, на 01.01.05 г. доля ветхих и аварийных сетей в водопроводном хозяйстве составляла 35%, в канализационном – 31%, в тепловом – 11,2%, в водопроводно-канализационном хозяйстве – 58 – 62%, в сфере теплоснабжения – 53%.



В этой связи стимулирование частных украинских и иностранных инвестиций в ЖКХ является чрезвычайно необходимым. Кроме того, необходимо применение новых моделей управления, основанных на принципах функционирования частных предприятий. Эти модели представляют собой альтернативу централизованным методам управления коммунальными службами водоснабжения и водоотведения, которые применяются муниципальными и государственными структурами [1].

Одним из альтернативных источников финансирования коммунального хозяйства может стать делегированное управление им на основе *концессий* фирмами, специализирующимися в этой области и имеющими большие инвестиционные возможности для работы в условиях Украины [2; 3]. В европейском праве под концессией понимается режим коммерческого использования государственной или муниципальной собственности. При этом концессионеру передаются находящиеся в коммунальной (государственной) собственности объекты на определенный срок и на определенных договором условиях для коммерческого использования [4].

Управление коммунальным имуществом может осуществляться на следующих условиях: финансирование концессионерами программ капиталовложений в коммунальное хозяйство в сроки и в объемах, оговоренных в соглашении;

подготовка концессионером необходимого персонала на объектах коммунального хозяйства.

Реализация целенаправленного развития концессионного дела в Украине как важнейшего средства по привлечению в страну внутренних и внешних инвестиций обеспечит эффективность реализации инвестиционных проектов в ЖКХ.

Література: 1. Калугин В. Реформа ЖКХ: частный интерес // Власть денег. – 2005. – №43. – С. 34 – 39. 2. Закон України "Про концесії" №997-XIV від 16.07.1999 р. // www.rada.gov.ua. 3. Закон України "Про ліцензування певних видів господарської діяльності" №1775-III від 01.06.2000 р. // www.rada.gov.ua. 4. Григоров О. М. Концесійні угоди: правова природа та особливості правового регулювання: Автореф. ... канд. юр. наук. – К.: Київ. унів. ім. Т. Шевченка, 2000.

Морозова М. Г.

УДК 658.821

БРЕНДИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема розробки, формування і просування бранда є актуальною для будь-якої сучасної компанії. В умовах жорсткої конкуренції компаніям необхідно утримати свої позиції на ринку за допомогою ефективного маркетингового інструментарію, в тому числі завдяки брендингу. Ринковий успіх сучасних компаній забезпечується не тільки за рахунок поєднання високої якості продукту з ефективною системою їх збуту, але все більшою мірою визначається результативністю такого напрямку сучасного маркетингу, як брендинг.

Найбільш відомі сучасні теоретики брендингу (Д. Аакер, Ж.-Н. Капферер, К. Л. Келлер) визначають брендинг як діяльність, що спрямована на створення довгострокових переваг продукту, яка базується на спільному впливі на споживача товарного знаку, механізмів стимулювання збуту та інших елементів маркетингу, що є пов'язаними єдиною спільною ідеєю, фірмовим стилем і виділяють продукт серед його конкурентів.

Процес створення бранда спрямований на створення особливого враження, яке формує імідж і ставлення цільового сегменту ринку до бранда. Метою брендингу є збільшення обсягів збуту, можливість призначати більш високі ціни на свої товари і послуги, а також залучати кращих партнерів, покращувати ставлення до компанії з боку її споживачів, контрагентів та широких кіл громадськості.

Як важливого напрямку маркетингу увага до брендингу в Україні почала приділятися нещодавно, десь із середини 1990 рр. У результаті, якщо раніше основними інструментами конкурентної боротьби виступали такі, як **Ціна** і **Ціна/якість** то в теперішній час – це вже **Ціна/якість/дистрибуція** тобто найуспішнішим стає той товар, який розповсюджується по всій території країни. Ще однією рисою сучасного брендингу в Україні є те, що український виробник поступово починає мислити вже категоріями ринку, а не виробництва. Іншими словами, підприємство випускає продукцію, що призначена саме для споживача, а не є орієнтованою на продукцію, для виробництва якої призначені виробничі потужності. Однак більшість українських виробників усе ж таки ще боїться брендингу, тому що маркетингові комунікації відносяться до числа швидкодіючих, у той час як брендинг – це процес досить повільний і довгостроковий. **Брендобудівництво** в Україні потребує великих фінансових інвестицій і займає декілька років, що є достатньо ризикованими діями в сучасних

© Морозова М. Г., 2009

умовах господарювання. Вітчизняні виробники використовують західні технології брендингу, що передбачає проведення постійних маркетингових досліджень переваг споживачів та їх мотивації, тому що саме специфіка поведінки споживачів визначає особливості концепції застосування брендингу.

Корпорація «Бісквіт-Шоколад» є однією із словних вітчизняних компаній у кондитерській галузі із часткою ринку близько 7% [1]. Корпорація не публікує дані про вартість створення своїх брендів і відносить це до комерційної таємниці. Проте, як відомо зі світової практики, контракт на створення бренду продукту може складати від 30 до 50 тис. дол. США, ім'я компанії – 50 – 75 тис. дол., а в деяких випадках ця сума перевищує і 100 тис.

Корпорація реалізує свої продукти у 18 містах України і експортує їх у 23 закордонні країни, включаючи більшість країн СНГ, а також Канаду, Німеччину, Ізраїль та ін. Зростання вітчизняного ринку кондитерської продукції, що спостерігається впродовж останніх років, створює для компанії резерв міцності на випадок можливих змін у правовому режимі регулювання її експортної діяльності.

Проте і система дистрибуції, і комплекс маркетингових комунікацій компанії мають суттєві недоліки, в результаті яких вона втрачає своїх споживачів, віддаючи їх своїм конкурентам («Конті» А.В.К., «Roshen»).

Комплексний аналіз фінансово-господарчої діяльності корпорації «Бісквіт-Шоколад» дозволяє визначити брендинг як важливий напрямок підвищення ефективності її маркетингової діяльності, що повинна забезпечити зміцнення її реальної конкурентоспроможності і збільшення обсягів її прибутків.

Література: 1. www.ukrindustrial.com.

УДК 658.7:005.52

Новопісна К. В.

АНАЛІЗ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ

Для логістики підприємства істотним питанням є не стільки визначення загальної площі складів, необхідного виду транспорту і маршрутів, скільки встановлення, наскільки ефективно це робиться, наскільки повно задовольняються потреби споживачів і як у результаті це відображається на прибутку. Триєдине завдання сучасної логістики підприємства – управління матеріальними потоками по всьому ланцюгу постачання в напрямі і на користь кінцевого споживача з метою досягнення максимальної ефективності процесів. Але не можна ж ефективно управляти тим, чого чітко не можна виміряти. Складність полягає в тому, що витрати, які супроводжують дані потоки, не відображаються наочно в бухгалтерському обліку і називаються логістичними [1]. Тому для виконання основного завдання логістики підприємства необхідно класифікувати логістичні витрати, виявити центри їх виникнення, розглянути джерела їх формування і на підставі одержаних результатів проаналізувати й ухвалити необхідні управлінські рішення.

