

*Управління  
розвитком  
Харківський національний  
економічний університет*

*Збірник наукових статей*

*видається 2 рази на рік*

*№ 13' 2008*

*Харків. Вид. ХНЕУ, 2008*

**Засновник і видавець****ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ***Реєстраційний номер свідоцтва КВ №5948 від 19 березня 2002 р.**Затверджено на засіданні вченої ради університету.**Протокол №10 від 26.05.2008 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.**

Редактор	<b>Голінська О. Г.</b>	<b>Замазій О. Є.</b>
	<b>Дуднік О. М.</b>	<b>Лященко Т. О.</b>
	<b>Гергеша А. В.</b>	<b>Грицай І. М.</b>
	<b>Коротчаєва І. О.</b>	<b>Нещеретна О. М.</b>

Комп'ютерна верстка **Галілей М. І.****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 20.06.2008 р.

Формат 84×108 1/16. Папір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 20,5. Обл.-вид. арк. 25,83. Тираж 500 прим. Зам. № 480.

Ціна договірна.

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

Видавництво ХНЕУ.

- © Харківський національний економічний університет, 2008
- © Видавництво ХНЕУ, 2008
- дизайн, оформлення обкладинки
- © Управління розвитком, 2008

## ОПТИМІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сучасного ринку, для якого характерне посилення конкуренції, будь-яке підприємство рано чи пізно стикається з проблемою вибору найбільш ефективних каналів збуту продукції і процесу їх оптимізації. Даному питанню приділяється все більше уваги, оскільки від успішної реалізації продукції залежить стабільна діяльність підприємства. Зрештою, оптимально сформовані канали розподілу і реалізації продукції підвищують конкурентну стійкість підприємства, сприяють залученню нових споживачів і розширенню впливу на ринку. Тому вибір збутової мережі можна віднести до області стратегічних рішень. У даній роботі пропонується достатньо ефективний спосіб формування і оптимізації збутових каналів. Для кращого розуміння підходів, наведених у методиках, результати застосування показані на прикладі промислового підприємства, що проводить продукцію цивільного призначення.

Проблемами збутової політики підприємства займалися такі вчені, як Ф. Котлер [1], В. Ю. Святенко [2], І. І. Лисакова [3].

На деяких підприємствах структура збуту функціонує таким чином: на кожному з виробничих філіалів заводу підрозділи збуту займаються реалізацією продукції за схемою, в якій кожен рівень збутового каналу діє незалежно один від одного, не піклуючись про ефективність каналу в цілому. Така схема роботи не забезпечує достатнього зворотного зв'язку, інформація про тенденції змін ринкової ситуації доходить до підприємства із запізненням і, часто, в спотвореному вигляді.

Тому, із збільшенням виробництва і реалізації продукції гостро постає питання формування і оптимального розподілу каналів руху товару.

Практика показала, що, навіть якщо на підприємстві створили якісний товар, сформували ціни, враховуючи ситуацію на ринку, – це не є гарантією того, що клієнти "встануть в чергу" за продукцією. Час дефіцитного ринку пройшов, сьогодні конкуренція така, що виробник повинен немало попращувати для того, щоб знайти споживача і зробити з нього свого постійного партнера.

Основна мета політики збуту – формування мережі каналів руху товару для продажу продукції з максимальним економічним ефектом для підприємства. Вибір збутової політики підприємства, і зрештою, конкретного каналу збуту визначається, перш за все, обмеженнями, що накладаються цільовим ринком, фактором поведінки покупців, особливостями товару і фірми та іншими чинниками.

Процес аналізу основних чинників, що впливають на ухвалення рішення про вибір каналу збуту, можна представити таким алгоритмом:

1. Виявлення особливостей клієнтів.

У результаті дослідження ринку при проведенні аналізу потенційних клієнтів був виявлений ряд будівельних баз, віднесених підприємством до розряду "середньоперспективних", таким чином, в роботі з ними застосовувалися звичайні знижки, що не дають стимулу до нарощування об'ємів споживання продукції. Подальший детальний аналіз географічного положення, складських приміщень і місткості регіональних ринків у місцях розташування баз показав, що буде доцільним їх включення в дилерську мережу підприємства з наданням відповідних знижок і пільг. Подібна переорієнтація дозволила істотно збільшити об'єми збуту по даному сегменту [2].

2. Аналіз можливостей фірми з урахуванням характеристик товару. Проводиться дослідження можливостей підприємства з фінансових, збутових і маркетингових ресурсів, зокрема оцінка перспективності нової продукції, оцінка конкурентоспроможності створених товарів.

3. У процесі аналізу політики збуту, що проводиться конкурентами, визначаються: агресивність просування товару на ринок, методи і об'єми продажу продукції, особливості методів стимулювання [4].

4. Досліджуються особливості ринку, його місткість, насиченість даною продукцією, а також комерційна практика, прийнята на ринку.

5. Зважаючи на підсумки проведеної роботи, аналізуються декілька альтернативних варіантів збутового каналу з урахуванням порівняння вартості різних варіантів організації збуту і оцінкою їх економічної доцільності. Розглядаючи даний чинник детальніше, звернемося до прийнятої класифікації. Основними учасниками збутового каналу є виробники продукції, кінцеві споживачі, а також посередники.

У зв'язку з неможливістю в подальшому швидкої зміни збутових каналів дуже важливо уникнути помилок при їх формуванні. При побудові альтернативних варіантів, на першому етапі не потрібно об'єднувати сфери бізнесу, що розвиваються на підприємстві, а розробляти варіанти збутових



каналів за кожним напрямом окремо. Це необхідно для того, щоб врахувати максимально можливу кількість варіантів просування продукції від виробника до споживача. Даний процес трохи ускладнює роботу, але надалі дозволяє виділити різних учасників ринку і, по можливості, згрупувати їх в оптимальному для підприємства варіанті. Визначаючи посередників, слід враховувати, що потрібно проглядати варіанти не тільки в напрямі "виробник – споживач", але і відштовхуватися від кінцевого споживача, поставивши питання: де він ще може купити товар? Таким чином, з'являється можливість виявлення додаткових джерел придбання товару або його застосування в іншій якості.

б. Завершальним кроком є ухвалення рішення з вибору збутової політики і варіанту збутового каналу в розрізі кожного напрямку вироблюваної продукції.

Підводячи підсумок, необхідно відзначити, що часто підприємствам доцільно використовувати різні канали руху товару.

За підсумками проведеного аналізу в рамках представленого вище алгоритму, найбільш ефективним визнано збут через дилерську мережу, що має власну мережу посередників (дилери 2-го рівня). Реалізація товару за допомогою даного каналу дає можливість диференціювання цін по регіонах, широкого територіального обхвату, а також є добрим джерелом інформації про ринок.

Активна позиція і пошук шляхів підвищення ефективності своєї діяльності, орієнтованої на вимоги ринку і запити споживачів, забезпечує успіх підприємства в ринкових умовах. Описаний підхід із застосуванням представлених методик дозволяє оптимізувати тимчасові, фінансові і кадрові ресурси для вирішення проблем з формування і функціонування каналів руху товару продукції підприємства. Правильно організована система збуту – це один з важливих інструментів маркетингу, який може істотно збільшити доходи вашої компанії і узяти той курс, який приведе підприємство до успіху.

---

**Література:** 1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1991. – 450 с. 2. Святненко В. Ю. Промисловий маркетинг: Навч. посібник. – К.: МАУП, 2001. – 264 с. 3. Лысакова И. И. Управление каналами сбыта товаров промышленного назначения // Маркетинг. – 2000. – №3. – С. 25 – 28. 4. Чудаков А. Д. Логистика: Учебник. – М.: РДЦ, 2003. – 480 с.

---

**Третяк Д. В.**

УДК 331.101

Студент 3 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Останнє століття – період значних перетворень та зрушень – ознаменувалося переходом до нової моделі розвитку людства – переходом до інформаційного суспільства, де на перший план виступає людина з її якісними та кількісними характеристиками. Якщо казати більш глибоко – то людський капітал (ЛК).

Поняття "людський капітал" набуло широкого вжитку в середині ХХ століття. Засновниками теорії ЛК можна вважати представників "чиказької школи" Т. Шульца, Г. Беккера, Б. Вейсброда, Дж. Мінцера, Л. Хансена та ін. Сьогодні існує безліч концепцій ЛК, що дають змогу відповісти на питання впливу соціального фактора на економіку держави (підприємства), питання ефективності вкладених коштів у ЛК тощо. Вони широко тлумачать поняття ЛК, але сьогодні, незважаючи на велику кількість статей, монографій, наукових робіт, присвячених даному питанню, не розроблено чітких та точних методів оцінки ЛК. Метою даної роботи є спроба розкрити основні проблеми оцінки ЛК (зокрема в Україні).

Це питання є досить актуальним, адже все більшу цінність держави (компанії) складають не матеріальні активи, а саме ЛК у поєднанні з інформацією. Це підтверджує той факт, що все частіше продаж компанії здійснюється не за цінами, що відповідають величині фізичних активів, а цінами, що в десятки разів перевищують ці величини.

ЛК може розглядатися на рівні держави в цілому та на рівні підприємства, тож, відповідно, при оцінці ЛК на різних рівнях ставляться різні завдання та використовуються різні методи. Єдність полягає у тому, що в обох випадках вони покликані оцінити потенціал та ефективність використання ЛК.

На макроекономічному рівні існують різні підходи та методи щодо визначення та оцінки ЛК. Сюди можна віднести такі методи вартісних оцінок людських істот, як вартість виробництва (запропонований А. Смітом) і процедура капіталізації заробітку (запропонований В. Петті), удосконалені методики В. Фарра, Е. Енгеля, Т. Вітстейна, Л. Дубліна та А. Лотка тощо [1]. На мікроекономічному

---

© Третяк Д. В., 2008



рівні використовуються такі підходи щодо оцінки ЛК: q-коефіцієнт Дж. Тобіна, підхід Т. Стюарта та Л. Едвінсона (ЛК розглядається як складова інтелектуального капіталу (ІК)), методика оцінки ІК РСНА [2], розроблена американськими спеціалістами з NCI Research тощо. Усі запропоновані методики використовуються й нині, проте не дають повної інформації щодо ЛК, адже в багатьох з них були закладені недоведені припущення та неточності, деякі з них не відповідають сучасності.

До основних проблем оцінки ЛК на мікро- та макrorівнях (це, в першу чергу, стосується нашої держави) можна віднести:

1) відсутність єдиного підходу та єдиних показників оцінки ЛК, що ускладнює процес зіставлення отриманих результатів;

2) наявність суб'єктивної складової у визначенні складових ЛК і відповідно спотворення та викривлення результатів щодо оцінки ЛК в цілому;

3) складність повного розмежування понять "інтелектуальний капітал", "людський капітал" та "нематеріальні активи" (особливо це стосується підприємств);

4) певні труднощі у знаходженні такого показника, який би повною мірою відображав не тільки вартість ЛК, але і його поточний стан, аналіз його динаміки та вплив на фінансову вартість компанії;

5) непостійність ринкової вартості підприємства та нестабільність на ринку праці в цілому за державою, що ускладнює процес визначення показників оцінки ЛК на перспективу;

6) відсутність достатньої інформації щодо вже існуючих методів та підходів оцінки ЛК, які б могли використовуватися державою (підприємством) щодо визначення ЛК на відповідному рівні;

7) відсутність усвідомлення підприємствами необхідності визначення ЛК, що не дає можливість розвиватися ринку послуг з оцінки та вимірювання ЛК підприємств та держави в цілому і як результат – немає імпульсу щодо власних напрацювань за даним питанням тощо.

Підсумовуючи зазначене вище, можна відзначити, що питання оцінювання ЛК підприємства, регіону, держави є досить проблемними та потребують ретельного аналізу та доопрацювання з боку економістів. Сьогодні це є актуальним безпосередньо для нашої країни, адже не розроблено вітчизняних аналогів оцінки ЛК, які б задовольняли потреби ринку ІК, що бурхливо розвивається на теренах нашої держави.

---

**Література:** 1. Журавльова І. В. Управління людським капіталом підприємства. Наукове видання / І. В. Журавльова, А. В. Кудлай. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2004. – 284 с. 2. <http://www.hrm.ru> 3. Близнюк В. В. Людський капітал як фактор економічного розвитку (еволюція методологічних підходів та сучасність) // Економіка і прогнозування. – 2005. – №2. – С. 64 – 78. 4. Бородіна О. Людський капітал як основне джерело економічного зростання // Економіка України. – 2003. – №7. – С. 48 – 53. 5. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Підручник. – К.: Знання, 2006. – 560 с. 6. Кендюхов А. В. Теория и практика оценки интеллектуального капитала: Зарубежный опыт // Менеджер. – 2002. – №6. – С. 160 – 165. 7. Крюкова О. М. Людський капітал в контексті переходу до інформаційного суспільства / О. М. Крюкова, Д. В. Третяк // Культура народів Причорномор'я. – 2007. – №102. – С. 189 – 191.

УДК 658.84

**Милинтеева О. В.**

Студент 3 курсу  
фінансового факультету

## СОВРЕМЕННЫЕ ВИДЫ МАРКЕТИНГА

В настоящее время маркетинговая деятельность широко развита в Украине. Живя повседневной жизнью, мы часто не замечаем элементарных вещей и чаще всего не обращаем внимания на окружающие нас процессы. Результаты различных исследований дают возможность показать, что сегодня жизнь без маркетинга трудно представить. Актуальность данного вопроса состоит в том, что каким бы видом деятельности мы не занимались, везде встречаем использование маркетинга.

По Ф. Котлеру маркетинг – это социальный прогресс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей индивидов и групп посредством создания предложения товаров и услуг, обладающих ценностью, и обмена ими с другими людьми [1].

Современный маркетинг можно рассматривать в различных аспектах характеристики его деятельности в микро- и макросреде, задач и целей организации.

Иметь представление о классификации сформировавшихся видов маркетинга необходимо для учета их совместимости и принципиальных различий в дальнейшей трудовой деятельности организации. Существует множество видов маркетинга, каждый из которых предусматривает конкретную программу, направленную на достижение определенной маркетинговой цели [2].

---

© Милинтеева О. В., 2008



Виды маркетинга – это совокупность подразделений в систематике маркетинга, входящая в состав высшего раздела маркетинга (таблица).

Таблица

**Классификация видов маркетинга по группировочным признакам и целям**

Виды маркетинга	Группировочные признаки	Цели
маркетинг продукта маркетинг услуг	Форма товара (группировка по долговечности и материальной осязаемости товара)	Организационная цель
макромаркетинг микромаркетинг мультинациональный глобальный	Экономический уровень решаемых задач	Охват рынка
потребительский промышленный отношений социальный научно-технический инвестиционный торговый	Сфера рыночных отношений	Стратегическая цель
стратегический операционный интегрированный	Содержание маркетингового процесса	Сбытовая цель
конверсионный стимулирующий развивающий ремаркетинг синхромаркетинг поддерживающий демаркетинг противодействующий	Состояние спроса	Достижение определенного уровня спроса
классический ответственный	Социально-культурная концепция	Этический аспект
пассивный организационный активный	Стадия развития	Достижение необходимого уровня продаж
американский японский европейский	Традиции в приоритетах	Получение максимальной прибыли

Группировочные признаки, по которым маркетинг подразделяют на определенные виды, могут продемонстрировать цели, при помощи которых можно достичь успехов в различных видах деятельности организации.

Семеняк И. В. рассмотрела виды маркетинга и классифицировала их по группировочным признакам, но для того, чтобы более глубоко рассмотреть и понять сущность и предназначение каждого из видов, есть смысл дополнить таблицу информацией о целях, которые выполняют эти виды [3].

Рассмотрим цели деятельности организации более подробно:

организационная цель – предоставляются товары, оказываются личные и деловые услуги, что определяет весь порядок организации маркетинга;

стратегическая цель призвана создавать стратегии, основанные на сходстве спроса, при преодолении локальных особенностей и в то же время на адаптацию, где это необходимо;

сбытовая цель – делаются акценты на системе сбыта, рекламе по продвижению товара, направлены на выбор товарных рынков и на прогноз общего спроса, устанавливают цели по завоеванию доли рынка, а также маркетинговый бюджет;

уровни продаж – достижение и организация потока необходимых изготовленных товаров, которые ориентируется на внутренние возможности предприятия, с целью сделать акцент на концепции продаж;

получение максимальной прибыли – использование определенных направлений маркетинговых стратегий, ориентированных на повышение мобильности функционирования, на стабильное, долгосрочное положение на рынке, обеспечивающие максимальную прибыль [4].

Не смотря на достаточно углубленное исследование вопроса о видах маркетинга, автор может предположить, что маркетинговая деятельность на этом этапе еще не закончила свое развитие. Ученые, как в настоящее время, так и в дальнейшем будут исследовать структуру маркетинга, предлагая новые виды, которые могут быть трансформированы.

Таким образом, можно сказать, что маркетинг сегодня – это не только новая концепция управления, это философия сегодняшнего рынка, образ мышления современного предпринимателя. Более того, не только предприниматели, все мы должны сегодня разбираться в маркетинге, так как любой вид человеческой деятельности связан с таким понятием, как рынок. Знание видов маркетинга и выполняемых ими задач является ключом к принятию обоснованных, взвешенных, просчитанных решений.

**Литература:** 1. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с. 2. Щербань В. М. Маркетинг. – К.: Центр учебной литературы, 2006. – 208 с. 3. Семеняк И. В. Общий курс маркетинга. – Харьков: "РА", 2000. – 344 с. – с. 29. 4. Азарян Е. М. Маркетинг: принципы и функции. – К.: НВФ "Студцентр", 2000. – 320 с. 5. Тимонин А. М. Маркетинг: Курс лекций. – 2-е изд. – Харьков: "ИНЖЕК", 2006. – 76 с.

УДК 658.845

**Бондаренко Е. А.**

Студент 3 курса  
финансового факультета

## **СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЙ МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ**

Последнее десятилетие сделало экономику глобальной. На качество производства и реализации продукции огромное влияние оказали новые методы работы на рынке, а также компьютерные и телекоммуникационные технологии.

Совсем недавно в нашей стране исчезли километровые очереди – непереносимое условие приобретения чего бы то ни было. Потребители не только не хотят стоять в очереди за продуктами, они вообще не желают ходить по магазинам. Гораздо удобнее сидеть дома и ждать, пока продавец сам принесет все необходимое. И это нормально. Потому что сегодня такие потребности удовлетворимы.

Актуальность данного вопроса подтверждается тем, что в настоящее время сетевой маркетинг – это самый простой вид заработка. Однако приобретение товара и подписание контракта всего лишь дает возможность заработать. Вы должны сами привлекать людей в свою сеть, рассказывать о товаре, помогать им, строить свою сеть. Ваша работающая сеть будет результатом только вашего труда [1].

Специалисты-маркетологи подсчитали, что таким способом (то есть вне магазинов) в первой половине XXI века будет продаваться половина всех существующих товаров. Уже в 2007 году 18% товаров и услуг потребители получали вне стен предприятий розничной торговли [2].

Среди потребителей всего мира быстро завоевал популярность еще один способ распределения товара – сетевой маркетинг.

Важно понять скрытую суть уникального явления под названием "сетевой маркетинг". Во-первых, неприятие "простых" методов и технологий объясняется тем, что люди предпочитают сложные решения простым, причем не только в бизнесе. Для того, чтобы убедить их в обратном или приучить использовать в повседневном быту результаты научно-технического прогресса, требуются десятилетия. Во-вторых, важно все изучить, чтобы уметь отличить легальный бизнес от нелегального. Таким образом, целью статьи является тщательно разобраться во всех нюансах сетевого маркетинга, чтобы не стать жертвой обмана структур, прикрывающихся сетевым маркетингом, а также использовать преимущества компаний сетевого маркетинга в своих целях.

Изобретателем сетевого бизнеса считается Карл Ренборг. Химик по основной специальности, в 1920 г., находясь в лагере иммигрированных и имея проблемы с едой, он изобрел пищевые добавки. Через 20 лет он создал компанию "Nutrilite Products Inc.", в штате которой числились юрист, бухгалтер и он сам, а персоналом являлись независимые дистрибьюторы [3].