Питанням аналізу логістичних витрат займаються такі вчені: Дональд Дж. Бауерсокс, Дейвід Дж. Клосс, Б. А. Аникін, А. М. Гаджинський, А. Р. Родіонов, Ю. М. Неруш, Л. Б. Міротін, Є. В. Крикавський, А. Г. Кальченко. Але в їх працях немає однозначного підходу до аналізу логістичних витрат. Пояснюється це тим, що кожний з авторів по-різному трактує логістичні витрати і в основному аналіз їх має загальний характер або акцентується на конкретних функціях підприємства, найчастіше це транспортування, складування, реалізація. Тому необхідно розробити чіткий алгоритм проведення аналізу логістичних витрат, модифікації вже якого дозволять ухвалити більш обґрунтовані управлінські рішення.

Для вибору аналізу логістичних витрат можна використовувати такі методи:

стратегічний аналіз логістичних витрат — це процедура порівняння положення підприємства з поглядом витрат на обслуговування споживачів з аналогічним положенням його найближчих конкурентів;

вартісний аналіз — нормативний метод, заснований на вивченні елементів витрат і направлений на зниження витрат і, відповідно, підвищення споживацької цінності продукції;

функціонально-вартісний аналіз — це метод, направлений на зниження рівня витрат за функціями. Метод заснований на ретельному вивченні окремих етапів процесу логістичної системи і з'ясування можливості їх стандартизації для переходу до дешевших технологій [2].

Процедура аналізу логістичних витрат включає визначення центрів зосередження витрат. Під центрами зосередження витрат розуміють функціональні області бізнесу, де концентруються значні витрати і де зниження їх рівня може забезпечити підвищення доданої цінності для споживача; виявлення важливих пунктів витрат у межах кожного центру їх концентрації; розгляд бізнесу підприємства в цілому як єдиний потік витрат; розгляд вартості як суми, що платить споживач, а не як суми витрат, що виникає в межах підприємства; класифікація логістичних витрат відповідно до їх основних характеристик і, таким чином, здійснюється аналіз логістичних витрат [1].

© Новопісна К. В., 2009

Аналіз логістичних витрат підприємства здійснюється розрахунком відхилень фактично спожитих ресурсів від запланованих обсягів без урахування впливу конкретних чинників. Отже, аналіз логістичних витрат повинен будуватися на основі достовірної облікової інформації, а це дійсно лише за умови їх відособленого планування й обліку.

Література: 1. Миротин Л. Б. Эффективная логистика / Л. Б. Миротин, Ы. Э. Ташбаев, О. Г. Порошина. – М: Экзамен, 2002. – 160 с. 2. Моисеева Н. К. Экономические основы логистики: Учебн. пособ. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 528 с.

Овчинникова М. А.

УДК 005.511 (083.92)

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Планирование является нормой любой предпринимательской деятельности. Неотъемлемая часть планирования – разработка бизнес-плана с целью эффективного управления и планирования бизнеса. Итак, процесс бизнес-планирования – одновременно поисковая, научно-исследовательская и проектная работа, которая включает детальный анализ экономических и организационных аспектов, оценку рыночных перспектив, проведение маркетинговых исследований [1].

Особое внимание в бизнес-плане необходимо уделить разделу, связанному с ценообразованием, так как этот подраздел включает много особенностей предприятия, таких, как цели организации, тип предприятия, стадия жизненного цикла товара, и некорректное составление этого подраздела может привести к ряду проблем, главными из которых могут стать снижения прибыли и банкротство данного предприятия.

Множество экономистов уделили внимание проблеме ценообразования в бизнес-плане. В. Н. Гринёва рассматривает цену как инструмент, регулирующий ситуацию на рынке. Уточняет, что служба маркетинга должна отслеживать ситуацию цен на рынках сбыта сырья, изучать политику цен поставщиков [2]. С. М. Соболев, Г. О. Швиданенко считают, что цена влияет на такие основные параметры бизнеса фирмы, как объемы продаж, прибыль, динамика спроса, конкурентоспособность продукции и т. д. [3]. В. Г. Котлярова и Е. И. Котляров говорят, что ценовая политика – это искусство управления ценами и ценообразованием, искусство устанавливать на товары такие цены и так варьировать их в зависимости от положения товара и фирмы на рынке, чтобы поставленные цели были достигнуты [4].

Цель данной работы – разработка нового метода установления цены на продукцию промышленного предприятия, суть которого заключается в использовании методов оптимизации цены, которая до определённой величины увеличивает прибыль. В точке экстремума ($X_{\text{опт}}$) начинается обратная зависимость, прибыль начинает резко снижаться. Построение оптимизации возможно на основе применения методов корреляционного и регрессионного анализов для определения вида функции и экстремума функции (рисунок). Предприятие на практике будет использовать ту цену, которая соответствует максимальной прибыли от реализации.

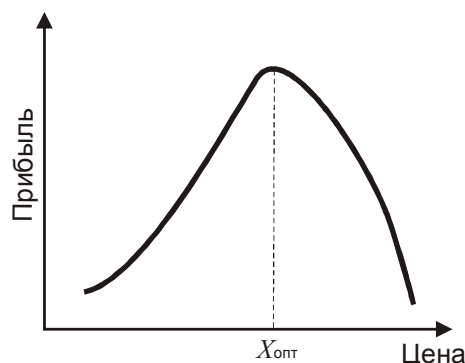


Рис. Зависимость прибыли от цены

© Овчинникова М. А., 2009

Этот метод позволит установить наиболее привлекательную цену для предприятия с точки зрения получения большей прибыли и удержания имеющихся позиций на рынке,

Литература: 1. Богатин Ю. В. Оценка эффективности бизнеса и инвестиций / Ю. В. Богатин, В. А. Швандар. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 316 с. 2. Гринёва В. Н. Бизнес-план производственного предприятия: комплексная технология разработки: Учебн. пособ. / В. Н. Гринёва, Е. И. Пальчик. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2007. – 120 с. 3. Покропивний С. Ф. Бизнес-план: технология розробки та обґрунтування: Навч. посібн. / С. Ф. Покропивний, С. М. Соболев, Г. О. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 1999. – 208 с. 4. Котлярова В. Г. Бизнес-план: технология разработки и обоснования. Конспект лекций для студентов специальности 7.050107 всех форм обучения / В. Г. Котлярова, Е. Н. Котляров. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2004. – 104 с.

УДК 659.127.6

Проскура Е. Ю.

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

Наиболее перспективным и эффективным способом ведения бизнеса является договор франчайзинга. Франчайзинг – это долгосрочное сотрудничество двух или нескольких партнеров, которые объединяются с целью совместного использования товарного знака, отработанной технологии, ноу-хау и других объектов права интеллектуальной собственности [1]. Договор франчайзинга заключается с целью интенсивного расширения бизнеса владельца исключительных прав при меньших капитальных затратах, чем при традиционных способах организации бизнеса. В то же время франчайзи получает возможность без особого риска начать собственное дело, используя авторитет и опыт франчайзера.

В странах с развитой экономикой товарооборот на условиях франчайзинга составляет более трети всей розничной торговли. Об эффективности франчайзинга свидетельствуют такие данные: при использовании традиционных форм контракта выживают только 10% вновь созданных фирм, а при использовании франчайзинговых контрактов успешно продолжают работать 90% фирм. Поэтому многие предприниматели считают, что лучше покупать франшизы – права на использование известного бренда. Как правило, в выигрыше остаются как покупатели франшиз, так и собственники брендов.

В Украине уже успешно действуют такие франчайзинговые сети, как "Кока-кола", "Кодак-Экспресс", "Билла", Baskin Robbins, пицца Bella, пицца Челентано, L'Oreal, Columbia, McDonald's, Наша Ряба, SELA, Дом кофе, Ф орнетти и др. [2].

Характер отношений между франчайзером и франчайзи в значительной степени зависит от вида франчайзингового соглашения. В зависимости от уровня эксклюзивности предоставляемых прав франшиза делится на исключительную (эксклюзивное право франчайзи использовать франшизу на определенной территории) или неисключительную, предполагающую возможность конкуренции на определенной территории нескольких франчайзи одной и той же сети и непосредственного франчайзера.

В зависимости от содержания франшизы (франчайзингового пакета) выделяются такие виды франчайзинга: производственный, товарный, сервисный, франчайзинг бизнес-формата. Это дает возможность франчайзи выбрать наиболее оптимальную форму развития своего бизнеса.

Использование франчайзинга для покупателей франшизы позволяет решить множество организационных и маркетинговых вопросов, ведь франшиза – это программа, которая включает помощь в создании и развитии бизнеса, рекламу, торговую марку, производственную и маркетинговую технологии, обучение персонала. По сути, в этой схеме предприниматель получает продуманную и проверенную программу действий. Обычно доля банкротств в таком случае в разы меньше, чем в других партнерских схемах, поскольку существующая сеть защищает предпринимателя, помогает ему стартовать, предоставляя ему свои рекомендации и устанавливая стандарты.

Использование франчайзинга имеет и свои отрицательные стороны. Основной недостаток – ограничение свободы франчайзи. Однако он же, по мнению большинства экспертов, является и преимуществом, поскольку определение законов и правил ведения бизнеса, а также контроль их надлежащего выполнения обеспечивают высокий уровень эффективности работы франчайзи в соответствии со стандартами франчайзера. Фактически, франчайзи рискует только ошибиться в выборе франчайзера, а также в соответствии стратегии своего развития нормам и ограничениям, связанным с выполнением франчайзингового соглашения.

© Проскура Е. Ю., 2009



Таким образом, использование франчайзинга начинающими предпринимателями даст им шанс на долговременное и успешное ведение своего бизнеса.

Литература: 1. Сайт ассоциации франчайзинга в Украине // www.franchising.org.ua. 2. Электронный каталог франшиз в Украине (2009 г.) // www.top-franchising.com.ua.

Сорокіна А. С.

УДК 005:007

СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ "ІНФОРМАЦІЙНА СФЕРА ПІДПРИЄМСТВА"

Ефективне функціонування підприємства в глобальному економічному середовищі потребує огляду всіх елементів інформаційної економіки, що формується в наш час. Тому особливої уваги заслуговують питання управління підприємством, пов'язані з інформаційною складовою управління, тобто його інформаційною сферою.

У науковому колі немає однозначної відповіді на питання, що становить інформаційна сфера. У працях Н. Шанченко, П. Орлова, В. Завгороднього, А. Козиревої розглянуто поняття інформаційної сфери, але не вказано про взаємозв'язок елементів з зовнішнім середовищем, не розглянуто системи регулювання об'єкта в цілому, не приділено уваги специфіці діяльності. Виходячи з цього, метою дослідження є уточнення понятійно-категоріального апарату інформаційної сфери підприємства.

Інформаційна сфера – це область людської діяльності, яка постійно розширюється та пов'язана з виробництвом нових інформаційних продуктів, послуг і технологій [1]. Структура інформаційної сфери у наш час змінюється і сталі компоненти, такі, як інформаційні мережі, архіви, бібліотеки, науково-інформаційні центри, слід доповнити офісними системами, засобами масової інформації та виборчими й PR-технологіями [2]. П. Орлов наголошує на тому, що інформаційна сфера – це сфера діяльності, що пов'язана зі створенням, поширенням, переробкою й споживанням інформації [3]. Говорячи про інформаційну сферу суспільства, варто розуміти, що це досить самостійна природна стихія, яка розвивається за своїми законами й вимагає відповідної державної уваги [4]. В. Завгородній вважає, що інформаційна сфера підприємства – це інформаційні ресурси, засоби й суб'єкти інформаційних процесів, а також системи регулювання відносин суб'єктів інформаційних процесів у внутрішньому і зовнішньому середовищах підприємства [5]. А. Козирева наголошує на тому, що інформаційна сфера є системоутворчим фактором сучасного суспільства, активно впливає на стан політичної, економічної, оборонної й інших складових безпеки держави з огляду на те, що сама цілісність сучасного світу як співтовариства забезпечується в основному за рахунок інтенсивного інформаційного обміну. Н. Шанченко дає два визначення інформаційної сфери: як сфера економіки, що зайнята виробництвом, обробкою, зберіганням та розповсюдженням інформації і знань, та сукупність інформації, інформаційної інфраструктури, суб'єктів, що зайняті збором, формуванням, розповсюдженням і використанням інформації, а також системи регулювання виникаючих при цьому суспільних відносин [6].

Проаналізувавши зазначені підходи до визначення, можна виділити таку сутність інформаційної сфери підприємства – специфічна область діяльності підприємства, що поєднує інформацію, інформаційні системи, інформаційні технології та ресурси підприємства, їх взаємозв'язок для забезпечення розвитку й ефективного функціонування підприємства в інформаційній економіці. Це визначення порушує фактори, що впливають на процеси пошуку, використання, обігу інформації всередині підприємства та зовні. Напрямки подальших досліджень потребують створення нових методик управління в інформаційній сфері, застосування нових методів і моделей інформаційного менеджменту.

Література: 1. <http://www.rsuh.ru/popup.html?id=1099> 2. Орлов П. І. Інформація та інформатизація: Нормативно-правове забезпечення: Наук.-практ. посібн. – Харків: Вид. Університету внутрішніх справ, 2000. – С. 9. 3. <http://www.osp.ru/os/1996/06/179008/> 4. Завгородній В. І. Особенности подготовки специалистов и менеджеров к управлению информационными рисками // <http://www.library.mephi.ru/data/scientific-sessions/2008/z15/1-1-3.doc> 5. Козырева А. Роль информационно-психологического фактора в дипломатии // http://www.rau.su/observer/N5_2003/5_14.htm 6. Шанченко Н. И. Информационный менеджмент: Учебн. пособ. для студентов специальности "Прикладная информатика (в экономике)". – Ульяновск: УлГТУ, 2006. – 96 с.

© Сорокіна А. С., 2009

ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИЙ МЕТОД УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ РЕГІОНУ

Одним з основних пріоритетів розвитку сучасних соціально-економічних процесів в Україні має стати розробка та впровадження системи заходів, спрямованих на забезпечення відповідності трудового потенціалу поточним і перспективним потребам ринку праці, адже у зв'язку з глобалізацією ринку праці саме стан якості трудового потенціалу буде визначати місце країни на світовому ринку, можливості її економічного розвитку.

В Україні актуальність питання підвищення ролі людського фактора пов'язане з трансформаціями: соціально-політичних та економічних умов організації господарської діяльності; науково-технологічного рівня та особистісного фактора виробництва; поглядів на роль і призначення людини; гуманізації праці та суспільства.

Дослідженням трудового потенціалу на різних рівнях управління (країни, регіону, підприємства, особистості) присвячені роботи К. Л. Андреева, С. І. Бандура, В. Н. Гавви, В. М. Гриньової, М. І. Долішного, В. С. Пономаренка [1 – 4].

На сучасному етапі в умовах існування різноманітних форм власності, а також гострої потреби у підвищенні конкурентоспроможності вітчизняного господарського комплексу ефективно управління трудовим потенціалом на рівні регіону можливе лише за умови використання програмно-цільового методу управління.