Фирмы, использующие сетевой маркетинг, действуют в Украине с 1991 года. Так, в Киеве и Харькове у распространителей можно купить детские игрушки, фены, фонарики канадской компании, бижутерию "под золото" ("Бьюти вэй" и "Золотой дельфин"), косметику ("Мэри Кей", "Эйвон", "Орифлейм"), пищевые добавки, водяные фильтры, пейджеры и многое другое [4].

Сущность системы сетевого маркетинга отличается от традиционных подходов к бизнесу. Его еще называют MLM, то есть Multi-level Marketing. Выражение Multi-level ("многоступенчатый") означает систему поощрения людей, доставляющих товар потребителю. То есть участник сетевого маркетинга получает доход не только от своих продаж товара, но и процент от продаж тех людей,



которых он привлечет в сеть. Схема выплат построена таким образом, что с каждой продажи получает не только последний продавец, но и все, кто стоит в цепочке сети до него. Люди, которые стоят у вершины сети, получают доход с огромного количества продаж, совершаемых в созданной ими сети [1].

Можно выделить несколько особенностей сетевого маркетинга:

личная заинтересованность – дистрибьютор сам делает выбор, но никогда не остается один, ему помогают консультанты;

получение прибыли – дистрибьютор покупает товар по оптовой цене и продает его по розничной;

достижение определенной розничной квоты – в некоторых компаниях ("Вита макс", "Гербалайф", "Нивеа" и др.), дистрибьютор обязан выкупить определенное количество товара, чтобы сделать следующую оптовую закупку дешевле;

продажа как результат продвижения товара на рынок – важная цель дистрибьютора;

продвижение товара – невыполнение данной функции означает то, что система сетевого маркетинга является нелегальной и трансформируется в финансовую пирамиду;

построение торгово-потребительской сети – главная особенность организации сетевого маркетинга, которая принесет настоящий материальный успех;

обучение системе сетевого маркетинга – дистрибьютором должен производиться процесс обучения системе сетевого маркетинга, создавая стабильный круг потребителей, продавцов и сетевиков;

сбережение ценностей – после переезда в другой регион страны дистрибьютор продолжает спонсировать людей, не теряя ценностей, созданных его группой [3].

Тем не менее, специалисты сетевого маркетинга осознают небезупречность этой системы. Между интересами компании, производящей товар и желающей распространить его как можно больше, и интересами участников пирамиды, занимающихся прямым маркетингом, нет полного совпадения. Для компании, включающей прибыль в цену товара, важно наращивать объемы. Распространители товара рискуют, покупая товар у компании. Чтобы получить прибыль, сетевой посредник обязательно должен продать товар. Риск нереализации можно снизить, но для этого необходимо овладеть всеми приемами удачливого сбытовика. Противоречивость системы не означает, что она не имеет перспектив, но относится к ней надо критически [4].

Проблему сетевого маркетинга также можно рассмотреть с точки зрения теории мотивации А. Маслоу. Ученый попытался объяснить, почему в разное время людьми движут разные потребности. Он считает, что человеческие потребности располагаются в порядке иерархической значимости от наиболее до наименее настоятельных. Человек будет стремиться удовлетворить в первую очередь самые важные потребности. Как только она удовлетворяется, то на время перестает быть движущим мотивом [5]. Если необходимо принять решение, хотите ли вы работать в сетевом маркетинге или нет, нужно изучить ряд мотивационных особенностей. Рекомендуется начать заниматься сетевым маркетингом, если вы хотите: экономить, вам нравится постоянный личностный рост, иметь источник дохода, расширить круг знакомых, научиться вести свое дело, не бросая основную работу, узнать, можете ли вы быть лидером. Не рекомендуется заниматься сетевым маркетингом, если: вы не хотите покупать продукцию со склада, не хотите экономить (лучше переплатите, но пусть вам принесут), вам не нужны деньги, вы не хотите расширять круг знакомых, вы хотите жить спокойной размеренной жизнью, вы привыкли в жизни зависеть только от своих действий, если вы не лидер от природы, и даже не хотите им стать, если вы не целеустремленный, не амбициозный человек, и не хотите им быть, а самое главное, если вы нашли свою нишу [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что сетевой маркетинг идет в ногу со временем. С одной стороны, сетевой маркетинг сам является порождением новых технологий распределения товара, с другой – в сетевом маркетинге используются все достижения научно-технического прогресса:

телепродажи;

каталоги;

Интернет-аукционы;

продажи при помощи телефона;

службы доставки товара на дом;

Интернет-магазины и т. д.

Таким образом, сетевой маркетинг можно назвать достижением позитивных изменений. К тому же, сетевой маркетинг реализует потребность "человека в человеке". Вот почему на сегодня его можно назвать самым прогрессивным и перспективным из существующих видов продаж.

---

**Литература:** 1. Рогожина Л. Что такое сетевой маркетинг? 3/05/2008 // [www.iwc-club.ru](http://www.iwc-club.ru) 2. Впереди торговли всей (нач.) // Планета людей. – 2007. – январь – С. 24. 3. Ефремов Н. Настольная книга сетевика. – Ростов н/Д.: "Феникс", 2003. – 320 с. 4. Семеняк И. В. Общий курс маркетинга. – Харьков: Кн. реклам. агентство "РА", 2000. – 344 с. 5. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: "Бизнес-книга", 2006. – 700 с. 6. В. Бессонова. Вся правда о сетевом маркетинге или надо ли это Вам? (14/05/2008) // [www.iwc-club.ru](http://www.iwc-club.ru)



Студент 3 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТРАНСПОРТА В ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Транспорт имеет большое значение в обеспечении эффективного функционирования логистической системы промышленного предприятия. Актуальность статьи заключается в том, что в настоящее время высшее руководство компании озабочено управлением перевозками больше, чем когда бы то ни было, поскольку транспортирование товаров стало весьма дорогой статьёй расходов. По оценкам экспертов, стоимость транспортных услуг в США составляет 6% валового внутреннего продукта [1]. Сегодня, находясь на вершине логистических новаций, менеджер по перевозкам считается одним из основных членов управленческой команды. Интерес высших руководителей к вопросам транспортирования повышает также осуществляемая сейчас реструктуризация перевозок. Поэтому **целью** статьи является раскрыть преимущества и недостатки использования того или иного вида транспорта в хозяйственной деятельности отечественных промышленных предприятий.

При отгрузке товаров складам, дилерам и потребителям предприятие может использовать: железнодорожный, водный, автомобильный, трубопроводный и воздушный виды транспорта [2].

Исследованию данного направления посвящены работы ученых Дж. Джонсона, Д. Вуда, Д. Вордлоу, П. Мерфи-мл. [1], Ф. Котлера [2], М. П. Гордона, С. Б. Карнаухова [3] и др.

Первыми возникают следующие вопросы: "Какой из этих видов транспорта является наиболее оптимальным?", "В каких случаях применять тот или иной вид транспорта?". Все это зависит от целей, которые ставит перед собой предприятие. Конечно, каждое предприятие стремится к максимальному удовлетворению нужд потребителей, при этом стремится повысить эффективность операций, которые ведут к улучшению качества обслуживания при более низких общих затратах. В таблице определяется, в чем заключаются преимущества и недостатки использования различных видов транспорта.

Таблица

Преимущества и недостатки использования различных видов транспорта

Виды транспорта	Стоимость перевозки	Время на доставку	Объем перевозимых грузов	Возможность перевозить любые виды грузов	Возможность доставки "от двери до двери"	Зависимость от погодных условий	Стоимость перевозимых грузов
Железнодорожный	Н*	В	В	В	Н	Н	Н
Водный	Н	В	В	В	Н	В	Н
Автомобильный	Н	В	Н	В	В	В	В
Трубопроводный	Н	В	В	Н	Н	Н	В
Воздушный	В	Н	Н	Н	Н	В	В

\*Н – низкая оценка (при прочих равных условиях);

В – высокая оценка (при прочих равных условиях)

Анализируя данные таблицы, отметим, что железные дороги являются самым крупным грузоперевозчиком страны. С точки зрения затрат, железные дороги – наиболее рентабельный вид транспорта для перевозок вагонных партий грузов навалом на дальние расстояния [2]. Преимущества данного вида транспорта заключаются в том, что он обладает высокими эксплуатационными характеристиками, то есть регулярностью, скоростью движения, большими перевозными и пропускными способностями, возможностью осуществления массовых грузоперевозок в комплексе с от-



носителем низкой их стоимостью, возможностью бесперебойного и равномерного осуществления перевозок в любое время года и период времени, относительно высокими качественными показателями и достаточно совершенными технологиями перевозок. Кроме того, существует возможность строительства железных дорог практически на любой сухопутной территории страны и обеспечение надежных связей между промышленными районами. Но существуют и недостатки: ограниченное количество перевозчиков, большие капитальные вложения в производственно-техническую базу, высокая материалоемкость и энергоемкость перевозок, низкая доступность к конечным пунктам продаж.

Значительное количество товаров перевозится судами и баржами по водным путям [2]. Преимущества: стоимость перевозки по воде громоздких нескоропортящихся товаров не очень высокая. Также есть возможность обеспечения массовых межконтинентальных перевозок грузов внешнеторгового оборота страны; необходимы сравнительно небольшие капитальные вложения; наблюдается практически неограниченная пропускная способность; сравнительно небольшие затраты топлива и энергии, низкая себестоимость перевозок на большие расстояния. Недостатки: водный транспорт самый тихоходный и нередко подвержен влиянию погоды, а также существует необходимость создания сложной портовой инфраструктуры, также нет возможности доставки грузов "от двери до двери".

Если необходим транспорт для перевозки на небольшие расстояния дорогостоящих товаров, то наилучшим вариантом является автомобильный транспорт [3]. Грузовой автотранспорт постоянно увеличивает свою долю в перевозках. В городах автотранспорт осуществляет основную массу грузовых перевозок. Преимущества: этот вид перевозок чрезвычайно гибок в отношении маршрутов и графиков движения. Грузовики в состоянии перевозить товар "от двери до двери", избавляя отправителей от необходимости лишних перевозок. Во многих случаях автотранспортные тарифы конкурентно сопоставимы с тарифами железных дорог, но при этом грузовики обычно обеспечивают более высокую оперативность оказываемых услуг. Недостатки: этот вид транспорта зависит от погодных и дорожных условий и отличается относительно высокой себестоимостью перевозок на большие расстояния.

Для транспортировки нефти, каменного угля и химических продуктов от мест их добычи к потребителям используют трубопроводы [1; 3]. Транспортировка нефтепродуктов по нефтепроводам обходится дешевле, чем по железной дороге, но несколько дороже, чем по воде. Большинство трубопроводов используются владельцами для транспортировки их собственных продуктов. Преимущества: использование данного вида транспорта обеспечивает меньшую себестоимость в сравнении с другими видами транспорта при соизмеримых объемах транспортирования, возможность обеспечения целостности продуктов благодаря герметизации трубопроводов, непрерывность процесса перекачивания, независимость от состояния окружающей среды, ограниченность обслуживающего персонала. Недостатки: предназначен только для определенных видов груза (газ, нефтепродукты, эмульсии сырьевых материалов и т. д.).

Когда основное значение имеет скорость и/или когда необходимо достичь отдаленных рынков, то идеальным вариантом является воздушный транспорт [2; 3]. Этот вид транспорта приобретает все большую значимость, хотя тарифы грузовых авиaperезвозок гораздо выше железнодорожных или автомобильных тарифов. Наиболее чисто доставляемые по воздуху грузы – это скоропортящиеся продукты (такие, как свежая рыба, живые цветы) и негромоздкие изделия высокой стоимости (такие, как медицинские приборы, ювелирные изделия). Преимущества: использование авиационного транспорта позволяет снизить требуемый уровень товарных запасов, уменьшить число складов, сократить затраты на упаковку. Также обеспечивает высокую скорость доставки грузов на большие расстояния при условии сохранения их исходных характеристик, высокую гарантию предотвращения несанкционированного доступа к перевозимым грузам. Но вместе с тем существуют и недостатки: высокая себестоимость перевозки, самые высокие тарифы среди других видов транспорта, высокая капиталоемкость, материало- и энергоемкость перевозок, зависимость от погодных условий.

Экономическая целесообразность использования предприятием того или иного вида транспорта определяется размещением и масштабами производства, потребления продукции, объемами и направлениями грузопотоков, состоянием запасов материальных ценностей, определяющих срочность доставки грузов, условиями эксплуатации транспорта, в том числе сезонностью и ритмичностью работы, технической оснащенностью. При определенных условиях внедрение на промышленных предприятиях специализированных видов транспорта (монорельсовые и канатные дороги, ленточные дороги, ленточные конвейеры и т. д.) может стать более эффективным, чем применение автомобильного или железнодорожного транспорта [3].

При выборе того или иного вида транспорта необходимо учитывать последствия такого выбора для других видов деятельности предприятия. Поскольку с течением времени затраты на перевозку различными видами транспорта изменяются, предприятиям необходимо пересматривать свои схемы транспортировки с целью нахождения наиболее оптимального варианта организации товародвижения [1; 3].

Таким образом, выбор определенного вида транспорта, а затем конкретного перевозчика является очень важным, так как от выбора перевозчика зависит уровень цен товаров, своевременность их доставки, состояние товаров в момент их прибытия к местам назначения. А все это, в свою очередь, сказывается на степени удовлетворенности потребителей.

---

**Литература:** 1. Джонсон Дж. Современная логистика: Пер. с англ. / Дж. Джонсон, Д. Вуд, Д. Вордлоу, П. Мерфи-мл. – 7-е изд. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2004. – 624 с. 2. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Изд. "Прогресс", 1991. – 546 с. 3. Гордон М. П. Логистика товародвижения / М. П. Гордон, С. Б. Карнаухов. – 2-е изд., перераб., доп. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2001. – 200 с.

Студент 3 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМ АВТОМАТИЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПРОЦЕСАМИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Актуальність питання інтеграції України до Світової організації торгівлі (СОТ) полягає у важливості підвищення конкурентоспроможності виробленої вітчизняними промисловими підприємствами продукції на міжнародному рівні в умовах подальшої глобалізації торговельних та виробничих відносин. Насамперед, зниження собівартості продукції та підвищення продуктивності праці повинно відбуватися за рахунок ефективного управління логістичними процесами.

Метою статті є обґрунтування доцільності використання сучасних систем автоматизації управління логістичними процесами в умовах виходу вітчизняних промислових підприємств на міжнародні ринки.

Дослідженню систем управління логістичними процесами підприємств присвячені праці авторів Д. Бауерсокса [1], М. Кристофера [2], К. Лайсонса [3], А. М. Гаджинського [4], Л. Б. Миротіна, О. Г. Некрасова [5]. Усе більш актуальними для українських підприємств стають дослідження у сфері автоматизації логістики: дослідження переваг використання системи управління ресурсами підприємства Enterprise Resource Planning (EPR), системи управління ланцюгами постачання – Supply Chain Management (SCM), IT-системи стратегічного управління взаємовідносинами із клієнтами – Customer Relationship Management (CRM).

Проблема полягає у тому, що в сучасних умовах глобалізації та активного розвитку дистрибуційних мереж українські промислові підприємства втрачають конкурентоспроможність в порівнянні з іноземними за умов відсутності сталого розвитку логістичних технологій. Такі технології вимагають високого рівня використання наукового підходу на операційному рівні створення продукції. Вступ України до СОТ спричинить необхідність впровадження систем нормування, стандартизації якості відповідно до International Organization for Standardization (ISO). Для вдалого пристосування виробництва до змінних умов іноземних ринків першочерговим елементом операційного процесу стане використання гнучких автоматизованих ліній (ГАЛ), гнучких автоматизованих виробництв (ГАВ) та станків із числовим програмним управлінням (ЧПУ).

Невід'ємною частиною виробництва та збуту продукції вітчизняних промислових підприємств в умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності є їх розвиток в умовах економічної нестабільності, подорожчання природно-сировинних ресурсів, посилення конкуренції на світовому ринку. Усе це вимагає розробки і впровадження нових для України методів управління, покликаних осучаснити або змінити традиційні. Водночас не зменшується потреба в інформації щодо стратегічного управління логістичною діяльністю підприємства, яка спрямована на підвищення ефективності управлінських рішень в контексті мінімізації загальних витрат та собівартості продукції підприємства [6].

Шляхи вирішення таких проблем повинні базуватися на впровадженні на підприємствах системи управління ланцюгами постачання (SCM) та IT-системи стратегічного управління взаємовідносинами із клієнтами (CRM), які спрямовані на інтеграцію ключових процесів діяльності: від співпраці з постачальниками до збуту готової продукції кінцевим споживачам. Такі процеси забезпечують продукцію підприємства супутніми послугами та інформацією, які збільшують цінність виробів для споживача без додаткового збільшення собівартості продукції. Використання систем стратегічного планування логістики повинно доповнюватися прийняттям конкретних рішень на основі планів щодо функціонування та розвитку організації у цілому та її окремих частин у взаємозв'язку з інтеграцією в інтересах найповнішого використання потенціалу та оптимізації кінцевого результату. Автоматизація управління усіма етапами забезпечення підприємства сировиною та матеріалами і контролю усього його товароруку повинна призвести до значно більшого задоволення попиту на продукцію промислового підприємства за рахунок зниження витрат на логістику та закупівлі. За умов охоплення системами автоматизації усього циклу закупівлі сировини, виробництва та розподілу продукції підприємства підвищиться ефективність постачальницької, виробничої, збутової діяльності підприємства, а також складування і транспортування [5].

Значно підвищуватиме ефективність виробництва використання системи менеджменту якості Total Quality Management (TQM), яка має за основу використання норм та нормативів для оцінки ефективності результатів діяльності підприємства, що особливо важливо при виході підприємств на міжнародні ринки. Впровадження на операційному рівні системи TQM разом із системами логістичного



менеджменту має призвести до сталого підвищення якості усіх організаційних процесів із подальшою оптимізацією таких базових функцій менеджменту, як планування, організація, мотивація та контроль.

За умов узгодженості роботи усіх засобів виробництва у логістичній системі підприємства досягається висока ефективність управління вхідними та вихідними матеріальними потоками. Логістична діяльність підприємства при цьому за рахунок більш гнучкого виробництва сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Таким чином, запропонований підхід до здійснення логістичної діяльності сприятиме створенню та впровадженню систем автоматизації управління логістичними процесами в господарську діяльність вітчизняних промислових підприємств в умовах їх інтеграції до світових економічних структур.

---

**Література:** 1. Бауэрсокс Д. Д. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Д. Бауэрсокс, Д. Д. Клосс; [Пер. с англ. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2001. – 640 с. 2. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок. – 1-е изд. – СПб.: Изд. дом "ПИТЕР", 2005. – 320 с. 3. Лайсонс К. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок / К. Лайсонс, М. Джиллингем; [Пер. с англ. – 6-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 798 с. 4. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К", 2005. – 432 с. 5. Миротин Л. Б. Логистика интегрированных цепочек поставок: Учебник / Л. Б. Миротин, А. Г. Некрасов. – М.: Изд. "Экзамен", 2003. – 256 с. 6. Таньков К. М. Виробнича логістика: Навч. посібник / К. М. Таньков, О. М. Тридід, Т. О. Колодизева. – Харків: Вид. дім "ІНЖЕК", 2004. – 352 с.

---

**Григорова В. Ю.**

УДК 658.7

Студент 3 курсу  
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

## **ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ЛОГИСТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Глобальные изменения в деятельности и структуре предприятий приводят к интеграции логистического мышления в корпоративную культуру. На фоне этого важность приобретают вопросы минимизации логистических затрат в целях увеличения общей прибыли предприятия, в связи с этим меняется представление менеджеров о том, как повысить эффективность управленческой деятельности. Именно поэтому актуальными в наше время становятся вопросы, касающиеся управленческой деятельности на предприятии.

Вообще, логистика – это управление и оптимизация материальных, финансовых, информационных потоков на предприятии [1]. Именно поэтому целью статьи является определение роли логистики в управленческой деятельности предприятий, выявление преимуществ ее использования.