Програмно-цільовий метод управління розглядається як відносно самостійний напрям в управлінні й використовується при довгостроковому плануванні на рівні галузей та регіонів, охоплюючи основні проблеми програмного характеру, відображаючи етапи їх вирішення і найважливіші балансові взаємозв'язки.

Основними етапами управління на основі програмно-цільового методу виступають стратегічне планування та імплементація стратегії.

До стратегічного планування належать такі етапи: формування загального бачення території та її спеціалізації в майбутньому; визначення місії та цілей регіонального розвитку; аналіз зовнішнього макро- й мезосередовищ; дослідження сильних та слабких сторін внутрішнього середовища території; визначення загальної стратегії і формування портфеля функціональних стратегій (соціальної, інвестиційної, науково-технічної тощо) розвитку регіону.

До етапів імплементації стратегічного плану належать такі: розробка політики діяльності території за напрямками (соціально-економічний, інвестиційний, науково-технічний тощо); формування програми загального соціально-економічного розвитку регіону та галузевих програм; трансформація рівня підготовки кадрів, структури, інформаційного й технічного забезпечення відповідно до стратегічних цілей території.

Запропонований підхід на основі програмно-цільових методів дає можливість досягти довгострокових, стратегічних цілей розвитку економіки території, де урегулювання кризових явищ буде вестися через координацію територіальних та галузевих принципів планування, які передбачають підвищення ефективності використання трудового потенціалу регіону.

Література: 1. Андреев К. Л. Трудовой потенциал промышленного предприятия. Проблемы управления: теория, методология / К. Л. Андреев, Н. А. Иванов, Б. Т. Одегов. – Саратов: СГУ, 1988. – 252 с. 2. Бандур С. І. Дослідження в Україні проблем економіки праці, демографії, соціальної економіки і політики / С. І. Бандур, Д. П. Богиня, Т. А. Заєць. – К.: Академія економічних наук України, 2006. – 70 с. 3. Гавва В. Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання / В. Н. Гавва, Е. А. Божко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с. 4. Гриньова В. М. Адміністративне управління трудовим потенціалом: Навч. посібн. – Харків: ХНЕУ, 2004. – 428 с.

ДІЯЛЬНІСТЬ ВЕНЧУРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ТРАНЗИТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Інноваційне підприємництво за своєю суттю має забезпечувати комплексність інноваційного процесу, проходження нововведеннями всіх етапів інноваційного циклу, тобто перетворення інновації на кінцевий продукт. Останнім часом у діяльності венчурних підприємств виникло декілька



проблем, тому дослідження впливу інноваційної активності підприємництва на результати діяльності, її роль як складової економічного зростання є актуальним.

У широкому сенсі інноваційне підприємництво та перспективи його розвитку досліджували такі вчені та публіцисти: В. Рихтюк [1], К. Бояринова, В. Парсяк [2], П. Паштова, Н. Єгорченко [1] та інші, але на даний час багато проблем залишаються невирішеними.

З огляду на це метою даної статті є дослідження проблем діяльності венчурних підприємств та їх ролі у підвищенні ефективності інноваційного розвитку країни.

Дослідження історії формування сучасного світового господарства показує, що визначальним чинником його розвитку є інновації. Саме нововведення у сфері техніки, технології, організації праці та управління фактично і забезпечують динаміку світогосподарського розвитку [3, с. 43].

Інноваційна активність – цілеспрямована діяльність суб'єктів підприємницької діяльності щодо конструювання, створення, освоєння й виробництва якісно нових видів техніки, предметів праці, об'єктів інтелектуальної власності (патентів, ліцензій тощо), а також технологій [2].

У процесі реформування економіки України перехід до інноваційного типу розвитку означає, в першу чергу, пошук фінансових джерел активізації інноваційної діяльності – прийняття відповідних законів, створення фондів, залучення приватного капіталу, розвиток венчурного підприємництва тощо.

Унаслідок підвищення мотиваційної складової в ринковій економіці збільшується кількість професійних розробників інновацій (венчурні підприємства, технополіси, технопарки та ін.).

Діяльність венчурних підприємств включає створення, розроблення й розповсюдження нового технічного або іншого рішення (інновації), що задовольняє певну потребу. Інноваційний процес, на відміну від науково-технічного прогресу, не завершується впровадженням нової техніки у виробництво.

Слід зауважити, що в корпораціях малих венчурних підприємств планові рішення розробляють на двох рівнях (корпоративному та на рівні підприємств-учасників). Венчурні корпорації мають велике значення для стабілізації економіки країни. Вони закладають організаційно-економічні підвалини для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності інтегрованого бізнесу, а через нього – і бізнесу малих венчурних підприємств [2].

Ураховуючи вищевикладене, можна дійти висновків, що створення дійової інфраструктури інноваційного підприємництва є рушійною силою інноваційного розвитку держави. Економіка України розвивається практично без наукових розробок і це в той час, коли в розвинених країнах до 90% приросту ВВП досягається за рахунок застосування результатів інноваційної діяльності [4]. Тому в Україні на урядовому рівні мають бути розроблені та запроваджені різноманітні механізми й організаційні форми, які б стимулювали інноваційне підприємництво. Держава має брати в цьому процесі більш активну участь.

Література: 1. Рихтюк В. Л. Інноваційне підприємництво як складова сталого економічного зростання // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №10. – С. 135 – 142. 2. Парсяк В. Н. Прогнозування перспектив маркетингу на малих венчурних підприємствах та в їх корпораціях // Проблеми науки. – 2005. – №1. – С. 12 – 18. 3. Єгорченко Н. О. Роль інновацій у світогосподарському розвитку // Конкурентоспроможність та інновації. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2008. – 248 с. 4. Становлення інвестиційної моделі економічного зростання // Урядовий кур'єр. – 2004. – 10 лютого. – С. 5 – 6.

Рябуха М. С.

УДК 631.158:65.24/310.13

МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ У СТРУКТУРІ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасний рівень виробництва не може мати розвиток без ефективної побудови системи мотивації праці, яка повинна вдосконалюватися під впливом економічних та політичних умов. Мотивація праці людини дозволяє відновити ставлення до праці, сформувати нову свідомість у людей праці. Відносна повнота розкриття обраної проблеми забезпечується оцінкою сучасної теоретико-методологічної бази і напрацювань багатьох авторів: О. А. Бугуцького, О. М. Бородіної, Є. І. Ходаківського, В. С. Дієсперова, В. С. Пономаренка, Й. С. Завадського, А. М. Колота, М. Й. Маліка, О. Г. Шпикуляка та ін. Під економічним механізмом розуміють сукупність методів і форм управління виробництвом на основі використання економічних законів та категорій.

На думку автора, у складі економічного механізму особливе місце посідає мотиваційний механізм, який становить спосіб функціонування сукупності економічних важелів і стимулів, спрямованих на зростання продуктивності праці, індивідуальної зацікавленості працівника та цілого колективу в результатах виробництва як ефективного механізму вдосконалення мотивації праці. Отже,

© Рябуха М. С., 2009

кожна із зазначених складових виконує певну функціональну роль, а в сукупності та ємності дій вони забезпечують нормальне функціонування агропромислового виробництва взагалі (рисунки). Підтвердженням цьому є конкретно-цільове призначення кожної з них. На форму функціонування мотиваційного механізму підприємства істотно впливає тип виробництва. Від нього залежить виробнича структура підприємства та його підрозділів, характер технологічних процесів і їх оснащення, форми організації виробництва, праці та управління. Успішність підприємницької діяльності залежить від здатності організації зберегти кадровий потенціал, а також поповнити його висококваліфікованим персоналом.

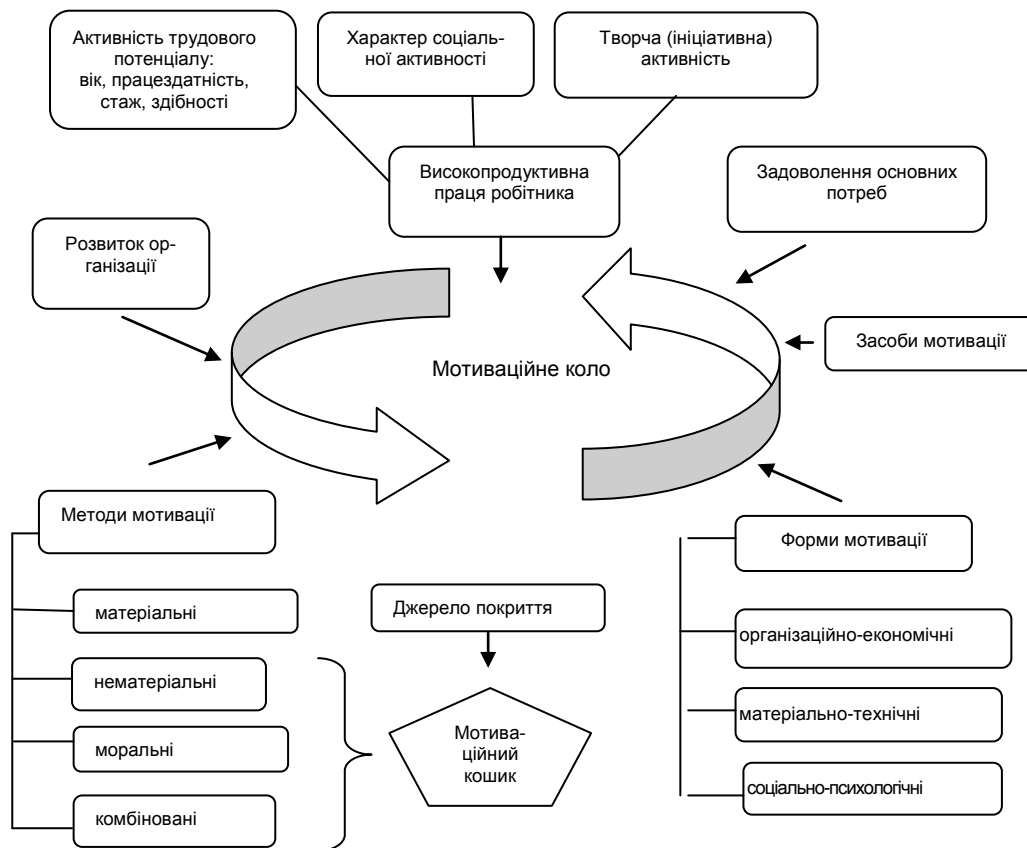


Рис. Структура та складові мотиваційного механізму підприємства

Одна з основних функцій менеджерів – додержання високого рівня мотивації підлеглих до високо-ефективної праці. Слід урахувати, що трудова напруга працівників циклічна: після злетів іде спад, а через деякий час – нові злети ("крива мотивації"). З метою підвищення й утримання мотивації праці на встановленому рівні необхідно сформувати цілісну систему стимулів. Ця система не повинна зводитися лише до зростання оплати праці. Вона може включати просування службовими сходами, можливість збільшити рівень знань та планування професійної кар'єри.

УДК 615.12

Світлична К. С.

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ МОДЕЛІ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ, ІНТЕГРУЮЧОЇ ВИМОГИ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ISO СЕРІЇ 9000 ТА ПРАВИЛ GMP

У сучасних ринкових умовах стабільна й успішна діяльність підприємства визначається рядом чинників, головним з яких є здатність задоволення потреб споживача високоякісною й безпечною продукцією. У зв'язку з цим особливий інтерес становить розробка інтегрованих систем менеджменту

© Світлична К. С., 2009



якості (ІСМЯ), що враховують специфічні особливості підприємств конкретних галузей промисловості, які пов'язані з технологією виробництва, організацією належних умов випуску продукції та забезпеченням її безпеки. У зв'язку з цим актуальним є створення ІСМЯ, що базується на міжнародних стандартах ISO серії 9000 і правилах GMP, а також урахує специфіку виробництва на ФП.

Початковим етапом проектування ІСМЯ є порівняльний аналіз вимог стандартів, що впроваджуються. Тобто було розглянуто структуру стандартів ISO 9001-2001 та правил GMP.

Головною перевагою стандарту ISO 9001-2001 є орієнтація на споживача та спрямованість на системне забезпечення якості на всіх етапах її життєвого циклу [1], оскільки неможливо поліпшити рівень якості продукції за рахунок упровадження окремих, ізольованих один від одного заходів.

На відміну від стандарту ISO 9001-2001, правила GMP мають конкретну галузеву спрямованість і сильно деталізовані. У цьому полягає їх головна перевага. Увібравши в себе багаторічний досвід кращих фармацевтичних компаній, ці правила розглядають багато, на перший погляд, мало-значущих деталей, які, у свою чергу, здатні вирішально вплинути на якість лікарських засобів (ЛЗ) [2].

Створення ІСМЯ припускає формування єдиної моделі, заснованої на фундаменті базових підходів та принципів, які закладені в міжнародних стандартах менеджменту якості в межах різних систем, шляхом органічного поєднання цих вимог. На підставі проведеного порівняльного аналізу відповідності вимог стандарту ISO 9001-2001 та правил GMP була сформульована концептуальна модель системи менеджменту якості, яка інтегрує в собі вимоги цих стандартів (рисунок).