Исследованием логистики в своих работах занимаются зарубежные и отечественные ученые: С. Д. Джонсон, Ф. Д. Вуд, Л. Д. Вордлоу, Р. П. Мэрфи-мл. [2], Л. Б. Миротин, Ы. Э. Ташбаев [3], А. И. Семенов, В. И. Сергеев [4], Е. В. Крикавский [5], М. А. Окландер [6] и др.

Основные преимущества использования логистики предприятием заключаются в следующем:

во-первых, это оптимизация процесса движения информации через увеличение полноты охвата, корректности, скорости, и, если достигается такой эффект, то это позволяет менеджерам быстро принимать эффективные управленческие решения и реагировать на изменения ситуации;

во-вторых, это внедрение инновационных технологий и стандартов в производственную деятельность предприятия, что позволяет ее оптимизировать;

в-третьих, сокращение затрат на единицу продукции, под которой может подразумеваться произведенный товар;

четвертое и далеко не последнее преимущество – обеспечение надежности и безопасности бизнес-процессов.

Закупочная, производственная и распределительная логистика обеспечивают такое качество движения информации, которое напрямую влияет на стоимость готовой продукции. Таким образом, чем совершеннее движение информации, тем выше капитализация предприятия. В связи с этим управление качеством движения информации является принципиально важным направлением для предприятия. Проведение же систематической оценки качества движения информации является необходимым, поскольку ее отсутствие приведет к сбоям в хозяйственной деятельности предприятия, дополнительным затратам на их устранение, снижению надежности и безопасности работы предприятия, другим негативным моментам.

---

© Григорова В. Ю., 2008



Таким образом, логистическая компания, которая оказывает весь спектр логистических услуг, должна быть клиентоориентированной. Это предполагает диалог с партнерами, направленный на взаимовыгодное сотрудничество. Для менеджеров предприятия важно осознать необходимость и преимущества использования логистики, а следовательно, оптимизировать свои затраты, повысить эффективность бизнес-процессов и управленческой деятельности в целом.

На примере Харьковского государственного авиационного производственного предприятия (ХГАПП), занимающегося разработкой, производством деталей, последующим их складированием с целью изготовления самолетов, рассмотрим использование элементов логистики в его деятельности [7].

Главная концепция работы ХГАПП – снижение себестоимости изготовления деталей, а также повышение производительности изготовления и качества деталей [7].

Первое преимущество использования логистики, выделенное автором, на предприятии проявляется в существовании планово-диспетчерского бюро, где плановики и нарядчики обеспечивают своевременное движение необходимой информации и ее достоверность.

Второе преимущество проявляется в использовании югославских станков и 6М13П вертикально-фрезерных станков, которые обеспечивают сокращение времени на переналадку. Это прогрессивные методы совершенствования процесса производства, которые представляют собой обновление устаревшего оборудования, что, в свою очередь, повышает его производительность.

Третье преимущество логистики отображено в том, что ХГАПП использует комбинированный режущий инструмент – сверло-развертку, который сокращает дополнительные затраты и время на производство продукции; обрабатывающие центры обеспечивают более быструю замену инструмента, за счет чего возможен серийный выпуск продукции.

Четвертое преимущество проявляется в том, что для инженерно-технических работников созданы специальные мостики для безопасного процесса изготовления продукции, станочники используют защитные очки, щетки-сметки, имеются большие лампы для каждого станка и общие лампы для предоставления работникам наилучших (надежных, безопасных) условий для работы на современном оборудовании, что позволяет сократить количество бракованных изделий, дополнительные затраты на их устранение, а самое главное – сократить случаи травмирования рабочих на производстве.

Таким образом, ХГАПП имеет налаженное производство деталей, достаточно автоматизированное и сложное, это обусловлено, в первую очередь, постоянным совершенствованием процесса производства, использованием элементов логистики в своей деятельности. Благодаря этому ХГАПП имеет репутацию надежного предприятия, получающего большое количество заказов и приглашений на различные выставки.

---

**Література:** 1. Таньков К. М. Виробнича логістика: Навчальний посібник / К. М. Таньков, О. М. Тридід, Т. О. Колодизева. – Харків: Вид. Дім "ІНЖЕК", 2004. – 352 с. 2. Джонсон С. Д. Современная логистика / С. Д. Джонсон, Ф. Д. Вуд, Л. Д. Вордлоу, Р. П. Мэрфи-мл; [Пер. с англ. – 7-е изд. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2002. – 624 с. 3. Миротин Л. Б. Эффективная логистика / Л. Б. Миротин, Ы. Э. Ташбаев, О. Г. Порошина. – М.: Изд. "Экзамен", 2002. – 160 с. 4. Семененко А. И. Логистика. Основы теории: Учебник для вузов / А. И. Семененко, В. И. Сергеев. – СПб.: Изд. "Союз", 2001. – 544 с. 5. Крикавський Є. В. Логістика. Для економістів: Підручник. – Львів: Видавництво НУ "Львівська політехніка", 2004. – 448 с. 6. Окландер М. А. Логістична система підприємства: Монографія. – Одеса: Астропринт, 2004. – 312 с. 7. <http://www.an74.com/rus/indexhtml?hg/hghtml>

УДК 658.7:339.564

**Дубровський В. І.**

Студент 3 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **ВИКОРИСТАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ЛОГІСТИКИ В ЕКСПОРТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

Поступова інтеграція України до світових економічних інститутів потребує швидкої адаптації експортно-орієнтованих підприємств до нових умов конкуренції. Зміни в управлінській орієнтації стали причиною розробки нової концепції управління матеріальними потоками. Ця концепція містить у собі значні резерви економії корпоративних витрат. Такі зміни є надзвичайно актуальними, тому що їх реалізація дозволить значно підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. Створюється простір для впровадження міжнародних логістичних систем, характерною ознакою яких є рух товарів через державні кордони.

---

© Дубровський В. І., 2008



Метою статті є дослідження необхідності впровадження та визначення переваг використання в діяльності зовнішньоторговельних підприємств концепції управління із використанням логістики, як системи управління матеріальними та пов'язаними з ними потоками.

Дослідження торговельної логістики здійснювали такі американські та російські науковці: Джеймс С. Джонсон, Дональд Ф. Вуд [1], Д. Д. Бауерсокс, Д. Д. Клосс [2], А. М. Гаджинський [3], Д. С. Ніколаєв [4].

Торговельна логістика, при здійсненні зовнішньої діяльності, визначається як наука про планування, організацію, регулювання, управління та контроль товароруку і відповідного інформаційного потоку у просторі та часі від виробника до покупця [4]. Зовнішня торгівля, при цьому, визначається як торгівля між суб'єктами господарської діяльності України та іноземними суб'єктами господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами [4].

Проблема полягає в тому, що результати зовнішньоторговельної діяльності вітчизняних підприємств значно залежать від технологій транспортних перевезень, інформаційного забезпечення, складського господарства. Ефективність роботи відповідних служб визначає ефективність планування, організації та контролю на підприємстві, а також рівень ризиків при здійсненні зовнішньої торгівлі. Розвиток взаємодії вітчизняних підприємств із іноземними організаціями вимагає підвищення рівня якості продукції, сервісу, інформаційної підтримки на всіх етапах здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Це зумовлено тим, що організаційний рівень таких процесів прямо впливає на авторитет як вітчизняного бізнесу, так і України в цілому. В умовах глобалізації та посилення конкуренції українські підприємства повинні переналаштувати системи забезпечення матеріальними ресурсами, складування та збуту товарів. Такий процес є наслідком підвищення попиту на товари, підкріплені високим рівнем сервісу та гарантійного обслуговування [5].

Шляхом вирішення даних проблем є інтеграція логістичних систем у системи управління господарською діяльністю підприємств. Використання міжнародної торговельної логістики в системі управління на підприємстві повинне починатися з оптимізації забезпечення господарської діяльності підприємства в цілому. Конкурентоспроможність вітчизняних товарів збільшиться при переході до політики своєчасності функціонування всіх ланок логістичної системи підприємства. Цей процес визначається гнучкими методами перевезень; використанням спеціалізованого обладнання для перевезення комплектуючих; послідовним прийманням; автоматичним навантаженням і розвантаженням; прийманням у місці використання; бездокументним прийманням (електронний зв'язок); застосуванням інтегрованих систем для переміщення вантажів. Високий рівень логістики на підприємстві дозволить покупцям обирати оптимальні для себе умови поставок, в тому числі доставку безпосередньо до складу замовника з митною очисткою вантажу (DDP – Delivered Duty Paid, Incoterms 2000). Наслідком цього буде значне підвищення попиту за рахунок покращення сервісу. Розвинута логістична служба дозволить реалізувати принципи концепції "точно в строк" для зменшення запасів матеріальних ресурсів.

Крім цього, використання логістики у зовнішній торгівлі забезпечує максимальне використання площ та обсягів складів на підприємствах оптової та роздрібною торгівлі за рахунок різкого скорочення загальної кількості запасів; прискорення обігу капіталу за рахунок контролю часу на розміщення та виконання замовлень; скорочення транспортних витрат на міжнародні та внутрішні перевезення за рахунок погодженості учасників у питаннях використання транспорту; скорочення витрат, пов'язаних із вантажопереробкою тощо. Сукупний ефект від використання систем міжнародної логістики при здійсненні експортних операцій, як правило, перевищує суму ефектів від покращення визначених показників. Це зумовлено виникненням синергії у логістично організованих системах. Такий процес є найважливішим фактором забезпечення постачання необхідного товару, необхідної якості, в необхідній кількості, в необхідний час, в необхідне місце із мінімальними витратами [3].

Вихід на міжнародний рівень підвищує вимоги до системи матеріального забезпечення та складування. Це пояснюється тим, що рівень запасів у мультинаціональних компаніях, необхідний для підтримки зовнішніх продаж, на 50% перевищує відповідний рівень для внутрішнього ринку [5]. Зовнішня діяльність підприємств, пов'язана зі збутом, забезпечує конкурентні переваги тільки в разі використання зручних для іноземного контрагента базисних умов поставки, видів транспорту та ін. Як наслідок, міжнародна логістика потребує значних матеріальних витрат, що є великою перешкодою для її впровадження [1; 2].

У створенні логістичного ланцюжка міжнародного масштабу виникає ряд специфічних проблем: регулювання і спрощення митних і технологічних процедур щодо руху матеріальних потоків через кордони; уніфікація стандартів, правил, тарифів, вимог до технологій і технічних засобів перевезення; значне інвестування в розвиток транспортної інфраструктури, яка пов'язана з управлінням матеріальними й інформаційними потоками; використання правил захисту загального ринку; використання в міжнародному масштабі правил, норм і стандартів, обов'язкових для користувачів міжнародної логістичної системи тощо [6].

Таким чином, використання логістики щодо здійснення зовнішньої торгівлі буде сприяти збільшенню конкурентних переваг вітчизняних підприємств в умовах інтеграції до світових економічних інститутів та виходу на міжнародні ринки.

---

**Література:** 1. Джонсон Джеймс С. Современная логистика / Джеймс С. Джонсон, Дональд Ф. Вуд, Дениэл Л. Вордлоу, Поль Р. Мерфи-мл.; [Пер. с англ. – 7-е изд. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2002. – 624 с. 2. Бауэрсокс Д. Д. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Д. Бауэрсокс, Д. Д. Клосс; [Пер. с англ. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2001. – 640 с. 3. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2005. – 432 с. 4. Николаев Д. С. Внешнеторговые транспортные операции и логистика: Учеб. пособие. – М.: Анкил, 1998. – 436 с. 5. Ткаченко А. Зовнішньоекономічна діяльність і логістика // Вісник національної академії державного управління. – 2003. – № 3. – С. 268 – 275. 6. Таньков К. М. Виробнича логістика: Навч. посібник / К. М. Таньков, О. М. Тридід, Т. О. Колодизєва. – Харків: Вид. дім "ІНЖЕК", 2004. – 352 с.

## **ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ МАКРОЛОГІСТИЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Сьогодні на світовому ринку відчутна тенденція макрологістичної глобалізації. З одного боку, вона відображає глобалізацію ринків збуту готової продукції, виробництва, постачання матеріальних ресурсів, робочої сили, капіталу, які характерні для великих мультинаціональних корпорацій (Україна має намір створити спільно з Росією, Польщею та іншими європейськими державами газовий консорціум), з іншого боку – створення і розвиток глобальних міждержавних, транспортно-логістичних, телекомунікаційних та інших макрологістичних систем.

Сутність глобалізації полягає у різкому розширенні й ускладненні взаємозв'язків і взаємозалежностей як людей, так і держав, що виражається в процесах формування планетарного інформаційного простору, світового ринку капіталів, товарів і робочої сили, інтернаціоналізації проблем техногенного впливу на природне середовище, міжетнічних та міжконфесійних конфліктів і безпеки [1].

Україна, яка прагне інтегруватися в європейське співтовариство, повинна відповідно до світових тенденцій шукати шляхи прискорення економічних реформ.

Метою статті є вивчення процесу формування логістичних систем на внутрішньогосподарському і макроекономічному рівнях як одного із шляхів прискорення економічних реформ для успішного виходу вітчизняних промислових підприємств на європейський ринок.

Основними рушійними силами глобалізації, на думку Д. Бауерсокса і Д. Клосса – західних спеціалістів, є: 1) триваюче зростання світової економіки; 2) експансія найновіших технологій; 3) розвиток та інтеграція макрорегіональних господарських структур; 4) нові можливості для формування глобальних логістичних ланцюгів (каналів); 5) реалізація процедур дерегулювання, що проводяться багатьма країнами для прискорення і здешевлення руху матеріальних потоків [2]. Також дослідженням цієї проблематики в логістиці займалися й такі американські науковці, як Джеймс С. Джонсон, Дональд Ф. Вуд, Деніел Л. Вордлоу, Поль Р. Мерфі-мол. [3].

Російські вчені Анікін Б. А. і Сергєєв В. І. під терміном "глобальна логістика" розуміють стратегію і тактику створення зазвичай сталих макрологістичних систем, які пов'язують бізнес-структури різних регіонів і країн світу на основі поділу праці, партнерства та кооперування у формі угод, договорів, загальних планів, які підтримуються на міждержавному рівні [4; 5]. Глобальна логістика відображає таку тенденцію у світовій економіці, яка характеризується рухом підприємницької діяльності від її спеціалізації за окремими країнами і регіонами до мультиорганізованого світового ринкового господарства.

Дослідженню логістичних процесів також присвячені роботи А. М. Гаджинського [6].

Міжнародний розподіл праці та кооперація сприяли створенню великої кількості мультинаціональних компаній (МНК) і фінансово-промислових груп (ФПГ), які використовують в своїй діяльності логістичні ланцюги й канали. Перспективи їх розвитку пов'язані передусім із можливим збільшенням віддачі на вкладений капітал, більш низькими тарифами логістичних посередників в інших країнах, кращими фінансовими умовами. Створенню логістичних каналів сприяють міжнародні транспортно-експедиторські фірми, страхові компанії, які користуються глобальними телекомунікаційними мережами.

Суттєве значення для реалізації глобальної логістики мають процедури дерегулювання, що здійснюються багатьма країнами для усунення торгових, митних, транспортних і фінансових перепон на шляху розвитку міжнародних торгових, економічних, соціально-політичних взаємовідносин. Ці процедури полегшують рух капіталу, товарів та інформації через національні кордони [1].

На даний момент Україна є державою, яка динамічно розвивається і прагне більш активно включитися у світові суспільно-економічні процеси, інтегруватися в європейське співтовариство. Така спрямованість розвитку потребує нових підходів до використання економічного, людського та природно-ресурсного потенціалу регіонів, що забезпечить досягнення якісно нового рівня ефективності і конкурентоспроможності господарської діяльності вітчизняних промислових підприємств та життя населення.

Проблема полягає в тому, що маючи значний економічний та інтелектуальний потенціал, Україна в цілому, як і регіони, зокрема, за ефективністю економіки, рівнем життя та екологічної безпеки, а також конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання поки що значно поступається країнам Західної та Центральної Європи.

Шляхом вирішення даної проблеми є спрямування регіональної політики на створення умов для підвищення конкурентоспроможності регіонів через впровадження логістики в господарську діяльність промислових підприємств як основи їх динамічного розвитку та усунення значних міжрегіональних диспропорцій.



Логістичні системи на внутрішньогосподарському та макрологістичному рівнях дозволяють:

- по-перше, приймати оптимальні управлінські рішення, наприклад, мінімізувати витрати у виробництві й обігу продукції для заданого рівня якості обслуговування споживачів;
- по-друге, економити дефіцитні національні ресурси: матеріальні, сировинні, енергетичні, фінансові, трудові;

- по-третьє, забезпечити більш повне задоволення сукупного попиту споживачів як на регіональному, так і загальнодержавному рівнях;

- по-четверте, знайти найбільш ефективні варіанти і форми організованих товарних ринків, до яких, насамперед, належить ринок державних закупівель.

Значний вплив на розвиток глобальних логістичних систем в Україні справлятимуть такі фактори, як реструктуризація і поглиблення спеціалізації в економіці, збалансована структурна політика, широка участь у майбутньому в міжнародному розподілі праці за умови захисту вітчизняних товаровиробників від інтервенції імпорتنих товарів, посилення індикативного управління зовнішньоекономічною діяльністю, раціональна митна, тарифна і податкова політика. Ліцензійна та сертифікаційна діяльність вимагатимуть і вже вимагають принципово нових підходів, які багато в чому пов'язані з формуванням глобальних логістичних систем [1].

Таким чином, необхідна розробка чіткої стратегії для створення сучасних логістичних систем як на внутрішньогосподарському, так і на макроекономічному рівні, які сприятимуть підвищенню ефективності господарської діяльності промислових підприємств України з урахуванням особливостей і структури народногосподарського комплексу, розвиненості і пріоритетності областей, напрямку експортної й імпорتنної політики.

---

**Література:** 1. Смиринський В. Ринок державних закупівель в умовах макрологістичної глобалізації // Економічний Часопис-XXI. – 2003. – № 3. – С. 35 – 43. 2. Бауэрсокс Д. Д. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Д. Бауэрсокс, Д. Д. Клосс; [Пер. с англ. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2001. – 640 с. 3. Джонсон Джеймс С. Современная логистика / Джеймс С. Джонсон, Дональд Ф. Вуд, Дениэл Л. Вордлоу, Поль Р. Мерфи-мл.; [Пер. с англ. – 7-е изд. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2002. – 624 с. 4. Логистика. Учебн. пособие / Под ред. Б. А. Аникина. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 436 с. 5. Сергеев В. И. Глобальные логистические системы / В. И. Сергеев, А. А. Кизим, П. А. Эльяшевич. – СПб.: Питер, 2001. – 350 с. 6. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К", 2005. – 432 с.

---

**Гулякина Д. И.**

УДК 658.7-051(477.54)

Студент 3 курсу  
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

## **СПЕЦИАЛИСТЫ В СФЕРЕ ЛОГИСТИКИ: СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ В ХАРЬКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Актуальным вопросом на данный момент является соотношение спроса и предложения на определенные экономические специальности. Ежегодно на рынке труда растет спрос на специалистов, работающих в сфере логистики. Для Харькова такой рост наиболее актуален по нескольким причинам, перечислим основные из них: во-первых, из-за того, что город расположен на пересечении многих транспортных магистралей, через него проходят железнодорожные пути и т. д.; во-вторых, Харьков – город-"миллионер", ему характерен высокий рост урбанизации и, как следствие, увеличение количества предприятий нуждающихся в оптимизации их деятельности; в-третьих, в Харькове ежегодно растет количество специалистов по логистике, прошедших соответствующие курсы, выпускников вузов по этой специальности. Все это в значительной мере влияет на формирование рынка труда в области.

Цель данной статьи – выявить соотношение спроса и предложения данной профессии, определить среднюю заработную плату, определить удельный вес специальности "менеджер по логистике" среди других экономических специальностей.

По данным на 29.10.07 за последние 2 месяца на сайте [1] было опубликовано 11 резюме (табл. 1).