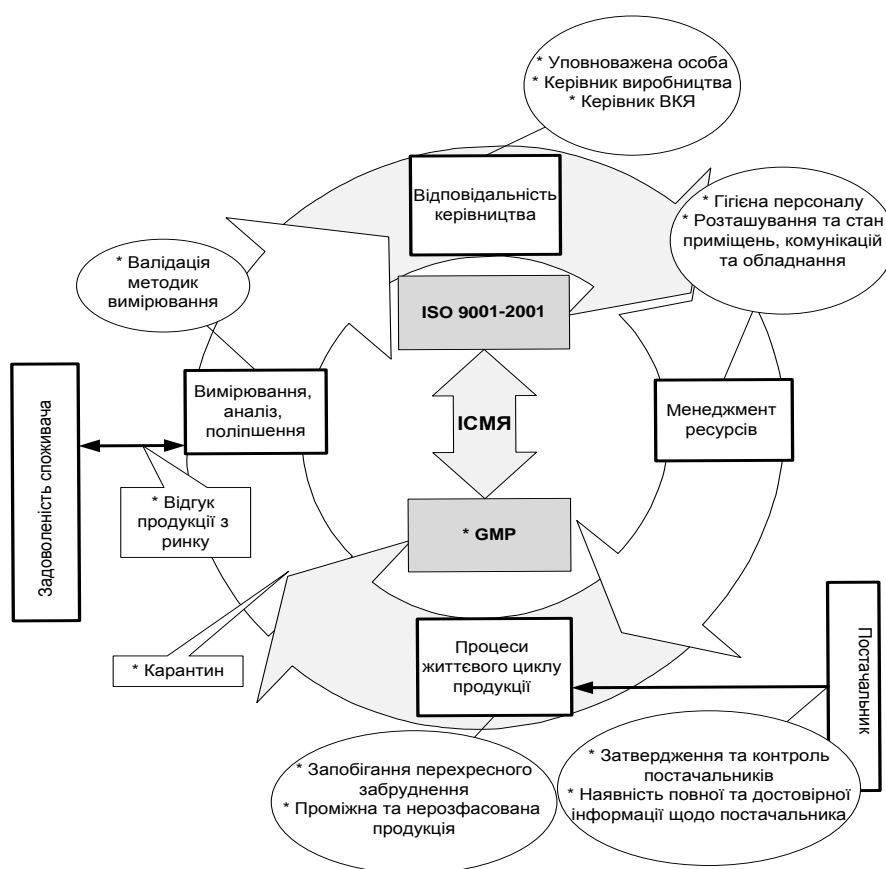


Рис. Концептуальна модель системи менеджменту якості, інтегруюча вимоги ISO 9001-2001 та правила GMP

Сформована концептуальна модель відображає вимоги, що висуваються міжнародними стандартами ISO серії 9000 та правилами GMP щодо якості й безпечності ЛЗ, та дозволяє мінімізувати обсяги всіх видів ресурсів (людських, часових, матеріальних і т. п.), які використовуються в умовах розробки, впровадження, сертифікації ІСМЯ та її подальшого функціонування й розвитку.

Література: 1. ДСТУ ISO 9001:2001. Системи управління якістю. Вимоги. – К.: Держстандарт України, 2001. – 22 с. 2. Руководство "Лекарственные средства. Надлежащая производственная практика (42-01-2001)". – К.: МОРИОН, 2001. – 82 с.

ОЦІНКА ЯКОСТІ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМЦЯ

Сучасні умови господарювання ставлять перед підприємствами нові завдання, пов'язані з необхідністю виявлення додаткових джерел підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності і збільшення прибутковості підприємства. Одним із таких джерел є зростання якісних характеристик трудового потенціалу підприємця.

Якісна оцінка трудового потенціалу – це формування системи показників, що становить сукупність взаємозалежних елементів, які характеризують якісні характеристики можливостей підприємств, задіяних у виробничо-господарській діяльності [1].

Потенціал підприємця можна розділити на дві складові – фактично досягнутий і можливий. У сукупності вони представляють реальний трудовий потенціал підприємця. Якщо фактичний потенціал виявляється обов'язково (наприклад, рівень освіти, досягнутий досвід і т. д.), то можливий найчастіше оцінюється на основі суб'єктивної думки (наприклад, можливі результати від діяльності підприємця) [2; 3]. Але може бути використаний і інший спосіб – розділення трудового потенціалу підприємця на компоненти (досвід, освіта, професіоналізм і т. д.). Тоді аналіз здійснюється в такій послідовності:

оцінюються найбільш значущі компоненти трудового потенціалу;
оцінюються фактично досягнуті результати діяльності підприємця;
найбільш значущі компоненти зставляються з досягнутими результатами і на цій основі оцінюється реальний потенціал підприємця.

Оцінка якості трудового потенціалу підприємця може кваліфікуватися за такими ознаками:

1. За властивостями трудового потенціалу: продуктивності, ефективності, змінності, керованості, стійкості, обмеженості, відтворюваності, взаємозаповнення, взаємодоповнення.

2. За сферами діяльності підприємства:

пов'язані з окремими сферами підприємницької діяльності (приватні);

пов'язані в цілому з підприємницькою діяльністю (узагальнювальні).

3. За рівнем охоплення елементів трудового потенціалу: специфічні (за складом трудового потенціалу), загальні (потенціал у цілому).

4. За вимірниками: натуральні, вартісні, трудові, безрозмірні.

5. За способом обчислення: об'ємні, середні, індексні, зростаючі, обмежені.

6. За способом вираження: абсолютні й відносні.

7. За ступенем узагальнення: одиничні та комплексні (інтегральні).

8. За областю використання: аналітичні, прогнозуючі, планові, звітні, статистичні, відсоткові.

9. За перспективним забезпеченням конкурентоспроможності підприємства:

забезпечення конкурентоспроможності підприємства в даний момент;

забезпечення конкурентоспроможності підприємства в майбутньому.

10. За результатами праці: якісна праця, кількісна праця, ефективна праця, раціональне використання робочого часу.

Оцінка якості трудового потенціалу підприємця також ураховує вміння підприємця до співпраці, колективної організації і взаємодії (комунікативний потенціал), творчі здібності та ціннісно-мотиваційні властивості.

Література: 1. Гриньова В. М. Проблеми управління трудовими ресурсами підприємства: Монографія / В. М. Гриньова, О. М. Ястремська. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 192 с. 2. Пономаренко В. С. Управління трудовим потенціалом: Наук. вид. / В. С. Пономаренко, В. М. Гриньова, М. Н. Салун, М. М. Новікова, А. Г. Гольдфарб, І. А. Грузіна, О. М. Красноносова, С. М. Самойленко, С. І. Струк. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 348 с. 3. Хомяков В. І. Управління потенціалом підприємства / В. І. Хомяков, І. В. Бакум. – Черкаси: ЧДТУ, 2005. – 324 с. 4. Савельєв В. С. Управління персоналом: Навч. посібн. / В. С. Савельєв, О. Л. Сьєко. – К.: ВД "Професіонал", 2005. – 336 с. 5. Ященко Б. Оцінка персоналу як основа кадрового менеджменту // Україна: аспекти праці. – 2002. – №1. – С. 35 – 38.

РОЛЬ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ З ТОЧКИ ЗОРУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Характерною рисою сучасного управління підприємствами є визнання зростаючої ролі персоналу як у системі виробництва, так і підвищення конкурентоспроможності всіх складових його розвитку. Тому однією з найважливіших складових потенціалу підприємства слід вважати персонал,



оскільки для того щоб підприємство працювало, необхідно підбирати працівників, які утворюють команду, що вирішуватиме, втілюватиме в життя розроблену стратегію, найголовніші завдання з управління, виробництва, збуту, маркетингу та фінансів. Потенціал цієї складової "накладається" на всі інші складові, адже він присутній у всіх інших елементах потенціалу. Без висококваліфікованих робітників потенціал виробництва наближається до нуля, в той час як потенціал "управління" має від'ємне значення за умови наявності неграмотних керівників [1].

Теоретичні, методичні і практичні аспекти проблеми трудового потенціалу одержали розвиток у роботах українських учених: В. Ф. Андрієнка, О. І. Амоші, С. І. Бандури, Л. К. Безчастки, Д. П. Богині, І. К. Бондара, О. А. Бугуцького, Л. І. Воротиної, В. М. Данюка, Г. А. Дмитрієнка, М. І. Долишнього, Ф. Р. Дунаєвського, С. М. Злупки, Е. П. Качана, М. М. Кіма, А. М. Колота, Л. В. Кривенко, І. Д. Крижка та ін.

Узагальнюючі показники, які певним чином використовуються, відображають не більше двох-трьох елементів трудового потенціалу, до того ж переважно з кількісного боку. Наприклад, показник можливого сукупного відпрацьованого фонду робочого часу розраховується як середньозважена величина, де мірою служить кількість працівників, що мають ту чи іншу встановлену норму робочого часу (тижневу або річну, встановлену або фактичну тривалість робочого дня тощо). Зокрема, цей показник використовується для характеристики потенціальної маси праці відносно населення території (суспільства) або для оцінки трудового потенціалу на рівні підприємства.