---

© Гулякина Д. И., 2008



Таблица 1

## Предоставленные резюме на 29.10.07 г.

Резюме							
N п/п	Ищу работу	Возраст, лет	Пол	График работы	Тип работы	Мин. з/п, у. е.	Образование
	Должность						
1	Менеджер по складской логистике	50	мужской	любой	любой	не указана	высшее
2	Помощник менеджера по логистике	20	мужской	свободный	постоянная	170	учащийся
3	Менеджер по логистике, экономист	24	мужской	любой	любой	400	высшее
4	Экономист, менеджер по логистике	31	женский	полный день	постоянная	400	высшее
5	Экономист, помощник менеджера по логистике	24	женский	любой	постоянная	200	высшее
6	Бухгалтер-товаровед, менеджер по логистике	26	женский	полный день	постоянная	400	высшее
7	Экономист, менеджер по логистике	27	женский	любой	любой	250	высшее
8	Менеджер по логистике, помощник менеджера по логистике	22	женский	полный день	постоянная	250	высшее
9	Экономист, менеджер по логистике	не указан	женский	полный день	постоянная	500	высшее
10	Менеджер по логистике, бухгалтер	28	женский	полный день	постоянная	250	высшее
11	Экономист, менеджер по логистике	42	женский	полный день	постоянная	не указана	высшее

По данным, представленным в табл. 1, можно сделать вывод, что работу на должность менеджера по логистике ищут в основном женщины 22-40 лет (они составляют 73% от общего количества поданных на сайт [1] резюме, мужчины, соответственно, составляют 27%). График работы: 55% указывают в резюме полный рабочий день, 36% согласны на любой график работы и 9% нуждаются в свободном графике. Тип работы: 73%, подавших свои резюме, стремятся найти постоянную работу, 27% согласны на любой тип работы.

За сентябрь-октябрь 2007 года на сайте [1] харьковскими предприятиями было предоставлено 25 вакансий менеджеров по логистике (табл. 2):

Таблица 2

## Существующие вакансии за сентябрь-октябрь 2007 г.

Вакансии										
N п/п	Должность	График работы	Тип работы	Пол	Возраст, лет	Образование	З/п, у.е.	Организация	Знание ПК	Опыт работы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Менеджер по логистике/ диспетчер	полный день	пост.	не имеет значения	-	высшее	-	Компания мобильной связи	ПК, 1С	от 1-ого года
2	Менеджер по логистике/ диспетчер	полный день	пост.	женский	25-40	не имеет значения	1500 грн + %	-	знание ПК	-
3	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	21-45	не имеет значения	-	-	Обязательно	-
4	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	22-40	высшее	от 260 у.е.	-	-	от 2-х лет
5	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	25-30	не имеет значения	-	Производственное предприятие	-	обязателен
6	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	от 22	высшее	400 у.е.	ЧП "Промінь"	знание ПК	от 6 мес.
7	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	от 21	не имеет значения	от 300 у.е.	-	-	-
8	Менеджер по логистике	полный день	пост.	мужской	до 35	высшее	-	Крупная дистрибуторская компания	знание ПК, 1С	от 2-х лет

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
9	Менеджер по логистике/ диспетчер	полный день	пост.	женский	20-30	не имеет значения	-	Производственное предприятие (продукты питания)	знание ПК	-
10	Менеджер по транспортной логистике/ диспетчер	полный день	пост.	не имеет значения	22-35	высшее	-	Производственное предприятие по изготовлению офисной мебели	знание ПК	от 1-ого года
11	Менеджер по логистике	полный день	пост.	мужской	20-35	не имеет значения	-	Крупное торговое предприятие	1С	-
12	Менеджер организации грузовых перевозок автотранспортом	полный день	пост.	не имеет значения	22-35	высшее	-	Kharkov Spedition Company	знание ПК (Office, e-mail, Internet)	от 1-ого года
13	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	25-30	не имеет значения	-	ООО "Ньювел"	-	от 1-ого года
14	Менеджер по логистике	полный день	пост.	мужской	23-28	высшее	-	Компания "СТВ"	знание ПК	не обязательен
15	Менеджер по транспортной логистике	полный день	пост.	не имеет значения	-	не имеет значения	-	-	-	от 1-ого года
16	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	24-30	высшее	500 у.е.	ЦСБ "Александрия"	знание ПК	от 3-х лет
17	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	-	не имеет значения	-	ЧП "Технострим"	-	-
18	Диспетчер в отдел логистики	полный день	пост.	не имеет значения	22-40	высшее	-	Сеть супермаркетов электроники "Фокстрот"	знание ПК	от 1-ого года
19	Менеджер по логистике	полный день	пост.	мужской	25-30	высшее	320 у.е.	Корпорация "ХСМ"	знание ПК	от 1-ого года
20	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	-	высшее	300 у.е.	Транспортно-экспедиционная компания	-	-
21	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	20-30	не имеет значения	-	ФЛП Базь	знание ПК	-
22	Менеджер по складской логистике	полный день	пост.	не имеет значения	до 35	не имеет значения	500 у.е.	Предприятие "Раско"	1С	от 2-х лет
23	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	-	высшее	-	РТК "Восток"	-	-
24	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	-	высшее	600 у.е.	Крупная торговая компания	знание ПК, 1С	Обязателен
25	Менеджер по логистике	полный день	пост.	не имеет значения	от 25	не имеет значения	500 у.е.	IPCOM	-	не менее 3-х лет

Проанализировав табл. 2, можно сделать вывод, что основной спрос на менеджеров по логистике наблюдается среди производственных предприятий, торговых и транспортных компаний. К предлагаемым вакансиям предъявляются определенные требования, ужесточающие отбор. Так, 60% потенциальных работодателей обязательным требованием выдвигают наличие опыта работы (требования в компаниях разные – минимальный опыт составляет от шести месяцев до трех лет), 36% вообще не указывают в вакантной должности требования наличия или отсутствия опыта работы и 4%

считают, что опыт работы не обязателен. График работы: все работодатели предполагают полный рабочий день. 100% работодателей ищут специалистов в области логистики на постоянную работу. Для 76% работодателей несущественно, какого пола будет специалист, однако 16% работодателей ищут мужчин на должность менеджера по логистике и 8% – женщин. В среднем, возраст специалиста на вакантную должность должен составлять от 22 до 35 лет. Как выяснилось, наличие высшего образования по данной специальности не является строгим требованием – 52% требует его наличие, а 48% – без разницы, есть ли высшее образование. Средняя предлагаемая заработная плата менеджера по логистике составляет 398 у. е. (см. табл. 2). Основным требованием к менеджерам по логистике можно также считать навыки работы с компьютером, в том числе, владение программой 1С.

Таким образом, менеджеры по логистике востребованы, об этом свидетельствует и их удельный вес среди других экономических специальностей [1 и по др. сайтам] (рисунок):



**Рис. Место менеджеров по логистике среди других экономических специальностей**

Исходя из данных, представленных в виде диаграммы (см. рисунок), можно сделать вывод, что специальность "менеджер по логистике" занимает среднюю позицию среди других основных экономических специальностей.

Таким образом, в Харьковской области по данным за сентябрь-октябрь 2007 года, спрос на специалистов в сфере логистики достаточно велик. Работодатели в качестве основного требования выдвигают опыт работы, который есть не у всех специалистов в необходимом размере. Проведенный анализ показал, что средняя заработная плата по должности "менеджер по логистике" составляет 398 у. е. в месяц. Специальность "менеджер по логистике" занимает среднюю позицию среди других основных экономических специальностей.

Литература: 1. [www.rabota.kharkov.ua](http://www.rabota.kharkov.ua)

УДК [658.7:615](477)

**Обламская Н. А.**

Студент 3 курса  
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

## АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ ЛОГИСТИКИ В УКРАИНЕ НА ПРИМЕРЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Перед тем, как современные управленческие науки сформировались окончательно и начали постепенно внедряться в деятельность предприятий, они в своем развитии прошли определенные этапы. Поэтому целью статьи является изучение закономерностей и этапов развития отечественной логистики на примере фармацевтической отрасли. Для четкого отображения эволюционного

© Обламская Н. А., 2008



развития отечественной логистики был проведен анализ журналов фармацевтического профиля: "Фармацевтический журнал", "Аптечное дело" (с 1967 г. "Фармация" и "Химико-фармацевтический журнал" соответственно) [1]. Поскольку пятый этап становления логистики является отражением развития Украины как независимого государства, то для его характеристики были использованы отечественные публикации за последнее десятилетие [2 – 5].

Логистика фармацевтической промышленности в своем развитии прошла определенные этапы. *Первый этап* характеризовался минимизацией затрат на материальные потоки, производством лекарств по часто повторяющимся рецептурным прописям. Для удовлетворения потенциального спроса и бесперебойного снабжения новыми препаратами их производство осуществлялось с учетом времени пребывания готовой продукции на пути от завода к потребителю и переходящих остатков в аптечных учреждениях.

В целом для страны к 1980 г. управление складской деятельностью выглядело так: для оперативности снабжения аптечными складами внедрялась предварительная фасовка лекарственных средств в массу "ангро", контейнеризация, кольцевой завоз фармацевтических товаров, создавались "цитовые" отделы. В снабжении аптечной сети регионов возрастала роль центральных районных (городских кустовых) аптек, а также сети межбольничных хозрасчетных аптек.

Для совершенствования лекарственного обеспечения населения внедрялся ряд сервисных подходов (самообслуживание, торговые аппараты, разносная форма торговли, система предварительного заказа и доставки лекарств на дом, скорая фармацевтическая помощь, пункты проката, безрецептурный отпуск лекарств медицинскими работниками, безотказный метод обслуживания больных).

*На втором этапе* развития логистики система управления запасами выглядела следующим образом: была разработана адаптированная к ЭВМ методика матричной оптимизации распределения фондов аптечных управлений между заводами-поставщиками. Предложены экономически обоснованные нормативы товарных запасов для аптечных складов при повышении нормативов для аптечной системы в целом. Проведена алгоритмизация функций аптечных складов по снабжению аптек, а также разработана рациональная структура складов в зависимости от объема их работы. Осуществлялось развитие сети мелкооптовых аптек и методов приближения лекарственной помощи к сельскому населению. Для этого на основе линейного программирования была предложена математическая модель для обоснования схем размещения аптечной сети в сельской местности.

*На третьем этапе* становления логистики совершенствовались технологии, механизация и автоматизация производственных процессов фармацевтической промышленности [5]. В системе управления грузоперевозками был предложен критерий минимизации объема перевозок для оптимизации распределения выделенных фондов и прикрепления производителей к аптечным складам. В системе складской деятельности была обоснована новая логистическая структура организации аптечных складов на основе распределения лекарственных средств и изделий медицинского назначения на 17 заявочных групп в зависимости от физико-химических и фармакологических свойств, особенностей их применения и отпуска [5]. В сфере управления грузоперевозками была разработана теория графов для аптечных складов. В ней разработана методика маршрутизации при кольцевом завозе в аптеки фармацевтических товаров и обоснована необходимость ликвидации межрайонных аптечных контор как посредников, замедлявших продвижение лекарств к потребителю, а также научно обоснован рациональный порядок изготовления заказов и организации работ на аптечных складах [4].

В сфере управления запасами для аптек была обоснована формула планового норматива товарных запасов в днях, учитывающая путевые и транспортные условия, а также удаленность аптек от аптечных складов [4]. Предложена формула для расчета оптимального размера выполнения заказа по Вильсону, а также характеристика точности математико-статистических моделей прогнозирования потребности в лекарственных средствах [4].

Как дифференцированный метод управления товарными запасами впервые был охарактеризован ABC-анализ [4]. Однако неправомерно констатировалось, что метод неприменим для фармации, поскольку лекарственные средства широкого спектра действия необходимо разделить на группы взаимозаменяемых препаратов, для которых управление запасами предлагалось осуществлять в перерасчете на препарат, являющийся характерным представителем группы, а группу, в свою очередь, рассматривать как один продукт. Оценка эффективности деятельности аптек осуществлялась с точки зрения системного подхода, то есть на основании анализа отношений между состоянием "входов" (материальных и трудовых потоков) и "выходов" (лекарственной помощи) системы. При этом считалось, что достаточность потоков – необходимая предпосылка для эффективного и качественного выполнения основного задания аптечной службы [4].

*Четвертый этап* становления логистики в фармацевтической промышленности Украины характеризовался обоснованием необходимости и разработкой методической документации, а также практической реализацией организационного оформления специфических логистических структур – республиканского производственно-научного объединения (комплекса "Фармация") и оптово-производственных объединений областных (городских) аптекоуправлений, объединявших аптечные склады, фармацевтические фабрики и производственные мастерские. Избыточное структурное разногласие аптечных складов приводило к нерациональному использованию кадров, площадей и т. п. Поэтому важнейшей проблемой стала рационализация организационной структуры аптечных складов [5].

В сфере управления запасами были определены четыре основные группы факторов, характеризующих объем товарных запасов: влияющие на потребление лекарств; производственные;

связанные с организацией доставки лекарственных средств в розничную сеть; факторы обращения фармацевтических товаров. Управление запасами лекарств, поступающих в достаточных количествах, осуществлялось на основании модели, включающей два уровня запасов (минимальный и максимальный) и фиксированную периодичность заказа [5]. Для оптимизации грузоперевозок был предложен специализированный автомобиль, в кузове которого был создан необходимый температурный режим для перевозки медикаментов. Предложен также передвижной аптечный киоск с оптимальными условиями для правильного хранения лекарственных средств.

Поскольку *пятый этап* развития логистики совпал с переходом Украины от статуса союзной республики с административно-командной системой управления к независимому государству, основывающемуся на принципах рыночной экономики, то он был разделен на два периода.

Первый период характеризовался тем, что внедрялась служба маркетинга в химико-фармацевтической промышленности, а также автоматизированная система проектирования и имитационного моделирования для изучения производственных процессов фармацевтических предприятий. В сфере складской деятельности показана непригодность метода покрытия расходов аптечного склада за счет отчисления аптек на его содержание и необходимость устанавливать складские наценки в процентах к оптовой цене [2]. Разработана система показателей эффективности деятельности аптечных складов, в частности показатель эффективности использования производственных помещений. Относительно складских технологий впервые употреблен термин "комплексная система логистики" как взаимосвязанное и логическое соответствие особенностей складированного товара с основными стадиями технологического процесса и проектными решениями [2].

В сфере управления запасами разработана методика маятникового завоза фармацевтических товаров мелкими партиями с определением оптимальных маршрутов для каждой группы аптек с учетом кратчайших суммарных расстояний между аптеками. Предложена формула расчета объема страхового запаса, которая имеет вид произведения среднемесячного потребления на корень квадратный интервала времени между поставками. Впервые применены принципы логистического подхода к классификации расходов, предназначенных для создания товарных запасов, финансовых расходов, расходов на поддержание товарного запаса [2].

Для изучения лекарственного обеспечения межбольничных аптек впервые использован концентрический ABC-анализ. В результате построены полиномиальные модели, позволяющие анализировать и прогнозировать выплаты бюджетных ассигнований на приобретение лекарственных средств с учетом основных факторов, формирующих величину ассигнований [2].

Результаты проведенного анализа публикаций показали, что второй период пятого этапа становления логистики в отечественной фармации характеризовался тем, что начало 90-х годов прошлого века было кризисным для системы лекарственного обеспечения населения Украины. Основной проблемой был недостаток денежных средств, обеспечивающих эффективное функционирование логистической системы Украины. Переломным в развитии национальной фармацевтической отрасли стал 1994 год. С этого времени началось постепенное увеличение производства готовых лекарственных средств и насыщение ими внутреннего фармацевтического рынка [5].

Конец 90-х гг. XX в. характеризовался следующим образом: в сфере грузоперевозок была осознана необходимость регулярной поставки продукции аптекам маленькими партиями при поддержании ее широкого ассортимента на оптовых фармацевтических предприятиях; также была осознана необходимость внедрения нового подхода в управление логистической системой в целом [5]. Поэтому в конце 90-х гг. для повышения эффективности функционирования фармацевтических предприятий была обоснована важность использования системного управления потоковыми процессами [2]. С этого периода методы логистики внедряются в построение формулярной системы и отечественной лекарственной политики, обосновываются направления логистического обеспечения инновационной деятельности, осуществляется структуризация стандартов фармацевтического управления и разрабатывается методика моделирования потоковых процессов фармацевтических предприятий.

Таким образом, были изучены закономерности и этапы развития отечественной логистики на примере фармацевтической отрасли, определены характерные особенности каждого из пяти этапов.

---

**Литература:** 1. Мотульский Р. С. Библиотечный фонд республики как национальная ценность: проблемы формирования и использования // [http://director.nacbibl.org.by/articles/bibl\\_fond\\_respubl.htm](http://director.nacbibl.org.by/articles/bibl_fond_respubl.htm). 2. Громовик Б. П. Характерные черты отечественной фармации на этапе возникновения и кристаллизации логистики // Провизор. – 2001. – № 18. – С. 10 – 17. 3. Громовик Б. П. Дослідження етапів становлення вітчизняної фармацевтичної логістики. Повідомлення II. Характерні риси вітчизняної фармацевтичної галузі на етапі значних техніко-технологічних змін логістики (1980 – 1985 рр.) // Фармацевтичний журнал. – 2005. – № 3. – С. 8 – 17. 4. Громовик Б. П. Дослідження етапів становлення вітчизняної фармацевтичної логістики. Повідомлення III. Характерні риси вітчизняної фармацевтичної галузі на етапі подальшої інтеграції логістики на основі комплексного підходу та ідеології раціональності. Період перший: 1985-1991 рр. / Б. П. Громовик, В. В. Трохимчук // Фармацевтичний журнал. – 2005. – № 4. – С. 38 – 47. 5. Громовик Б. П. Дослідження етапів становлення вітчизняної фармацевтичної логістики. Повідомлення IV. Характерні риси вітчизняної фармацевтичної галузі на етапі подальшої інтеграції логістики на основі комплексного підходу та ідеології раціональності. Період другий: 1986 р. – наші дні // Фармацевтичний журнал. – 2005. – № 5. – С. 38 – 47.

Студент 3 курсу  
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

## АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ПОСТАВОК И ХРАНЕНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ЗАПАСОВ В УКРАИНЕ

Сегодня Украина занимает нестабильное положение относительно системы поставок и хранения энергетических запасов в мире: слабо развита логистика экстренных поставок, а в сфере топливной и энергетической политики отсутствуют стратегические запасы и склады.

**Цель статьи** – проанализировать систему поставок и хранения энергетических запасов в Украине и сравнить ее с аналогичной мировой системой.

По словам министра топлива и энергетики Украины – Юрия Бойко, до конца 2007 года будет сформирован стратегический запас нефтепродуктов на случай чрезвычайной ситуации [1]. Она может возникнуть из-за резкого сокращения поставок нефти в мире, вследствие природных катализмов, терактов и политической нестабильности в основных странах-экспортерах нефти. Чтобы избежать этой ситуации в Украине в течение десяти лет необходимо создать пятимиллионный резерв топлива (это приблизительно трехмесячный резерв), а также наладить логистику экстренных поставок. Таким запасом, за счет которого страна может продержаться в течение девяноста дней, сегодня обладает большинство развитых европейских стран. Решение украинского правительства о создании стратегического резерва можно рассматривать как попытку соответствовать высоким стандартам энергетической независимости развитого европейского государства, потому что это является обязательной нормой для вступления в ЕС.

В Украине правительство не всегда ведет корректную политику в сфере топливно-энергетического комплекса. Например, если в мире происходит снижение цен на стоимость сырья, то это не означает снижение стоимости нефтепродуктов в Украине для населения. Хотя любое повышение биржевых цен провоцирует рост цен на бензин.

Задача по созданию краткосрочного резерва возложена на дочернюю структуру НАК "Нафтогаз України" – компанию "Укртранснефть", являющуюся монопольным оператором по транспортировке и транзиту нефти по территории Украины. Хранить нефть будут в резервуарах, принадлежащих госпредприятию "Укртранснефть" [1].

К идее создания стратегических запасов нефти и нефтепродуктов первыми пришли США. Эта страна больше других испытывает негативные последствия от колебаний импортных поставок нефти. Потребности США в нефти составляют примерно одну четвертую мирового объема потребления [2]. Более половины необходимой им нефти США ввозят из-за рубежа. Даже незначительное сокращение импортных поставок нефти в США, приводящие к дисбалансу предложения и спроса всего лишь на 2-3%, вызывало скачки нефтяных котировок в мире [2].

После потрясения на американском рынке в 1974-1975 гг. США начали формировать стратегические запасы нефти [2]. Начиная с 1977 года правительство утвердило уровень минимальных резервов нефти и нефтепродуктов на уровне трехмесячной потребности. Расходы на создание стратегических резервов составили около \$21 млрд. Эффект рационального использования запасов для экономики страны эксперты оценили в \$600 млрд. Положительно оценив это, США выступили с призывом ко всем странам-импортерам нефти создавать аналогичные стратегические резервы на своей территории.

После событий 11 сентября 2001 года в США Европейская комиссия приняла директиву, согласно которой каждая страна ЕС должна учредить орган по управлению запасами (такой же орган планируется учредить и в Украине) [2]. Чтобы координировать использование стратегических резервов с целью противодействия кризису, вызванному уменьшением поставок нефти и нефтепродуктов, Евросоюз разработал общую стратегию для всех членов ЕС. Она предполагает гармонизацию критериев использования запасов в случае кризиса. Для этого был определен потенциальный ценовой порог на нефть, свидетельствующий о сокращении поставок нефти и служащий сигналом, что следует начинать пользоваться запасами.

Украина намерена взять за основу систему Германии, резервная система которой насчитывает четверть века. Эта страна полностью зависит от внешних поставок, осуществляемых международными компаниями, с которыми местному правительству необходимо находить общий язык. В Германии был учрежден Союз по созданию запасов нефти, взявший на себя ответственность за хранение чрезвычайных запасов [1]. Законодательным путем установили, что каждый нефтетрейдер или производитель нефтепродуктов должен принимать участие в создании резерва. Участники Союза обязаны платить членские взносы, за счет которых формируется резерв. Нефтяные компании платят взносы пропорционально объемам торговли нефтепродуктами, а контроль за уплатой

осуществляет специальный государственный орган [1]. Дополнительные расходы перекладываются на конечного потребителя за счет ценовых надбавок. Роль государства сводится к утверждению бюджета и принятию решений об использовании резерва во время кризиса. Однако в большинстве европейских стран, государство только частично контролирует процесс создания резерва нефтепродуктов [1; 3] (таблица).

Таблица

**Контроль государства за созданием резерва нефтепродуктов в странах, входящих в состав ЕС**

Страна	Доля собственности, %	Участники создания запасов	Количество дней, на который рассчитан резерв
Германия	100	Компании-производители, импортеры	15
Ирландия	90	Импортеры, крупные производители	20
Нидерланды	85	Импортеры	15
Финляндия	80	Импортеры	40
Дания	70	Компании-производители, импортеры	20
Франция	50	Импортеры	40
Португалия	40	Импортеры	55
Испания	40	Нефтетрейдеры, крупные потребители	55
Греция	0	Импортеры, нефтетрейдеры	90
Италия	0	Коммунальные предприятия электроэнергетики, трейдеры	90

Однако создание стратегического запаса топлива – слишком отдаленная перспектива. Никто не может точно знать, какие результаты она принесет, хотя эта идея является целесообразной. При создании таких резервуаров Украина столкнется с рядом серьезных проблем: во-первых, для формирования стратегических запасов нефти и нефтепродуктов нужны огромные по вместительности и площади резервуары. Потребность в них удовлетворялась за счет имеющихся в Украине нефтебаз, но за годы независимости эта система пришла в упадок. Во-вторых, в Украине резерв будет создаваться в монопольных условиях одного внешнего поставщика нефти – России. Поэтому может случиться так, что функционирование этой схемы будет отображать интересы иностранных коммерсантов больше, чем нашего государства. В-третьих, существует еще одна серьезная проблема – отсутствие налаженной системы поставок и хранения резервного топлива, а это означает, что нашей стране необходимо поднять уровень развития логистики.

Таким образом, вопросы энергетической безопасности для Украины, зависимой от импортного топлива, чрезвычайно актуальны. Рынок нефти сегодня очень нестабилен и наличие трехмесячного запаса – хорошая страховка на случай непредвиденных и экстренных ситуаций.

**Литература:** 1. Прудка Н. Запасы быстрого реагирования // Украинский деловой журнал ЭКС-ПЕРТ. – 2006. – № 47(96). – С. 25 – 30. 2. Бурков Е. В. К вопросу об управлении запасами // Газета "Симон". – 2006. – № 10. – С. 4. 3. Прудка Н. Зона политической торговли // Украинский деловой журнал ЭКСПЕРТ. – 2006. – № 47(96). – С. 6.

УДК 657.6

**Шматченко Ж. С.**

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## **КОНТРОЛЬ РОЗРАХУНКІВ З БЮДЖЕТОМ – ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Економічну безпеку можна розглядати як складну динамічну систему, що забезпечує стійке функціонування і розвиток підприємства за допомогою своєчасної мобілізації і найбільш раціонального використання трудових, фінансових, техніко-технологічних та інших ресурсів підприємства в умовах дії зовнішніх і внутрішніх загроз.

© Шматченко Ж. С., 2008



Питанням економічної безпеки суб'єктів господарювання присвячені роботи таких вітчизняних вчених: О. М. Бандурки, В. С. Пономаренка, М. В. Куркіна, В. І. Мунтіяна, В. М. Гейця, В. Є. Духова, М. О. Кизима, В. Д. Понікарова та ін. Але, не зважаючи на значну кількість наукових праць, є достатня кількість невирішених проблем.

Структура економічної безпеки складна та багатогранна, а її основними складовими є: фінансова, силова, інформаційна, техніко-технологічна, правова, кадрова, екологічна безпека.

Фінансова безпека є вирішальною і провідною у системі економічної безпеки підприємства. Вона розглядає і регулює питання фінансово-економічної заможності підприємства, стійкості до банкрутства. Отже, основним джерелом доходів бюджетів всіх рівнів є податкові надходження. Причому, обов'язок сплати податків і зборів в порядку і розмірах, встановлених законом, закріплений у статті 67 Конституції України [1]. Проблеми оподаткування завжди привертають до себе увагу як науковців, так і практиків, тому що саме в цій сфері перехрещуються економічні інтереси держави та підприємств – платників податків, а заборгованість юридичних осіб перед бюджетом та державними цільовими фондами є одним з найпоширеніших факторів банкрутства підприємств. Тому вирішенню питань взаємодії платників податків з бюджетами всіх рівнів багато уваги приділяють такі вчені, як Л. В. Дікань, Ю. Б. Іванов, Н. П. Кучерявенко [2 – 4] та ін.

Саме чітка система розрахунків підприємств з бюджетом є передумовою забезпечення економічної безпеки їх діяльності. Тому організація внутрішнього аудиту за розрахунками з бюджетом є важливою частиною контрольної роботи на підприємстві. Саме цій проблематиці присвячені роботи Н. О. Бондаренко, М. В. Куркіна [5; 6].

Законом України "Про систему оподаткування" [7] встановлено, що в нашій державі існують два види податків і зборів (обов'язкових платежів): загальнодержавні та місцеві. На першому етапі контролю розрахунків з бюджетом слід встановити, платником яких податків і зборів є підприємство, яке перевіряється. Якщо підприємство не сплачує будь-які податки та збори, аудитор повинен переконатися, що такі дії точно погоджуються з чинним законодавством України.

Згідно з Законом України "Про систему оподаткування" ставки, механізм справляння податків і зборів (обов'язкових платежів), за винятком особливих видів мита, і пільги щодо оподаткування не можуть встановлюватися або змінюватися іншими законами України, крім законів про оподаткування. Місцеві податки і збори, механізм справляння та порядок їх сплати встановлюються сільськими, селищними, міськими радами відповідно до переліку і в межах граничних розмірів ставок, установлених законами України, крім збору за проїзд по території прикордонних областей автотранспорту, що прямує за кордон, який встановлюється обласними радами.

Але під час перевірки розрахунків з бюджетом аудитор слід пам'ятати, що джерела сплати податків і зборів встановлюються виключно відповідними законами про податки.

Державні та інші цільові фонди, які не передбачені чинним законодавством, мають своїм джерелом виключно прибуток підприємств, який залишається після сплати всіх податків і зборів (обов'язкових платежів). Податки і збори, які відповідно до законів включаються до ціни товарів (робіт, послуг) або відносяться на їх собівартість, сплачуються незалежно від результатів фінансово-господарської діяльності підприємства.

Зміни і доповнення до законів України про оподаткування стосовно пільг, ставок податків і зборів (обов'язкових платежів), механізму їх сплати повинні вноситися не пізніше, ніж за шість місяців до початку нового бюджетного року і набирають чинності з початку нового бюджетного року. Оскільки це положення в Україні постійно порушується, аудитор повинен ретельно слідкувати за змінами чинного податкового законодавства та враховувати їх при проведенні перевірок розрахунків підприємства з бюджетом.

З метою оприлюднення офіційного розуміння окремих положень податкового законодавства центральним податковим органом України можуть надаватися податкові роз'яснення. Усі податкові роз'яснення, що мають загальний характер або стосуються значної кількості платників податків, підлягають оприлюдненню із дотриманням правил комерційної або банківської таємниці. Але податкове роз'яснення не має сили нормативно-правового акту.

Центральний податковий орган зобов'язаний видавати та оприлюднювати письмові роз'яснення норм законодавства, які стосуються усіх аспектів оподаткування окремим податком, збором (обов'язковим платежем) у спосіб, доступний для ознайомлення з ними більшості їх платників. При введенні нового податку, збору (обов'язкового платежу) або прийнятті змін до порядку справляння існуючих, центральний податковий орган зобов'язаний роз'яснити їх платникам особливості такого справляння, використовуючи засоби масової інформації або інші доступні для таких платників способи доступу до зазначеної інформації, включаючи візити працівників контролюючих органів (не пов'язані із здійсненням податкових перевірок) до платників податків і зборів (обов'язкових платежів) з метою роз'яснення положень нового порядку.

Будь-які відповіді на запити платника податків, які надаються іншими податковими органами або контролюючими органами, а не центральним податковим органом, повинні виходити із змісту роз'яснень, наданих центральним податковим органом, а за відсутності останніх – мають сприйматися платниками податків як рекомендації.

Платник податків може оскаржити до суду (господарського суду) рішення контролюючого органу або органу стягнення щодо видання інструкцій чи податкових роз'яснень (у тому числі форм обов'язкової податкової звітності, далі – податкових роз'яснень), які, за висновком такого платника податків, суперечать нормам або змісту відповідного податку, збору (обов'язкового платежу). Визнання судом (господарським судом) інструкцій або податкового роз'яснення податкового органу (незалежно від їх реєстрації у Міністерстві юстиції України) недійсними є підставою для використання



зазначеного рішення всіма платниками податків з моменту прийняття такого судового рішення, а також для відповідної зміни положень інструкцій чи роз'яснень контролюючих органів з цього питання. Зазначене рішення суду (господарського суду) набирає чинності з моменту його прийняття та повинно бути оприлюднене за рахунок сторони, що програла спір (була визнана винною), протягом 30 календарних днів з моменту прийняття такого судового рішення.

На жаль, такі рішення раніше оприлюднювалися дуже рідко, особливо якщо спір програвав податковий орган. Також непоодинокими випадками у прийнятті рішень з економічних суперечок є прийняття абсолютно протилежних рішень різними судами з однакових питань. Тому доцільним буде створити єдиний державний Реєстр судових рішень. А в описовій частині судових рішень з господарських питань вказувати, які судові рішення вже були прийняті щодо конкретних суб'єктів господарювання з аналогічних питань [8].

Тому, значно підніме оперативність офіційного оприлюднення судових рішень прийняття Закону України "Про доступ до судових рішень" [9], стаття 9 якого проголошує, що в Україні кожна зацікавлена особа може звернутися до апарату відповідного суду з письмовою заявою про надання можливості ознайомитися із судовим рішенням, якщо це рішення безпосередньо стосується її прав, свобод, інтересів чи обов'язків.

**Література:** 1. Конституція України // ВВР України. – 1996. – № 30. 2. Дикань Л. В. Налогообложение. – Харьков: Хартия, 1996. 3. Иванов Ю. Б. Альтернативні системи оподаткування. – Харків: ХДЕУ-Торнадо, 2003. 4. Кучерявенко Н. П. Теоретические проблемы регулирования налогов и сборов в Украине. – Харьков: Консум, 1997. 5. Бондаренко Н. О. Аудит суб'єктів підприємницької діяльності. – К.: Центр навальної літератури, 2004. 6. Куркін М. В. Ревізії та перевірки за зверненнями правоохоронних органів. Навч. посібник / М. В. Куркін, В. Д. Понікаров. – Харків: Східн.-регіон. центр гум.-освіт. ініціатив, 2003. 7. Закон України "Про систему оподаткування" // Урядовий кур'єр. – 1997. – 12 жовтня. 8. Понікаров В. Д. Судове забезпечення економічної безпеки діяльності підприємств / В. Д. Понікаров, Д. В. Назаренко // Шлях України до економічної безпеки: Матеріали науково-практичної конференції. – Харків, 2006. – 302 с. 9. Закон України "Про доступ до судових рішень" // Урядовий кур'єр. – 2006. – 18 квітня.

УДК 347.774

**Світлична Т. В.**

Студент 3 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## КОМЕРЦІЙНЕ НАЙМЕНУВАННЯ ЯК ОБ'ЄКТ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Останнім часом у господарському обороті зростає значення комерційного найменування. Воно виступає "візитною карткою" суб'єкта господарювання. Чим більше людей його знатиме, тим успішнішою буде його діяльність. Проте завжди знаходяться суб'єкти, які використовують комерційне найменування у якості "інструменту" недобросовісної конкуренції. Це стало можливим завдяки недолікам чинного законодавства, в якому відсутнє визначення комерційного найменування та конкретні вимоги до нього; не зовсім вдало визначено момент, з якого у суб'єкта виникає право на комерційне найменування тощо; наявні розбіжності термінологічного характеру та очевидна неузгодженість у тому, які суб'єкти (суб'єкти господарювання або тільки підприємницькі товариства, або всі юридичні особи) можуть мати право на комерційне найменування.

Окремі питання комерційного найменування розглянуто у працях: Г. Авілова, О. Бризгаліна, О. Гольмстена, В. Дозорцева, О. Камінки, П. Цитовича, Г. Шершеневича, В. Шретера та ін. Проте емпіричною базою для них було законодавство та судова практика, які втратили актуальність. Фундаментальні ж дослідження комерційного найменування за сучасним українським законодавством відсутні, тому зазначені вище проблемні аспекти його використання залишаються актуальними і потребують вирішення.

Метою цієї статті є розробка пропозицій з удосконалення законодавства України, спрямованих на усунення означених недоліків у правовому регулюванні відносин з використання комерційного найменування.

Передусім, слід звернути увагу на те, що у ч. 2 ст. 90 ЦКУ [1] вживається поняття "комерційне (фірмове) найменування", тоді як у ст. 489-491 ЦК та ст. 159 ГКУ [2] – "комерційне найменування". Поняття "комерція" походить від лат. commercium – торгівля, та є нічим іншим, як діяльністю з продажу чи сприянню продажу товарів і послуг, а поняття "комерційна організація" включає організації, юридичних осіб, основною метою діяльності яких є отримання прибутку [3, с. 432].

© Світлична Т. В., 2008



Поняття "фірма" походить від італійського слова *firma* і дослівно перекладається як "підпис"; під цим поняттям розуміють економічно і юридично самостійний суб'єкт господарювання, об'єднання підприємств, первинний осередок виробничої або комерційної діяльності, що має статус юридичної особи, своє індивідуальне найменування та здійснює свою діяльність для задоволення певних суспільних потреб і одержання прибутку [4, с. 563].

Як результат поняття "фірмове найменування" може використовуватися лише юридичними особами, у той час як учасниками комерційної діяльності можуть бути і приватні підприємці не юридичні особи. Тому застосування поняття "комерційне найменування" було б більш вдалим варіантом, оскільки за змістовним й смисловим навантаженням воно є значно ширшим за поняття "фірмове найменування" [5, с.12].

Між ст. 90 і ст. 489 ЦК, ст. 90 ЦК і ст.159 ГК наявні суттєві розбіжності у тому, які суб'єкти можуть мати право на комерційне найменування. Так, в силу припису ч. 2 ст. 90 ЦК таке найменування може мати виключно підприємницьке товариство. Згідно зі ст. 490 – 491 ЦК – юридична особа, а відповідно до ст. 159 ГК – фізична особа-підприємець та будь-який суб'єкт господарювання, у тому числі юридична особа – суб'єкт підприємництва.

Ні закладений у ЦК, ні у ГК підхід до визначення кола осіб, які можуть мати право на комерційне найменування, не можна назвати вдалим. Як відзначалося вище, термін "комерційне", який застосовується у понятті "комерційне найменування", означає, що суб'єкт використовує найменування при здійсненні комерційної діяльності, яка є нічим іншим, як підприємництвом. Тож суб'єктами, які можуть мати право на комерційне найменування, мають бути фізичні та юридичні особи – суб'єкти підприємництва.

Поняття підприємця є занадто вузьким і означає лише фізичну особу-підприємця, тоді як підприємницьку діяльність можуть здійснювати і юридичні особи. Тож у ч. 2 ст. 90 ЦК необхідно зазначити, що комерційне найменування може мати юридична особа, яка здійснює підприємницьку діяльність, а у ст. 489 ЦК і ст.159 ГК – що комерційне найменування можуть мати суб'єкти підприємницької діяльності.

Не зовсім вдалим є визначення комерційного найменування за допомогою термінів "форма і засіб". Під формою слід розуміти зовнішній вигляд, образ, а під засобом – знаряддя, спосіб дій для здійснення якоїсь діяльності [6, с. 127, 463].

Більш вдалим, але не позбавленим недоліків, є визначення запропоноване ВРУ: комерційне найменування – це буквене чи словесне позначення суб'єкта господарювання, яке виконує функцію його індивідуалізації (розрізнення) у підприємницькій діяльності [7].

Позитивним у ньому є те, що комерційне найменування визначається не як форма або засіб, а як словесне позначення, а також те, що право на комерційне найменування визначається за суб'єктами господарювання, які займаються підприємництвом, тобто суб'єктами підприємництва. Недоліком є те, що у ньому не зазначається, що комерційне найменування не повинно вводити споживачів в оману щодо справжньої діяльності суб'єкта підприємництва.

З урахуванням наведеного доцільно визначити комерційне найменування як буквене чи словесне позначення (найменування для юридичних осіб, ім'я – для фізичних осіб) суб'єкта підприємництва, яке дозволяє вирізнити його серед інших суб'єктів підприємництва і не вводити в оману споживачів щодо предмета його діяльності.

Комерційне найменування не повинно співпадати з найменуванням юридичної особи. Для цього у ч.1 ст. 27 Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців" [8] необхідно зазначити, що підставою для відмови у проведенні державної реєстрації юридичної особи є тотожність її назви (як складової найменування) з комерційним найменуванням іншої особи. Водночас, щоб державний реєстратор мав достовірну інформацію про існуючі комерційні найменування, слід створити відповідний реєстр комерційних найменувань, який передбачений у ст. 90 і 489 ЦКУ та ст. 159 ГКУ.

Підставою для цього нововведення є досить часте змішування діяльності суб'єктів господарювання у сприйнятті споживачів. Адаже законодавством не заборонено використання однакових словесних позначень як у якості найменування юридичної особи, так і в якості комерційного найменування (ч.4 ст.489 ЦК). Наприклад, ВАТ "Фірма "AQUA" і комерційне ім'я іншої особи "AQUA". У результаті, споживачам важко розрізнити таких суб'єктів господарювання, виникає плутанина у їх продукції і послугах. До того ж у силу схожості об'єктів правової охорони торгової марки також можуть співпадати з комерційними найменуваннями і найменуваннями юридичних осіб, що нерідко вводить споживачів у оману і призводить до конфлікту інтересів власників прав на вказані об'єкти.