Найпоширенішим узагальнюючим показником, який застосовується для кількісної оцінки трудового потенціалу з використанням робочого часу, є кількість часу (людино-років), які можуть відпрацювати працівники підприємства до виходу на пенсію. Динаміка цього показника, що відображає не тільки чисельність працівників підприємства, а і їх статевікову структуру, відтворює процес старіння колективу підприємства (особливо, якщо його кадрова політика тривалий час була орієнтована на стабілізацію колективу) [1].

Ще одним напрямом є використання для оцінки трудового потенціалу умовно-натуральних показників. Вихідними даними для них є результати спеціальних досліджень, розраховані коефіцієнти, що характеризують потенціальні виробничі можливості кожної статевої групи працівників. Трудовий потенціал підприємства в цілому визначається як середньозважена кількість цих коефіцієнтів, де вагами служить частка тієї чи іншої статевої групи у загальній чисельності. Недоліком цього методу є вузька сфера для застосування: його використання можливе лише при значних змінах у статевої структурі працівників, що на рівні підприємства за невеликий проміжок часу (1 – 5 років) зустрічається рідко.

Література: 1. Пономаренко В. С. Управління трудовим потенціалом. Наук. вид. / В. С. Пономаренко, В. М. Гриньова, М. М. Салун, М. М. Новікова, А. Г. Гольдфарб, І. А. Грузіна, О. М. Красносова, С. М. Самойленко. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 348 с.

Огієнко С. О.

УДК 658.71

Письмак В. О.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання підприємств при послабленому впливі з боку держави щодо координування потокових процесів на підприємстві і нестабільному макроекономічному середовищі все більше значення приділяється підвищенню ефективності діяльності підприємства. У таких умовах розвитку української економіки стає необхідним перегляд старих форм організації економічних відносин між підприємствами, в тому числі і у сфері закупівель. Багато старих структур і методи організації постачальницьких процесів на підприємствах стають неефективними як для служби закупівель, так і для підприємства в цілому, оскільки не завжди відповідають новим принципам ринкової економіки, що спираються на повну економічну самостійність бізнес-суб'єктів.

© Огієнко С. О., Письмак В. О., 2009

Вивчення широкого комплексу питань щодо закупівельної діяльності підприємства здійснювалося у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних економістів, таких, як Б. О. Анкін, І. І. Бажин, Д. Бауерсокс, Д. Клосс, Є. В. Крикавський, В. С. Николайчук, Ю. В. Пономарьова, В. І. Сергеев та ін. [1 – 6].

Мета дослідження, результати якого наведені у статті, полягає в теоретичному обґрунтуванні підвищення ефективності закупівельної діяльності підприємства за рахунок формування системи стратегічного управління.

У загальному розумінні термін "закупівля" описує процес закупки: усвідомлення необхідності, пошук і вибір постачальника, переговори про ціну, а також інші умови, наприклад, пов'язані з доставкою товару [1]. Ефективність закупівельної діяльності залежить від якості матеріально-технічного забезпечення, тобто якості функціонування закупівельної системи та її складових [7]. Як відомо, ефективність діяльності на даному етапі характеризується взаємопов'язаними показниками: продуктивності праці, фондодіддачі, матеріаломісткості, рентабельності, швидкості обігу товарів і обігових коштів, ефективності використання матеріальних ресурсів.

Вирішення проблеми підвищення ефективності закупівельної діяльності передбачає формування на підприємстві спеціальної системи стратегічного управління. Стратегічне управління закупівлями повинне мати такі етапи: аналіз середовища, визначення місій і цілей, вибір стратегії здійснення закупівельної діяльності, виконання стратегії, оцінка і контроль виконання стратегії. Стратегічне управління закупівельною діяльністю повинно здійснюватися керівними ланками та бути узгодженим з основною стратегією діяльності підприємства.

Таким чином, як інструмент підвищення ефективності закупівельної діяльності підприємства доцільно створити систему стратегічного управління, тобто сукупність основних прийомів, методів та способів довгострокового управління, спираючись при їх застосуванні на людський потенціал і орієнтуючись на потреби виробництва, що в сукупності дає можливість досягти при цьому поставлених цілей.

Література: 1. Логистика: Учебное пособие / Под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. – М.: ТК ВЕЛБИ, Изд. "Проспект", 2006. – 408 с. 2. Бажин И. И. Логистика: Компакт-учебник. – Харьков: Консум, 2003. – 240 с. 3. Бауэрсокс Доналд Дж. Логистика: Интегрированная цепь поставок: Пер. с англ. / Доналд Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2001. – 640 с. 4. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії: Підручник для вищ. навч. закл. – Львів: Інтеллект-Захід, 2004. – 414 с. 5. Николайчук В. Е. Заготовительная и производственная логистика: Учебн. пособ. – СПб.: Питер, 2001. – 156 с. 6. Пономарьова Ю. В. Логістика: Навч. посібн. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 189 с. 7. Канке А. А. П. Логистика: Учебник / А. А. Канке, И. П. Кошева. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2005. – 352 с.

УДК 65.012

Салун М. М.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ ВІДТВОРЕННЯМ ТА МОДЕРНІЗАЦІЄЮ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розширене відтворення суспільного продукту втілюється в економічному зростанні. Від розв'язання проблеми економічного зростання залежить створення відповідних основ соціально-економічного прогресу суспільства, перспектив зростання національного багатства та добробуту кожної людини.

Ресурсний потенціал підприємства у процесі ведення господарської діяльності бере участь у безупинно поновлюваному процесі виробництва (відтворення). Властивість до відтворення ресурсного потенціалу підприємства полягає в його здатності, а також у здатності його елементів поновлюватися в незмінних, розширених або скорочених масштабах [1 – 3].

Ресурсний потенціал підприємства (кадрові, матеріальні, фінансові, інформаційні ресурси) різною мірою підвладні зносу всіх видів (таблиця). Тому процес відтворення й модернізації ресурсного потенціалу матиме істотні відмінності для окремих його складових.

© Салун М. М., 2009

**Взаємозв'язок зносу ресурсного потенціалу підприємства
із формами його відтворювання**

Складова ресурсно-го потенціалу	Фізичний знос		Моральний знос	
	повний	частковий	першого виду	другого виду
Матеріальні ресурси	Просте, розширене відтворювання	Розширене відтворювання	Розширене відтворювання	Розширене відтворювання, модернізація
Кадрові ресурси	Просте, розширене відтворювання		Просте, розширене відтворювання	Модернізація
Інформаційні ресурси	Просте, розширене відтворювання		Розширене відтворювання	
Фінансові ресурси	Ресурс не схильний до зносу, бере участь у процесах відтворювання матеріальних, кадрових, інформаційних ресурсів			

Матеріальні ресурси підприємства в ході їх функціонування підвладні моральному і фізичному зносу. Процес відтворювання матеріальних ресурсів включає: просте відтворювання (у вигляді заміни застарілих, зношених фізично засобів праці); розширене відтворювання (у вигляді розширення, реконструкції і технічного вдосконалення матеріальних ресурсів); модернізацію (у вигляді підвищення техніко-економічних характеристик матеріальних ресурсів). Кадровий ресурс підприємства у ході його функціонування підвладний фізичному зносу у формі старіння колективу, проте виділення повного і часткового фізичного зносу тут неможливе. Процес відтворювання кадрового ресурсу на підприємстві включає: просте відтворювання (у вигляді оновлення, омолодження колективу); розширене відтворювання (у вигляді чисельного збільшення працівників підприємства, зміни їх основних кваліфікаційних характеристик – удосконалення умінь, навичок, компетенцій); модернізацію (у вигляді своєчасного, випереджаючого оновлення якості кваліфікаційних характеристик кадрового потенціалу). Інформаційний ресурс підприємства підвладний як фізичному, так і моральному зносу. Фінансовий ресурс не підвладний зносу, проте бере участь у відтворювальних процесах підприємства на рівні забезпечення відновлення, оновлення і підвищення техніко-економічних характеристик решти складових ресурсного потенціалу підприємства.