Припустимо ситуацію, коли одне й те саме позначення реєструється як торгова марка на юридичну особу 1, яка одночасно є учасником юридичної особи 2. У той же час юридична особа 2 починає використовувати це позначення, але не лише як зареєстровану торгову марку, а й як комерційне найменування. Здавалося б все гаразд, проте юридична особа 1 вирішила вийти зі складу юридичної особи 2. Свідоцтво на торгову марку у неї. У такому разі постає питання стосовно власника прав на використання позначення. Хто буде вважатися ним: юридична особа 1, яка зареєструвала позначення як торгову марку і має свідоцтво, чи юридична особа 2, яка з моменту реєстрації вказаного позначення як торгової марки фактично використовувала його як комерційне позначення? На це питання у законодавстві (ЦКУ, ГКУ, Законі України "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" [9]) відповіді немає. Тому, на думку автора, з метою усунення зазначених недоліків у правовому регулюванні відносин з використання комерційного найменування необхідно: 1) обов'язково вести реєстр комерційних найменувань, передбачений ч. 3 ст. 90 і ч.3 ст. 489 ЦК та ч. 2 ст. 159 ГК; 2) допускати реєстрацію однакових позначень торгової марки і комерційного найменування тільки

якщо права на них належатимуть одній особі. Це стосується й випадків, коли позначення, яке є комерційним найменуванням, входить до складу торгової марки як один з її елементів і навпаки.

Наведене дозволяє стверджувати, що чинне законодавство України містить суттєві недоліки в аспекті правового регулювання відносин з використання комерційного найменування. З метою їх усунення автор пропонує наступний перелік заходів законодавчого характеру:

1) у ст. 489 ЦК і ст. 159 ГК визначити комерційне найменування як буквене чи словесне позначення (найменування для юридичних осіб, ім'я – для фізичних осіб) суб'єкта підприємництва, яке дозволяє вирізнити його серед інших суб'єктів підприємництва і не вводити в оману споживачів щодо предмета його діяльності; 2) у ч. 2 ст. 90 ЦК зазначити, що юридична особа, яка здійснює підприємницьку діяльність, може мати комерційне найменування, а у ст. 489 ЦК і ст. 159 ГК – що комерційне найменування можуть мати суб'єкти підприємництва; 3) для запобігання можливості існування однакової назви юридичної особи і комерційного найменування у ч.1 ст. 27 Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців" слід зазначити, що підставою для відмови у проведенні державної реєстрації юридичної особи є тотожність її назви (як складової найменування) з комерційним найменуванням іншої особи. Водночас, щоб держреєстратор мав достовірну інформацію про існуючі комерційні найменування, необхідно створити реєстр комерційних найменувань, який передбачений у ст. 90 і 489 ЦКУ та ст. 159 ГКУ; 4) для уникнення конфліктних ситуацій з приводу використання торгових марок і комерційних найменувань, необхідно обов'язково вести реєстр комерційних найменувань допускати реєстрацію однакових позначень торгової марки і комерційного найменування тільки, якщо права на них належатимуть одній особі, навіть у тих випадках, коли позначення, яке є комерційним найменуванням, входить до складу торгової марки як один з елементів і навпаки.

**Література:** 1. ЦК України від 16.01.2003 р. // ВВРУ. – 2003. – № 40–44. – Ст.203. 2. ГК України від 16.01.2003. // ВВРУ. – 2003. – № 18–22. – Ст.144. 3. Юридична енциклопедія: В 6 т. Т. 3. / Голов редкол. Ю. С. Шемшученко. – К.: Укр. енцикл., 2001. – 786 с. 4. Великий енциклопедичний юридичний словник / За редакцією акад. НАН України Ю. С. Шемшученка. – К.: ТОВ "В-во Юрид. думка", 2007. – 992 с. 5. Кузнецов Ю. М. Засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг: Навч. посібник / Ю. М. Кузнецов, М. Г. Данильченко, Г. В. Косенюк, Ю. М. Данильченко, А. С. Ромашко; [За заг. ред. проф. Ю. М. Кузнецова. – Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького. – НТУУ "КПІ", 2005. – 244 с. 6. Современный толковый словарь. – М.: Изд. "Большая Советская Энциклопедия", 1997. – 564 с. 7. Проект ЗУ "Про внесення змін у ГК України" від 17.02.2004 р. № 4445. // [http:// www.rada.kiev.ua](http://www.rada.kiev.ua). 8. ЗУ "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців" від 15.05.2003 р. // ВВРУ. – 2003. – № 31. – Ст.263. 9. ЗУ "Про охорону прав на знаки для товарів і послуг" // ВВРУ. – 1994. – № 7. – Ст. 36.

УДК 330.115:658.1

**Герасимова К. С.**

Студент 1 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток ринкових відносин в Україні змінив значущість функцій підприємства, їх зміст і якість. Життєздатність підприємства, цілісність його виробничих потужностей, взаємодія зі споживачем з метою просування продукції виробничо-технічного призначення на ринок стають вкрай важливими характеристиками. Процеси взаємодії вітчизняних підприємств із зовнішнім середовищем протікають в умовах недостатньо розвиненої ринкової інфраструктури, правового нігілізму суб'єктів господарювання, різких коливань ринкового попиту, високої динаміки змін у правовому просторі економіки, що істотно підвищує рівень загроз економічній безпеці підприємства, ефективна підтримка якої можлива тільки в разі використання спеціальних механізмів.

Різні аспекти управління розвитком розглядалися в працях вітчизняних вчених-економістів: В. С. Пономаренка, М. В. Куркіна, В. І. Мунтяна, В. М. Гейця, В. Д. Понікарова та ін. Не зважаючи на це є ще достатня кількість невирішених проблем.

Мета статті полягає у дослідженні процесів побудови механізмів управління економічною безпекою підприємства.

Сьогодні вирішальне значення для перемоги в конкурентній боротьбі підприємства має не озброєність працею, не озброєність ресурсами, капіталом, а озброєність знаннями, інформацією. Інформаційна безпека передбачає визначення секретів і комерційної таємниці, організацію комунікаційних процесів у підприємства, які б виключали можливість їх витікання. Фахівці вважають, що втрата 20% комерційної таємниці підприємства підвищує коефіцієнт його можливого банкрутства



до 0,6. У літературі з економічної безпеки висвітлена значна кількість питань практичного захисту інформації [1]. У тезах розглянемо загальні механізми протидії інформаційним зброям й інформаційним війнам.

У сучасних умовах високих темпів інформаційного прогресу в суспільстві інформаційна безпека посідає особливо важливе місце в системі економічної безпеки підприємства. Отже, інформаційна безпека заснована не тільки на захисті власної інформації, у тому числі конфіденційної, але й проводить ділову розвідку, інформаційно-аналітичну роботу із зовнішніми і внутрішніми суб'єктами тощо [2].

Механізми протидії інформаційній зброї й інформаційним війнам повинні базуватися на розвитку позитивних факторів інформаційної інфраструктури, а також з урахуванням нейтралізації існуючих негативних факторів – перепрограмування інформаційної інфраструктури на основі таких дестабілізуючих дій, як навмисна модифікація й інтерпретація інформаційних продуктів та їх похідних з метою виділення таких процедур, як технології маніпулювання ними, що дозволяє створити переваги в матеріальній та фінансових сферах діяльності підприємства.

Для розробки принципів побудови механізму протидії інформаційним війнам наведемо класифікаційні ознаки протидій, які мають як пасивний (нейтралізуючий), так і активний характер.

Пасивні протидії дозволяють вирішити такі завдання і виконати такі роботи:

1. Кількісна й/або якісна оцінка поточного рівня інформаційної безпеки підприємства.  
2. Кількісна й/або якісна оцінка необхідного рівня інформаційної безпеки при заданих рівнях конфіденційності інформації для різних рівнів управління.

3. Розробка заходів щодо реінжинірингу системи безпеки для досягнення заданого рівня безпеки: заходи на організаційно-управлінських, технологічних, програмно-апаратних рівнях; економічне обґрунтування модифікації системи інформаційної безпеки підприємства; визначення рівня ризиків для оцінки захищеності найбільш уразливих місць в інформаційній системі підприємства.

4. Здійснення аудиту й сертифікації компонентів інформаційної системи в цілому на відповідність вимогам й існуючим стандартам інформаційної безпеки.

5. Аналіз відповідності функціонування підприємства стандартам і умовам, що змінюються, у випадку виявлення вразливих місць.

6. Розробка зон відповідальності для взаємодії різних служб і підрозділів зі службою інформаційної безпеки підприємства.

7. Розробка організаційно-розпорядничої документації з реалізації заходів щодо забезпечення необхідного рівня захисту з припустимими рівнями ризиків.

8. Розробка концепції забезпечення інформаційної безпеки підприємства на період 3-5 років з визначенням відповідальних осіб за її реалізацію.

Запропоновано класифікацію форм проведення інформаційних війн, що включає: використання каналів міжособистісних комунікацій для поширення недостовірної, помилкової інформації, слухів; розміщення одного недостовірного повідомлення в численних джерелах (безлічі каналів); зменшення кількості суперечливих повідомлень за рахунок використання одного повідомлення в безлічі каналів; організація витоків інформації; проведення компаній з дезінформації громадськості, зацікавлених осіб; використання дестабілізуючих тем і повідомлень; зменшення значущості теми за рахунок акцентування уваги на негативних факторах; обмежувальні заходи щодо доступу до певної інформації; розвідувальна війна; комп'ютерні війни.

Отже, розроблена класифікація дозволить визначити й уточнити фактори, що впливають на ефективність функціонування механізму інформаційної безпеки, і забезпечити отримання відповідних коштів для його реалізації [3].

Підвищення та забезпечення стійкості роботи інформаційної системи підприємства розглянуто з точки зору забезпечення стійкості на основі властивостей інформації й інформаційних процесів та категорій безпеки, які визначаються різними видами та засобами інформаційної системи. Це дає змогу побудувати об'єктну модель, яка описує взаємодію інформаційних ресурсів у процесах, які протікають в інформаційній системі, та дозволяє розробити моделі інформаційної безпеки підприємства для різних рівнів управління ним. Стратегії безпечного розвитку підприємства в умовах протікання інформаційних війн базуються на функціонуванні механізму, який забезпечує потрібний рівень інформаційної безпеки, й дотримання якого визначає певний рівень стійкості системи щодо інформаційних ресурсів, продуктів та послуг для протистояння засобам та методам проведення інформаційних війн [4]. Існують також такі основні стратегії інформаційної безпеки на підприємстві: стратегія утримання постійного рівня захищеності інформаційної інфраструктури підприємства, постійний моніторинг та аналіз загроз, оцінки рівня захищеності компонентів інформаційної системи на основі застосування та практичного використання міжнародних стандартів у сфері інформаційної безпеки, контроль та аудит діяльності підрозділу інформаційної безпеки підприємства, який виконує нову управлінську функцію у сфері забезпечення інформаційної безпеки. Вказані стратегії дозволяють модифікувати напрями стратегічного планування та управління на підприємстві на основі методів та засобів управління інформаційною безпекою підприємства.

---

**Література:** 1. Акімов В. В. Загальні методи захисту інформації в системі економічної безпеки суб'єкта господарювання / В. В. Акімов, Д. В. Назаренко // І міжнародна науково-практична конференція "Безпека та захист інформації в інформаційних і телекомунікаційних системах" (28-29 травня 2008 р.). – Управління розвитком. Збірник наукових статей. – 2008. – №6. – 152 с. 2. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство: Монографія / За ред. В. М. Гейця. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 240 с. 3. Куркін Н. В. Управление экономической безопасностью развития предприятия: Монография. – Днепропетровск: АРТ-ПРЕСС, 2004. – 452 с. 4. Куркін М. В. Ревізії та перевірки за зверненнями правоохоронних органів. Навчальний посібник / М. В. Куркін, В. Д. Понікаров. – Харків: Східно-регіональний центр гуманітарно-освітніх ініціатив, 2003. – 412 с.

## ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Металургійна промисловість відіграє важливу роль у формуванні бюджету України і утриманні високих темпів зростання економіки країни. За оцінкою міжнародного рейтингового агентства Moodys, в 2006 році саме металургія врятувала Україну від економічної кризи. Уся річ у тому, що політична нестабільність, інфляція, зростання цін на природний газ вилилися в негативний зовнішньоторговельний баланс (торговий дефіцит України в 2006 р. склав \$6,667 млрд). Саме металурги "підтримали" конкурентоспроможність України, причому переважно за рахунок сприятливої кон'юнктури на світовому сталевому ринку металів і експорту (80% від об'єму українського випуску сталевих продукції). Позначилося те, що світовий попит на сталь в 2006 році був досить стійким, а ціни на чорний прокат виросли в середньому на 15,2% [1].

На тлі хорошої кон'юнктури ринку 2006 рік для металургії України розцінюється як вельми успішний. Країна впевнено утримала восьму позицію в світовому рейтингу Міжнародного інституту чавуну і сталі (IISI) серед виробників чорного металу. Позитивна динаміка розвитку галузі останніми роками є підставою для оптимістичних прогнозів. На 2007 рік Міністерство промислової політики України, посилаючись на хорошу кон'юнктуру на світовому ринку і високий ступінь залежності української металургії від зовнішнього ринку, прогнозує 8%-е зростання виробництва чавуну (до 35,5 млн. т) і 4%-е зростання виробництва сталі і прокату (до 42 і 36 млн. т, відповідно). У цілому країна в черговий раз планує поліпшити торговий баланс за рахунок чорної металургії [2].

Проте, існує і ряд проблем, з якими стикається вітчизняний ГМК (гірничо-металургійний комплекс). Основною проблемою є зношеність основних фондів у галузі (близько 60%), що вимагає значних капітало-вкладень в переобладнання підприємств. Також важливою проблемою є тепло- і енергозбереження, оскільки Україна є газодefіцитною країною. А останні події на світовому ринку енергоносіїв свідчать про те, що ціни на газ будуть рости і в майбутньому. Приблизно 45% металургійного виробництва в Україні сьогодні використовує енерговитратну мартенівську технологію виплавки сталі. У даний час мартенівський процес виробництва сталі практично витиснений у розвинених країнах набагато ефективнішим киснево-конвертерним процесом (близько 63 % світового виробництва), а також електроплавленням (більше 30%).

Важливим питанням для ГМК є вихід на ринки ЄС, але тут виникає ряд перепон, якими країни ЄС захищають свого виробника. Так регулярними вже стали збудження антидемпінгових процесів проти українських металургів. Це призвело до того, що вітчизняні металургійні компанії вимушені скуповувати металургійні підприємства на території ЄС, щоб мати рівні умови конкуренції. Також вже з 1 січня 2009 року вступає в силу закон REACH-законодавства ЄС про реєстрацію, оцінку і видачу дозволів на виробництво і використання хімічних речовин, що вимагатиме від українських металургів мінімум \$700-800 млн. додаткових витрат вже в найближчий рік [1].

Таким чином, можна сказати, що на сьогоднішній день благополуччя українців залежить від успішності ГМК, який у свою чергу вимагає від держави серйозних податкових пільг або дотацій, щоб зберегти за собою високорентабельні ринки ЄС і США шляхом масштабної реконструкції виробництва, впровадження прогресивних форм менеджменту і сучасних інформаційних систем контролю виробництва. Також необхідно вести активну зовнішню політику в області створення вигідних умов реалізації продукції ГМК, щоб зберегти сьогоднішні темпи зростання економіки країни.

**Література:** 1. Письменко В. Обращенные // Бизнес. – 2007. – 24 вересня. – С. 25 – 31. 2. Земцов С. Сталеві нерви української металургії газ // Деньги. – 2007. – 11 червня. – С. 25 – 30. 3. Афанасьев М. В. Економіка підприємства / М. В. Афанасьев, А. Б. Гончаров. – Харків: Инжек, 2004. – 528 с.

## ПРОБЛЕМИ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Нещодавно Всесвітній банк опублікував рейтинг країн, у яких найкраще або найгірше всього робити бізнес. Рейтинг України не змінився з минулого року, всупереч заявам деяких політиків про прогрес. У списку зі 178 країн світу Україна виявилася на 139 місці, відразу після Узбекистану і далеко позаду Росії, яка знаходиться під номером 106. Лідире у світовому рейтингу Сінгапур, далі –



Нова Зеландія й Сполучені Штати. Україну випередили багато країн, які, як сказано в повідомленні, традиційно вважаються бідними й корумпованими. Це, зокрема, Молдавія – 92 місце, Папуа-Нова Гвінея – 82 місце, Монголія – 52 місце.

Рейтинг визначався на підставі того, наскільки складно відкрити й закрити бізнес у певній країні, одержати ліцензії, взяти кредит, наскільки захищені інвестори й виконуються контракти [1].

Невже все так погано в нашій країні, адже у нас сприяння розвитку малого й середнього бізнесу закріплено на законодавчому рівні: "Стаття 4. Державна політика в сфері розвитку економічної конкуренції та обмеження монополізму в господарській діяльності, здійснення заходів щодо демонополізації економіки, фінансової, матеріально-технічної, інформаційної, консультативної та підтримки суб'єктів господарювання, які сприяють розвитку конкуренції, здійснюється уповноваженими органами державної влади, органами місцевого самоврядування та органами адміністративно-господарського управління та контролю..." [2].

Чому ці закони не виконуються або виконуються не повною мірою? На це питання повинен дати відповідь уряд, але, на жаль, він занадто зайнятий різними перевиборами, щоб звернути увагу на малого підприємця. Тому бізнесменам доводиться пробиватися самостійно, без допомоги держави.

Проблема заміщення наших вітчизняних товарів імпортом стоїть в Україні дуже гостро, її намагаються вирішити на вищому рівні. Але ж з самого початку наш бізнес менш конкурентоспроможний у відкритій економіці. Навіть через ті ж самі кліматичні умови. Образно кажучи у вартість товару вимушено закладаються витрати на прибирання снігу, опалення та будівництво будинків для виробництва, які розраховані на зиму. І це чималі гроші [3].

Автор вважає, що вітчизняний виробник не зобов'язаний конкурувати з Азією по ширвжитку. По-перше, малий і середній бізнес повинен задовольняти внутрішні потреби країни. Причому більш якісним товаром. По-друге, експортувати продукцію на ті ринки, де не завжди женуться за дешевизною, обираючи якість. Тут український інтелектуальний продукт може скласти значну конкуренцію, наприклад програмне забезпечення.

Ще однією перешкодою для розвитку бізнесу в нашій країні є надлишок контролюючих заходів. На сьогодні в Україні налічується понад 30 органів, наділених повноваженнями проводити перевірки діяльності суб'єктів ведення господарства. При цьому, найактивнішими серед контролюючих органів є органи податкової служби, пожежної інспекції і санітарно-епідеміологічної служби. Основні риси перевірок в Україні – це їх масовість, висока вартість і неефективність. Характерною рисою перевірок є те, що найчастіше вони проводяться в секторах економіки з високим ступенем обороту наявних коштів [3].

Чим більше Україна інтегрується у відкриту економіку, тим сутужніше нашому бізнесу. Але без інтеграції неможливий розвиток цього ж бізнесу – просто треба вирішити багато питань у регуляції підприємництва.

---

**Література:** 1. WWW.bin.com.ua. 2. Господарське законодавство: Законодавчі акти / Укл. В. Д. Понікаров, Ж. О. Андрійченко, Г. М. Брусильцева, А. В. Галушко. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 480 с. 3. WWW.bigbord.net

---

**Жернова А. О.**

УДК 338.46:37(477)

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **СУЧАСНА СИСТЕМА ОСВІТИ І ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ В УКРАЇНІ**

Забезпечення збільшення темпів економічного зростання в сучасній Україні неможливе без підвищення якості робочої сили і ефективного її використання, що викликає необхідність вдосконалення системи освіти. Як стверджував Л. Якокке "головну роль відіграють люди. Якщо немає здібних фахівців, то всі ваші старання будуть марними"[1].

Система освіти, що існує в Україні, не є досконалою. Провідні українські вузи поставляють на ринок праці випускників з дуже хорошою теоретичною підготовкою, але при цьому практичні навички у молодих людей часто відсутні.

Абсолютно правий був В. Г. Полонський, коли говорив, що необхідно навчати студентів різних спеціальностей "не тільки таємницям майбутньої професії, але і вмінню самостійно організувати свій бізнес, створити нові робочі місця і самому стати працедавцем"[2].

---

© Жернова А. О., 2008



Процес вдосконалення освіти наголошує на формування у студентів навичок самостійної роботи, придбання вмінь практичного вирішення проблем соціально-економічного розвитку. Тому дуже важливим є розповсюдження практичних занять, на яких студенти повинні напрацьовувати практичні навички, вирішуючи задачі, розв'язуючи вправи, працюючи з "кейсами". Треба поширювати методи дискусій, проблемного обговорення ситуацій. Важливо ці навички спробувати використати в процесі виробничої практики, при цьому керівники підприємств повинні створювати відповідні умови для реального, а не формального проведення практики.

Після розпаду СРСР відбулося зміщення ціннісних орієнтирів, що спровокувало кваліфікаційний перекид: спостерігається надлишок юристів, економістів, менеджерів, при цьому існує гостра нестача кваліфікованих фахівців технічних спеціальностей.

Досвід приходиться з практикою, але забезпечити можливість отримання практичних навичок кожному студенту держава не в силах, отже, необхідне здійснення безпосередньої співпраці між вузами і компаніями. Досвід такої співпраці знаходить вираження у створенні технопарків.

Запорука ефективної роботи підприємства – постійний розвиток знань і вмінь працівника, стимулювання його ініціативності, розвиток креативного мислення. Вкладення матеріальних засобів у трудові ресурси сприяє їх вдосконаленню, стимулює інноваційні пропозиції, забезпечує розвиток і ефективну діяльність підприємства.

Таким чином, можна зробити такі висновки:

люди з їх навичками і здібностями – невичерпний резерв підвищення ефективності діяльності підприємства, джерело його доходів і кінцева мета виробництва;

для ефективного функціонування економіки, зниження рівня безробіття необхідно стимулювати притік абітурієнтів в університети з технічними і аграрними спеціальностями;

необхідно розвивати в студентах мотивацію, цілеспрямованість, активність, творчі здібності, впевненість в своїх силах;

необхідна переорієнтація навчання з придбання теоретичних знань на отримання практичних навичок і вмінь;

вкладення матеріальних засобів у співробітників окупає проведені підприємством витрати і забезпечує його високий і стабільний прибуток.

---

**Література:** 1. Якокка Л. Кар'єра менеджера / Л. Якокка, У. Новак; [Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Попурри, 2002. – 256 с. 2. Полонський В. Г. Українській освіті – Європейський стандарт: входження України у світовий простір // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 5 (71). – С. 76 – 81. 3. Жуковський М. О. Трудові ресурси як складова конкурентоспроможності підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 2 (68). – С.54 – 59.

УДК 336.762:004.78

**Чухланцева Ю. А.**

Студент 3 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **РОЛЬ ІНФОРМАЦІЇ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ**

Міжнародний досвід інвестування, особливо практика країн постсоціалістичного типу розвитку, свідчать, що ті з них, кому вдалося залучити в країну значні обсяги інвестицій, успішно та швидко долають завдання ринкового реформування національних економік, досягають значних темпів соціально-економічного розвитку.

Будь-яка інвестиція починається з отримання інформації про об'єкт інвестування та доцільність інвестицій, тому інформаційне забезпечення є однією з найважливіших складових ефективної діяльності інституціональних інвесторів. Розвиток фондового ринку потребує широкого забезпечення інвесторів повною інформацією щодо умов випуску та обліку цінних паперів на ринку. Інформація повинна бути доступна всім учасникам фондового ринку [1].

Сьогодні інформаційна інфраструктура фондового ринку України розвивається досить повільно, тому ця сфера потребує поживлення. Інформаційний простір на ринку цінних паперів України розвинений недостатньо. Українська фондова біржа (УФБ) і Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР) послідовно намагаються здійснити інформаційну доцільність. Протягом своєї діяльності УФБ видає біржову газету: жовтень 1992 року – червень 1994 року – "Факт", з липня 1994 року – інформаційну сторінку УФБ у газеті "Ділова Україна". Тут публікуються біржові бюлетені за наслідками торгів цінними паперами, торгів опціонами тощо. На УФБ проводяться прес-конференції для українських та зарубіжних журналістів. Першу прес-конференцію УФБ провела у березні 1992 року [1].

---

© Чухланцева Ю. А., 2008



Одним із основних завдань ДКЦПФ є організаційне забезпечення запровадження системи заходів щодо захисту інтересів суб'єктів фондового ринку. Усі суб'єкти підприємницької діяльності подають фінансову звітність до Держкомстату України, а також податкових фондів. Наприкінці квітня 2007 року на веб-сайті загальнодоступної інформаційної бази ДКЦПФ з'явилися перші квартальні звітності компаній, тобто емітенти цінних паперів почали надавати більше інформації про себе згідно з новими вимогами ДКЦПФ, які вступили в дію у березні 2007 року. Публікувати квартальну звітність повинні акціонерні громади, в яких частка держави перевищує 25%, а також компанії, які здійснили відкрите розміщення цінних паперів [2]. Однак "іноземному інвестору складно орієнтуватися у звітності, тому що вона орієнтована на національні стандарти, а не на міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ). Проте тут проблема не в регулюванні ринку, а в неготовності більшості підприємств звітувати згідно з МСФЗ і потім проходити відповідний аудит у стислі строки", – заявив голова управління консалтингової компанії Baker Tilly Ukraine Андрій Скар. Вчасне розкриття емітентами цінних паперів інформації про фінансовий стан дозволить інвесторам більш коректно оцінювати вартість цінних паперів та вчасно реагувати на зміни в діяльності емітента за допомогою торгів на фондовому ринку [2]. На розвинених фондових ринках існує механізм фінансових консультантів, які надають інвесторам необхідну інформацію. Найвідомішими консультантами є компанії Bloomberg, Thompson, Zchak [3].

Пріоритетну роль в ефективному функціонуванні фондового ринку України відіграє економічна активність населення, тому що саме воно є головним носієм інформаційної прозорості ринку. Сьогодні склалася така ситуація, за якої довіра населення до державних інститутів, а також недержавних секторів, досить низька. Підвищення рівня економічної культури суб'єктів підприємницької діяльності значно сприяло б економічній активності населення України.

Саме тому в нашій країні слід посилити вимоги до інформаційного забезпечення акціонерів та учасників інвестиційних фондів. Треба розвивати інформаційну інфраструктуру, адже тільки інформаційна прозорість ринку здатна забезпечити певний рівень захисту інвесторів.

---

**Література:** 1. Оскольський В. В. Ринок цінних паперів України: проблеми функціонування і розвитку. – К.: КСУ, 1996. – С. 123 – 124. 2. Коваленко В. Отчет по полной программе // Эксперт. – 2007. – №22. – С. 44 – 45. 3. Охрименко О. Приватний інвестор на фондовому ринку України // Цінні папери України. – 2000. – №39. – С. 6.

---

**Острянін І. Ю.**

УДК 331.101(477)

Студент 4 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ – ОСНОВА ФОРМУВАННЯ НОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ УКРАЇНИ

Зараз економіка України перебуває на новому рівні економічного зростання. Рушійною силою становлення та розвитку всіх соціально-економічних укладів є людський фактор, в основі якого лежить поняття людського капіталу. Саме він, в оптимальному поєднанні з природними та матеріальними факторами, є рушійною силою сталого економічного розвитку, основою ефективного господарювання.

На погляд автора, найповнішу характеристику людського капіталу дав С. Дятлов: "Людський капітал – це сформований у результаті інвестицій і накопичений людиною певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, який цілеспрямовано використовується в тій або іншій сфері суспільного виробництва, сприяє зростанню продуктивності праці і тим самим впливає на зростання доходів (заробітків) даної людини" [1, с. 20 – 24].

Розвиток постіндустріального суспільства змінює не тільки галузеві пропорції в економіці, а й вимоги до якості людського капіталу. Погляди вчених-економістів щодо продуктивних здібностей людей поступово змінюються у зв'язку з розвитком науково-технічного прогресу.

Сукупний людський капітал в Україні формується у важких соціально-економічних умовах, тому його розвиток потребує постійного інвестування та втручання з боку держави.

Інвестиції – це вкладення в людину, вони підвищують її продуктивні здібності й ефективність праці. До таких інвестицій відносяться витрати на освіту (загальну і спеціальну), підготовку за місцем роботи, витрати на охорону і зміцнення здоров'я, виховання дітей та ін.

Здоров'я – це найважливіша частина людського капіталу. Кожен трудовий день – процес знешення людини, втрати нею фізичної, нервової енергії, яку вона відновлює у позаробочий час за рахунок відпочинку, повноцінного харчування та сну.

---

© Острянін І. Ю., 2008





Інвестування в капітал здоров'я, в першу чергу, повинна здійснювати держава. Але на сьогоднішній день ситуація зовсім інша: кошти на створення лікувальних, туристичних, санаторно-курортних закладів, на будівництво стадіонів, міських парків, на проведення дослідницьких робіт щодо охорони здоров'я майже зовсім не виділяються.

На використання людського капіталу негативно впливає ситуація на ринку праці України. За даними статистики (січень – червень 2007 року) середньомісячна чисельність економічно активного населення віком 15 – 70 років становила 22.2 млн. осіб. Кількість безробітних працездатного віку склала 1,6 млн [ 2, с. 11 ].

Дуже важкою на сьогоднішній момент залишається демографічна ситуація в Україні. За період січня - травня 2007 року природне скорочення населення склало більше 7 осіб на 1000 [ 2, с.11 ].

Інтелектуальний капітал стає основним і єдиним невичерпним економічним ресурсом інформаційного суспільства. Саме тому розвиток людського капіталу є головною передумовою стабільного економічного росту та основою будівництва нового постіндустріального суспільства. Для цього, в першу чергу, треба подолати негативні тенденції на ринку праці, що потребують кардинальних змін інноваційної та соціальної політики держави, спрямованих на нарощування людського інтелектуального потенціалу України.

---

**Література:** 1. Близнюк В. Людський капітал України як фактор економічного зростання // Україна: аспекти праці. – 2003. – №6. 2. Державний комітет статистики України // Економіст. – 2007. – № 7. 3. Бужин О. Мотивація праці у сільському господарстві через категорію людського капіталу // Економіст. – 2006. – №3. 4. Грішнова О. Економічна природа і значення категорії людського капіталу // Україна: аспекти праці. – 2003. – №7. 5. Дишловий М. Фактор здоров'я людей у відтворенні людського капіталу України // Економіка України. – 2004. – №2. 6. Стефаниш О. Головні чинники підвищення якості людського потенціалу в контексті постіндустріалізму // Економіст. – 2006. – №5.

УДК 338.3(477)

**Гнатишина Н. І.**

Студент 1 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **РОЗМІЩЕННЯ ПРОДУКТИВНИХ СИЛ В УКРАЇНІ**

У розвитку економіки України дуже важливу роль відіграє розміщення продуктивних сил. Керівники і спеціалісти всіх рівнів, що зайняті у цій сфері, розробляють і впроваджують програми розміщення та управління продуктивними силами.

Існують деякі умови, без яких розміщення і розвиток неможливі. Серед них виділяють основні: природні, демографічні та економічні.

Для правильного та економічно вигідного розміщення продуктивних сил України потрібно враховувати ряд факторів, від яких залежить ефективність виробництва.

Важливе значення слід надати сировинному фактору. Виробництва, що витрачають значну кількість сировини для виготовлення продукції (гірничодобувне та лісопилне виробництва), варто розташувати біля сировинної бази, щоб зменшити витрати на транспортування.

Більшість економічно важливих підприємств України витрачають багато електроенергії, тому такі об'єкти слід розташовувати безпосередньо біля паливних баз.

Водний фактор – невід'ємна складова кожного виробництва. Цей ресурс використовують і в промисловому, і в сільськогосподарському виробництві, тому брак води може не дозволити розміщення об'єкта, навіть за наявності інших сприятливих умов. Великі підприємства, побудовані безпосередньо біля водоймищ, можуть зменшити витрати на транспортування води, а також і на електроенергію, за наявності гідроелектростанцій [1].

На розміщення продуктивних сил також має вплив фактор робочої сили. Тому в Україні великі стратегічні об'єкти, через потребу у великій кількості висококваліфікованих кадрів, розташовані в містах (Донецьк, Харків, Київ, Дніпропетровськ).

У період підвищення цін на паливо в Україні дуже важливу роль відіграє транспортний фактор. Щоб продукція мала невисоку вартість, виробники повинні дуже раціонально ставитися до транспортних витрат, тому мають знаходити таке місце розташування виробництва, що дає змогу розумно витрачати кошти на транспортування сировини та готової продукції без зайвих витрат.

Вагоме значення має економіко-географічне положення. Адже ефективність виробництва залежить не тільки від наявності сировини, трудових і споживчих ресурсів, а й від взаємовідносин з сусідніми виробництвами для підвищення продуктивності праці. Зазвичай вдало розташовані міста з часом перетворюються на промислові центри та транспортні вузли. Так, наприклад, місто Донецьк



ще століття назад було лише невеликим селищем навколо шахт, зараз же – велике виробниче місто [2].

Дуже доречно згадати фактор науково-технічного прогресу. Він обумовлює дещо інше розуміння продуктивних сил. Адже перехід від матеріаломістких до більш економічно вигідних способів виробництва приводить до меншої залежності підприємств від транспортування та тяжіння до сировинної бази. Наслідком є зниження собівартості продукції та задоволення потреб споживачів за нижчими цінами. Тому у цей час актуальною стає модель інноваційного розвитку України.

Забезпечення стабільного зростання економіки України можливе за умови ефективного, раціонального використання ресурсного потенціалу. Якщо виробники будуть вміло, враховуючи всі фактори розташування продуктивних сил, розміщувати свої виробництва, налагоджувати ефективні взаємозв'язки з сусідніми підприємствами та вести виробництво за допомогою маловитратних технологій, то це слугуватиме значним стимулом для розвитку економіки України. Адже всі виробничі об'єкти знаходяться в нерозривних зв'язках, при вмілому використанні яких відбувається економічний розвиток країни.

---

**Література:** 1. Ковалевський В. В. Розміщення продуктивних сил / В. В. Ковалевський, О. Л. Михайлик, В. Ф. Семенова. – К.: Знання, 1998. – 546 с. 2. Хвесик М. А. Розміщення продуктивних сил та регіональна економіка / М. А. Хвесик, Л. М. Горбач, П. П. Постушенко. – К.: Кондор, 2004. – 342 с. 3. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини. – К.: Знання, 2006. – 560 с. 4. Есинова Н. И. Экономика труда и социально-трудовые отношения. – К.: Кондор, 2003. – 462 с.

---

**Лисенко В. С.**

УДК 331.4(477)

**Гуляєва Д. О.**

Студенти 1 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ ЗМЕНШЕННЯ РОБОЧОЇ СИЛИ УКРАЇНИ**

Зараз Україна виступає на міжнародних ринках переважно як держава – експортер робочої сили, але ж і зростає кількість іноземних громадян, які працюють в Україні. Кількість останніх приблизно в 10 разів менше, ніж кількість українців, які працюють за кордоном (це офіційна статистика, яка не враховує нелегальних мігрантів та біженців). Міграція робочих сил для України на даний час має переважно негативні наслідки, бо мігрують, як правило, висококваліфіковані спеціалісти та молоді люди без певного рівня кваліфікації, які згодні на будь-яку роботу і низьку платню без усяких гарантій. Також згубним для економіки країни є виїзд за кордон науково-технічних кадрів та підготовлених на сучасному рівні молодих спеціалістів. Для зменшення еміграції робочої сили з України треба макроекономічно стабілізувати та оздоровити економіку – створити робочі місця, розширити іноземне інвестування, дати можливість вільного повернення працівників з-за кордону.

Важливим засобом підвищення матеріальної зацікавленості працівників у поліпшенні кінцевих результатів виробництва є преміювання, яке здійснюється за рахунок фонду оплати праці підприємства (структурного підрозділу) в межах коштів передбачених на преміювання [1, с. 11].

Для того щоб підвищити працездатність робітників, треба створити психологічний клімат у колективі, постійно аналізувати й удосконалювати відносини між роботодавцями й найманими працівниками, конкуруючими групами працівників, керівниками та їх підлеглими, групами, що виконують споріднені функції. Постійно підтримувати у колективі атмосферу довіри й зацікавленості у досягненні загальної мети, надання однакових можливостей щодо посадового просування за критерієм результативності праці, узгодження рівня оплати праці з її результатами та визнання особистого внеску у загальний успіх. Також треба забезпечити можливість для зростання професійної майстерності, реалізації здібностей працівників. Безумовно треба створити належні, безпечні умови праці, соціальний захист працівників, будувати потужну індустріальну країну, впроваджувати інноваційні, конкурентоспроможні технології. До розв'язання цієї проблеми треба підходити комплексно, активно використовуючи науковий, правовий, матеріально та організаційно-технічний, кадровий потенціал, подолати проблему тіншової зайнятості, яка негативно впливає на доходи Пенсійного фонду, що отримує дотації вже з держбюджету [2, с. 6].

---

© Лисенко В. С., Гуляєва Д. О., 2008

Також невід'ємною складовою є оплата навчання (підвищення кваліфікації за рахунок підприємства), пільгове харчування, користування житлом та транспортом, гнучкі робочі графіки, доплата за стаж.

Автор хоче звернути увагу на професійні захворювання, які частіше пов'язані з обставинами технологічного характеру 86,4%. Щорічно на робочому місці під впливом шкідливих факторів виникає від 68 до 157 млн. нових випадків профзахворювань у світі [3, с. 61]. Рівень профзахворювань зростає переважно у великих промислових областях (Донецьку, Луганську), тому треба дотримуватись гігієнічно обґрунтованих рівнів шкідливих виробничих факторів, проводити регулярні обстеження та виділяти кошти на оздоровлення персоналу (санаторні путівки), щоб уникнути захворювань у запущеному стані.

Значно скоротилась кількість населення внаслідок переважання смертності над народжуваністю, його старіння і зростання демографічного навантаження на працездатне населення, оскільки збільшилась кількість осіб пенсійного віку. Тому треба матеріально підкріплювати народжуваність в Україні.

Отже, рівень соціально-економічного розвитку країни, охорона здоров'я працівників, якість життя і добробут усього населення тісно пов'язані між собою. Економічно вигідно поліпшити умови праці та зберегти здоров'я людей.

---

**Література:** 1. Яковлев А. І. Методи оцінки ефективності створення робочих місць // Фінанси України. – 2005. – №9. – С. 10 – 15. 2. Косенко О. Тіньову зайнятість можна подолати // Демократична Україна. – 2006. – 5 січня. – С. 6. 3. Трахтенберг І. М. Праця і здоров'я: гармонія чи протиріччя? Медичний, соціальний, економічний аспекти / І. М. Трахтенберг, М. М. Коршун // Безпека життєдіяльності. – 2005. – №2. – С. 59 – 63.

УДК 334.76(477)

**Березіна М. О.**

Студент 1 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **РОЛЬ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР У ФОРМУВАННІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

У контексті розвитку нового постіндустріального суспільства, Україна має зайняти гідне місце у світовому просторі за допомогою сприяння інноваційному розвитку, науково-технічному прогресу та інституційним перетворенням у державі. Інноваційний розвиток – це впровадження нових технологій, досягнень науки, організації праці та передового досвіду в різноманітні галузі економіки, що впливає не тільки на виробничу галузь, але й на добробут нації в цілому. Світова практика показує, що впровадження інновацій можливе лише за стимулювання активності великих корпоративних структур вітчизняної економіки, адже саме вони мають необхідний фінансовий капітал для формування передумов сталого науково-технічного розвитку України.