Результатами дослідження доведено, що повний цикл відтворювання у всіх властивих йому формах характерний тільки для кадрового і матеріального ресурсів підприємства. При цьому матеріальні ресурси підприємства можна вважати уречевленою працею, тобто виділяти трудовий ресурс підприємства як основу відтворення та модернізації ресурсного потенціалу підприємства, однак, з іншого боку, розширене відтворення й модернізація матеріальних ресурсів є базою для оновлення якісних характеристик трудових ресурсів підприємства. Відтворення та модернізація матеріальних ресурсів підприємства ведеться через дію факторів зниження вартості ресурсу (зносу), в той час як трудовий ресурс як такий у рамках підприємства не може бути відтворено. Відтворенню й модернізації підлягають тільки якісні характеристики трудового потенціалу підприємства, а зниження вартості трудового ресурсу є наслідком несвоечасної модернізації його якісних характеристик.

Література: 1. Попов Е. В. Рыночный потенциал предприятия: Монография. – М.: Экономика, 2002. – 560 с. 2. Ветров А. А. Структурно-целевой анализ экономического потенциала предприятия: Монография. – Саратов: Изд. Саратовского университета, 1989. – 286 с. 3. Салывин В. Теории общественного воспроизводства. – К.: МАУП, 2000. – 368 с.

Довідка про авторів

Гриньова В. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ
Гордієнко Л. Ю. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Бондаренко Т. Ю. – ст. викладач Харківського державного університету харчування та торгівлі
Борсук А. М. – аспірант Сумського національного аграрного університету
Гросул В. А. – канд. екон. наук, доцент Харківського державного університету харчування та торгівлі
Вацьковскі К. С. – докт. екон. наук, професор Варшавського технологічного університету (Варшавська політехніка)
Бардаков В. А. – доцент Харківської національної академії міського господарства
Грецька Г. М. – канд. екон. наук, доцент Харківської національної академії міського господарства
Должикова А. П. – аспірант ХНЕУ
Дьомін С. С. – викладач ХНЕУ
Дзьобко І. П. – ст. викладач ХНЕУ
Лепейко Т. І. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ
Чістяков А. С. – здобувач ХНЕУ
Мандзюк М. М. – аспірант ХНЕУ
Мажник Л. О. – аспірант ХНЕУ
Мельникова К. В. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Тімонін К. О. – аспірант ХНЕУ
Герашенко І. М. – студент ХНЕУ
Сотник І. М. – канд. екон. наук, доцент, докторант Сумського державного університету
Небилиця О. А. – аспірант ХНЕУ
Пестіна Г. О. – ст. викладач Харківського державного університету харчування та торгівлі
Погосова М. Ю. – аспірант ХНЕУ
Лугош А. В. – студент ХНЕУ
Салашенко Т. І. – економіст відділу маркетингу та планування ХНЕУ
Коршунов Є. А. – аспірант ХНЕУ
Колодізєва Т. О. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Руденко Г. Р. – викладач ХНЕУ
Шушлякова О. В. – викладач ХНЕУ
Шульга Г. Ю. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Фартушняк О. В. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Шахова О. В. – асистент Харківської національної академії міського господарства
Таньков К. М. – канд. екон. наук, ст. викладач ХНЕУ
Новіков Д. А. – студент ХНЕУ
Отенко В. І. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Колодіна О. М. – аспірант ХНЕУ
Придатченко І. М. – магістр ХНЕУ
Сідоренко В. В. – аспірант ХНЕУ
Слепченко Н. Л. – аспірант ХНЕУ
Ткаченко Т. В. – магістр ХНЕУ
Шелудько Л. В. – канд. екон. наук, доцент Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва
Храпкіна В. В. – канд. екон. наук, доцент Макіївського економіко-гуманітарного інституту
Шелудько Р. М. – канд. екон. наук, доцент Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва
Хамідова А. Ш. – аспірант Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана
Новікова М. М. – канд. екон. наук, доцент, докторант ХНЕУ
Попов О. Є. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Вейцев С. В. – студент ХНЕУ
Великий Ю. М. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ
Власова А. В. – доцент Кременчуцького університету економіки, інформаційних технологій і управління
Ващенко А. В. – студент Кременчуцького університету економіки, інформаційних технологій і управління



Гідзула А. О. – аспірант ХНЕУ
Власова Н. О. – канд. екон. наук, професор Харківського державного університету харчування та торгівлі
Носач Л. Л. – викладач Харківського державного університету харчування та торгівлі
Браташ М. А. – аспірант Харківської національної академії міського господарства
Заславська К. А. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Діоба А. В. – аспірант ХНЕУ
Прохорова В. В. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Заколдаєва С. Л. – магістр ХНЕУ
Грузіна І. А. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Горяйнова Ю. С. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Демченко Т. В. – студент ХНЕУ
Деренська Я. М. – канд. екон. наук, доцент Національного фармацевтичного університету
Добровольська М. В. – студент Харківського гуманітарного університету "Народна українська академія"
Дуда О. В. – аспірант ХНЕУ
Доровська В. О. – студент ХНЕУ
Колосов А. М. – канд. екон. наук, доцент Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля
Ляшенко О. М. – канд. екон. наук, доцент Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля
Кузенко Т. Б. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Козирєва О. В. – канд. екон. наук, доцент Національного фармацевтичного університету
Курило С. В. – доцент Кременчуцького університету економіки, інформаційних технологій і управління
Кубатко О. В. – асистент Сумського державного університету
Ляпунова Н. М. – канд. юр. наук, доцент Кременчуцького державного політехнічного університету ім. Михайла Остроградського
Лисиця А. В. – аспірант Донецького національного університету
Македон В. В. – канд. екон. наук, доцент Дніпропетровського університету економіки та права
Кубатко О. В. – асистент Сумського державного університету
Мартиненко М. В. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Машошина Н. В. – студент Харківського гуманітарного університету "Народна українська академія"
Мельник О. О. – аспірант Харківської національної академії міського господарства
Морозова М. Г. – студент Харківського гуманітарного університету "Народна українська академія"
Новопісна К. В. – аспірант Донбаського державного технічного університету
Овчинникова М. О. – студент ХНЕУ
Проскура О. Ю. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Сорокіна А. С. – аспірант ХНЕУ
Струк С. І. – здобувач ХНЕУ
Тризна В. В. – студент ХНЕУ
Рябуха М. С. – аспірант Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва
Світлична К. С. – викладач Національного фармацевтичного університету
Швець Л. В. – аспірант ХНЕУ
Самойленко В. В. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Огієнко С. О. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Письмак В. О. – викладач ХНЕУ
Салун М. М. – канд. екон. наук, доцент ХНЕУ