Однак частка підприємств, які займаються інноваційною діяльністю, значно знизилась з 18% у 2000 р. до 10,3% у 2005 р., для порівняння у Японії – 70 – 80%, країнах ЄС – 50-70% [1, с. 41]. Саме тому уряд повинен стимулювати корпоративні структури (так звані великі капітали, ТНК) до активної інноваційної діяльності. ТНК контролюють на даний момент біля 80% світового технологічного потенціалу в світі [2, с. 108]. У нашій країні існує близько 10 великих фінансових груп, прибуток яких дорівнює кілька мільярдів доларів (СКМ, Індустріальний Союз Донбасу, Укрсіббанк) [3, с. 448]. Інноваційній активності вітчизняних корпорацій перешкоджає: відсутність стимулювання науково-технічної діяльності з боку держави, значні капіталовкладення, велика частка закорумпованих структур та сфер підприємницької діяльності, недосконала законодавча база, високі ставки за кредитами.

Метою цієї роботи є аналіз проблеми та пошук наукових рекомендацій щодо стимулювання інноваційної діяльності у секторі великих корпоративних підприємств.

Зонами контролю ТНК є металургія, коксохімічні комбінати, вугільні шахти, тобто саме ті галузі, де впровадження інноваційних розробок потребує великих капітальних ресурсів, які не має ні держава, ні малі та середні підприємства. За даними Держкомстату України в 2005 р. у виробництві було впроваджено 2508 інновацій, у вартісному вимірі обсяг інноваційної продукції збільшився у 2,6 рази в порівнянні з 2004 р. Але ці показники не є приводом стверджувати, що економіка України стала на інноваційний шлях розвитку, адже обсяг фінансування науково-технічної діяльності з боку держави зменшився на 40%, при цьому його частка дорівнювала лише 1,4% [1, с. 42].

---

© Березіна М. О., 2008



Таким чином, проаналізувавши ситуацію у корпоративному секторі вітчизняної економіки та рівень їх інноваційної активності, можна дійти висновків, що:

активність підприємств у інноваційній діяльності має тенденцію до спаду;

саме корпоративні структури повинні стати базисом сучасного науково-технічного прогресу; сталий інноваційний розвиток України не можливий без корінних змін у всіх сферах економіки та підтримки з боку держави (так частку фінансування інноваційних проектів можна збільшити за рахунок коштів, вилучених з масової приватизації, яка має місце і сьогодні), уряду необхідно внести зміни до законодавчої бази регулювання підприємств, а також проводити кредитну політику "дешевих грошей" для ТНК з метою стимулювання їх діяльності;

слід створити технопарки, технологічні інкубатори та центри інноваційного виробництва з метою розробки та впровадження новітніх технологій у пріоритетні галузі економіки України.

Підсумовуючи викладене, автори з'ясували, що саме завдяки активній співпраці уряду з корпоративними структурами можливий сталий економічний розвиток та вихід України на світовий ринок інновацій.

---

**Література:** 1. Захарін С. Стимулювання інноваційної діяльності корпоративних структур // Економіка України. – 2006. – №8. – С. 41 – 47. 2. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво в Україні: проблеми становлення і розвитку. Монографія. – Вінниця: Універсум, 2005. – 264 с. 3. Четов М. В. Приватизація: теорія, методологія, практика: Монографія. – К.: ІВУ, 2005. – 646 с. 4. Єрокін С. А. Структурна трансформація національної економіки. Наук. монографія. – К.: Світ знань, 2002. – 526 с.

---

**Макарова І. О.**

УДК 316.334.2

Студент 4 курсу

факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **РОЛЬ І РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ**

На сучасному етапі формування нової економічної моделі України розвиток і формування людського капіталу стає все більш важливим, бо від цього залежать основні чинники економічного росту. На сьогодні вчені-економісти всього світу дійшли висновку про необхідність зміни сучасної економічної системи, яка породжує чималі соціально-економічні загрози для населення й не враховує саме людський чинник. В основі нової економічної моделі мають бути покладені невичерпні й гнучкі ресурси, якими в наш час є знання, інтелект та творчий потенціал людини. Виходячи з цього, Україні потрібно розробити таку стратегію залучення людського капіталу до економічної діяльності, яка б сприяла стабільному й прогресивному економічному зростанню.

В умовах переходу до постіндустріального суспільства поступово але істотно змінюються усі параметри людського розвитку, а одночасно з ними – й система продуктивних сил. На перше місце серед чинників виробництва виходить людський капітал. Відбуваються зміни в уявленнях про структуру та роль складових сукупного капіталу. За оприлюдненими розрахунками у світі нагромаджено: виробничого капіталу – 95 млрд. дол. (17%); природного капіталу – 90 млрд. дол. (16%); людського капіталу – 365 млрд. дол. [1, с. 109].

До складових людського капіталу відносять: капітал освіти – інтелектуальний капітал; капітал здоров'я; капітал культури (споживчий та високодуховний); капітал соціально-психологічний [2, с. 168 – 173].

На думку автора, найбільш важливим є розвиток інтелектуального капіталу. З досвіду розвинених країн світу можна винести, що найважливішими напрямками політики розвитку інтелектуального капіталу є:

утвердження принципу пріоритету цінності людського творчого потенціалу як основного в новій економічній політиці;

формування й розвиток активної поведінки особистості, її здатності до конкуренції, встановлення принципів самостійності та самовідповідальності, розвиток її прагнення до реалізації свого творчого потенціалу;

поширення різноманітних методів і форм організації та стимулювання праці, характерних для творчої діяльності;

поступове вирівнювання загальної освіти й підвищення її рівня і якості. Це модернізація матеріально-технічної бази, підвищення мотивації викладачів до поліпшення якості навчання, посилення

---

© Макарова І. О., 2008

контролю за якістю знань, вдосконалення організації навчального процесу й посилення рівня практичної підготовки;

прийняття нової соціальної і економічної політики, яка б дала доступ до знань усім верствам населення, незалежно від статку. Сюди відноситься розвиток системи доступних кредитів на освіту, вдосконалення бази державного бюджету й приведення його у відповідність з усіма нормативно-правовими актами.

Але необхідно також взяти до уваги й інші фактори розвитку людського капіталу, оскільки без врівноваженої політики в усіх сферах неможливе стабільне економічне зростання країни. З цієї метою треба врегулювати різноманітні соціально-економічні умови.

Однією з умов є забезпечення стабільного й прогресивного зростання обсягу реального ВВП у кожному регіоні й в усій країні в цілому. Досвід розвинених країн свідчить, що високі темпи економічного зростання призводять до появи сприятливих можливостей підвищення рівня освіти населення й зміцнення його здоров'я. Іншою умовою є підвищення рівня доходів населення, а саме заробітної плати, необхідної для поліпшення рівня життя нації і створення стабільної економічної основи для збільшення інвестицій у людський капітал.

Тобто становлення людського капіталу залежить від багатьох факторів, які пов'язані між собою в складну систему. Для його вдосконалення необхідне всебічне вирішення питань виробництва і розподілу товарів та послуг, одночасно з урегулюванням питання формування і використання творчих здібностей й можливостей людини.

Таким чином, автор вбачає актуальність та необхідність подальшого дослідження проблеми формування, розвитку та використання людського капіталу з метою вдосконалення й зміни існуючої економічної моделі України.

---

**Література:** 1. Нестеров А. Национальное богатство и человеческий капитал // Вопросы экономики. – 2003. – №2. 2. Длугопольский О. Развитие людського капіталу як невід'ємний атрибут функціонування економіки в 21 столітті // Світ фінансів. – 2007. – №1. 3. Антонюк В. Головні напрямки зміцнення соціально-економічних основ формування людського капіталу в Україні // Економіка і прогнозування. – 2007. – №3.

УДК 172.15

**Терновська М. О.**

Студент 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **НАЦІОНАЛІЗМ ТА ПАТРІОТИЗМ: РОЗМЕЖУВАННЯ ПОНЯТЬ**

У наш час особливої актуальності набуває поширення ідеї патріотизму серед молоді з метою відродження національної гідності, пригніченої декількома десятиліттями, а то і століттями. Нація втратила самоповагу, почуття гордості за свою країну. Це призвело до абсолютного нейтралітету в політичних конфліктах та байдужості за подальшу долю своїх братів та сестер, батьківщини.

Як результат особливого сімейного виховання та поки не вельми вдалого шкільного, автор споглядає нову категорію населення, так звану патріотично налаштовану молодь. Саме патріотично, адже більшість з цих людей назвати націоналістами важко, хоча прибічники старих радянських інтернаціоналістичних космополітичних поглядів переважно називають цей ще не зовсім розквітлий пласт нації не інакше, як "буржуазні націоналісти", маючи на увазі це поняття саме у негативному сенсі. На жаль, більшість людей не вельми освічена в поняттях "націоналізм", "патріотизм", "шовінізм". Плутанина в цих термінах призводить до міжнаціональних конфліктів, які й не мають серйозного підґрунтя, а виникають лише через звичайну людську неосвіченість. Тому варто розглянути ближче та більш детально сутність цих понять, які останнім часом часто експлуатуються політичними силами різних векторів.

Тож, спробуймо порівняти ці два поняття.

Саме слово "націоналізм" – відносно недавнє. Серед найперших його вжили у розумінні певного соціального й політичного поняття німецький філософ Йоганн Готфрід Гердер та французький церковник-контрреволюціонер абат Огюстен де Барюель наприкінці XVIII ст. На початку XIX ст. слово траплялося зрідка; в англійській мові його вперше використали 1836 р. у теологічному розумінні в доктрині про богообрані нації. Відтоді термін ототожнювали з національним себелюбством, але зазвичай, перевагу надавали іншим термінам, таким, як "національність" і "національна належ-



ність", зі значеннями палкого національного прагнення чи національної самотності. Прояви українського націоналізму можна побачити вже і в часи Київської Русі, і в Козацьку добу. А під час розпаду Російської імперії на початку ХХ століття він набув особливого загострення та поширення серед провідної верстви, політичної еліти українського народу.

Якщо звернутись до етнічного довідника, то можна отримати таке визначення: "Націоналізм – світоглядний принцип, найбільшою мірою притаманний передовим представникам народу, що виборює своє право на розбудову власної держави, тобто прагне перетворитись на націю" [1, с. 98]. Один з головних ідеологів українського націоналізму, який також сформулював Декалог українського націоналіста, Степан Ленкавський дає нам таке визначення: "Націоналізм – це діяння в інтересах власної нації і мислення інтересами та світоглядом свого народу" [2, с. 7]. З його праці "Український націоналізм" можна підкреслити, що на відміну від націоналізму, патріотизм – це лише почуття; це любов до батьківщини, свого народу. Націоналізм – це вольовий напрям політичних бажань народу по лінії його практичних життєвих інтересів. Патріотизм – це емотивний настрій людей, що свідомі того, що вони люблять свою батьківщину. Патріот не є і не мусить бути націоналістом, та націоналіст повинен бути передусім патріотом. Націоналізм – це напрямок вольовий, а не чуттєвий, як патріотизм.

У книзі "Націоналізм" найвідоміший сучасний дослідник націоналізму Ентоні Сміт дає дещо інше визначення: "Націоналізм — це ідеологія, яка ставить у центрі своїх інтересів націю і прагне сприяти її розквіту. Є три завдання націоналізму: національна автономія, національне об'єднання й національна ідентичність. На думку націоналістів, нація не спроможна вижити без достатнього прояву всіх трьох завдань" [3, с. 76]. Ентоні Сміт використовує таке "робоче визначення" націоналізму: "ідеологічний рух за здобуття й збереження автономії, єдності та ідентичності населення, представники якого вважають, що вони становлять реальну або потенційну націю"[3, с. 80]. Як бачимо, визначення не дуже відрізняються. Сміт також розглядає націоналізм як ідею, що передусім має політичний характер.

З боку деяких мислителів критиці піддається й ідея патріотизму. Так, у другій половині ХІХ століття Лев Толстой вважав патріотизм "грубим, шкідливим, ганьбою, дурістю, а головне – аморальним" [4, с. 14]. Він вважав, що патріотизм породжує війни і слугує головною опорою державного гноблення. Але, виходячи з висновків С. Ленкавського, патріотизм не є дія і так само не може викликати дію у відповідь. Патріотизм та агресія – антиподи. На підтримку цього можна навести думку англійського письменника Кл. С. Л'юїса, який вважав, що "патріотизм – гарна якість, набагато краща за егоїзм, належний індивідуалісту, але загальнолюдська братська любов – вища за патріотизм, і якщо ці принципи конфліктують між собою, то перевагу слід надати братській любові" [5]. Людина надає перевагу простим рішенням, які може досягнути своїм розумом. Тому людина швидше розуміє, що таке родина, народ, ніж те, що таке людство в цілому, а, тому, людина швидше надасть перевагу патріотичним почуттям, ніж почуттям загальнолюдської любові. Тому – космополітизм є маревом, самообманом і обманом народу, яким правлять або намагаються правити такі люди без роду-племени.

Крайньою формою прояву націоналізму є шовінізм. Та частіше характерний для сильних націй-"поневолювачів". За С. Ленкавським, "шовінізм – це перебільшене й безкритичне переоцінювання всього, що рідне, сліпа ненависть і часто необґрунтоване згідрдливе відношення, ворожість до чужого" [2, с. 9]. Саме представники шовіністичної ідеології часом паплюжать репутацію націоналістів серед населення світу.

Тож звідси можна зробити висновки, що сама ідея націоналізму не є страшною, ворожою для національних меншин будь-якої країни, а є просто засобом досягти рівноваги та справедливості у державному строї країни. А виховання патріотизму у сучасної молоді є лише засобом для створення нової прогресивної національно-свідомої еліти, яка в майбутньому зробить усе для захисту та підтримки, в першу чергу, як своєї нації, так і забезпечить певні права в розумних межах для національних меншин.

Таким чином, на думку автора, маючи певні знання про сутність таких схожих, та все ж таки різних понять, як націоналізм і патріотизм, все менше буде чутно некоректних та несправедливих відгуків про діяльність молодих громадських організацій, робота яких спрямована на розвиток нашої культури. Навпаки, громада сприятиме покращенню умов для такої діяльності та допоможе здійснити сьогоднішню національно-спрямовану політику України. Адже підтримка більшості суспільства дуже необхідна як для здійснення всіх запланованих програм виховання населення в патріотичному дусі, так і для сприяння об'єднанню нації, що так необхідне для повного скорішого розвитку нашої батьківщини.

---

**Література:** 1. Етнічний довідник: поняття та терміни. – К.: Либідь, 1997. – 142 с. 2. Декалог і сучасний український націоналізм / Укл. О. Сич. – К.: УВС ім. Ю. Липи, 2005. – 44 с. 3. Сміт Э. Национализм и модернизм. Критический обзор современных теорий наций и национализма / Пер. с англ. – М.: Праксис, 2004. – 462 с. 4. Толстой Л. Н. Полное собрание сочинений. Т. 90. – М.: Государственное Издательство Художественной Литературы, 1958. – С. 14. 5. Старовойтова Г. В. Национальное самоопределение: подходы и изучение слу-чаев. – СПб.: Питер, 1999. – 218 с.

## **ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ КУЛЬТУРОЮ – ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

На сучасному етапі розвитку суспільства, що характеризується надзвичайною мінливістю зовнішнього середовища, успішна діяльність організації може бути забезпечена за рахунок ефективного функціонування організаційної культури, що становить сукупність норм, цінностей, традицій, поглядів, які досить часто не підлягають формулюванню та бездоказово приймаються всіма членами колективу [1, с. 88].

Формування організаційної культури та забезпечення ефективного управління нею сьогодні є досить актуальною проблемою, що активно вивчається як науковцями, працюючими у сфері управління, так і безпосередніми управлінцями.

Дана проблема знайшла своє відображення в роботах В. Сате, Т. Пітерса, Т. Парсонса, Е. Шайна. Однак, незважаючи на численні дослідження науковців у галузі організаційної культури, досі залишаються питання, які не були достатньо висвітлені та потребують подальшого опрацювання.

Мета даної роботи: висвітлення необхідності формування ефективної системи управління організаційною культурою для досягнення організацією високих результатів своєї діяльності.

Оскільки культура відіграє важливу роль у житті організації, дозволяючи не лише відрізнити одну організацію від іншої, але й визначити успіх її функціонування в довгостроковій перспективі, вона повинна бути в центрі уваги керівництва. Менеджмент не лише відповідає організаційній культурі і значною мірою залежить від неї, але в свою чергу впливає на формування і розвиток організаційної культури [2, с. 169]. Адже саме від того, наскільки вдало буде організовано процес управління організаційною культурою, значною мірою залежатиме успіх організації.

На думку О. С. Віханського [3, с. 454] незалежно від того, на якій стадії розвитку знаходиться організація, її вище керівництво може керувати організацією двома способами.

Перший підхід передбачає впровадження керівником – лідером базових цінностей організації, які підтримуються більшістю членів колективу. Це передбачає наявність особистих зобов'язань лідера щодо цінностей, у які він вірить [3, с. 454]. Менеджери повинні відстежувати все, що відбувається в організації, намагаючись крок за кроком управляти його культурою. Відомо, що ряд керівників впевнено дотримуються певних цінностей, але не передають їх іншим членам організації. У такій ситуації вони втрачають можливість впливати на культуру організації [4, с. 73]. Звідси впливає, що перший спосіб може реалізовуватись через публічні заяви, виступи, особистий приклад, що свідчить про послідовний інтерес до введених цінностей.

Другий підхід вимагає розуміння значення культури в повсякденному житті організації. При цьому дієвими засобами можуть бути маніпулювання символами та предметами матеріального світу організації, створення зразків поведінки, впровадження крок за кроком умов взаємодії [3, с. 455]. Якщо щоденні дії менеджерів в організації знаходяться у взаємодії із заявленими ними цінностями, то це, безумовно, сприяє розвитку культури та підвищенню ефективності діяльності організації.

Очевидно, що управління організаційною культурою є досить тривалим і складним процесом. При цьому, відповідальність за ефективне управління культурою несе керівництво всіх рівнів і, в першу чергу, – вище керівництво. Якщо перекласти цю відповідальність на безпосередніх виконавців, що не мають важелів реальної влади, то виникає загроза переходу до суто формального виконання роботи, що не може дати бажаного результату [5, с. 74]. Таким чином, сьогодні одним із першочергових завдань сучасних менеджерів, яке потребує свідомого і компетентного підходу, є вирішення проблеми визначення ефективних способів впливу на організаційну культуру з метою підвищення результативності діяльності організації.

---

**Література:** 1. Стадник В. В. Менеджмент: Посібник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – К.: Академвидав, 2003. – 464 с. 2. Рудінська О. В. Менеджмент / О. В. Рудінська, С. А. Яроміч, І. О. Молоткова. – К.: Ельга, Ніка – Цент, 2002. – 336 с. 3. Віханський О. С. Менеджмент: Учебник / О. С. Віханський, А. И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2001. – 528 с. 4. Гріфін Р. Основи менеджменту: Підручник / Р. Гріфін, В. Яцура; [Наук. ред. В. Яцура, Д. Олесевич. – Львів: Бак, 2001. – 624 с. 5. Дороніна М. С. Організаційна культура: Конспект лекцій для студ. усіх спеціальностей усіх форм навчання / М. С. Дороніна, К. Г. Наумік. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 80 с.

---

Студент 3 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОСНОВЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА

Создание систем эффективного управления организациями для современного динамичного менеджмента является актуальной. В число наиболее передовых методов построения систем эффективного управления входит процессный подход к управлению.

Целью данного исследования является изучение современных подходов совершенствования управленческой деятельности – процессному подходу, который заключается в построении систем бизнес-процессов организации и управлении ими для достижения максимальной эффективности деятельности.

Бизнес-инжиниринг, как и многие другие методы управления, пришел к нам с Запада. Там в 80-е годы появился и получил распространение метод революционного преобразования деятельности предприятия, коренной перестройки его бизнеса, который получил название "реинжиниринг". Его идеологи – М. Хаммер и Дж. Чампи выразили сущность реинжиниринга следующими словами: "Это фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов компании для достижения коренных улучшений в основных актуальных показателях их деятельности – стоимость, услуги, качество, темпы" [1, с. 195]. Одно из ключевых понятий, лежащее в основе реинжиниринга – бизнес-процессы. Именно их совершенствование является огромным резервом повышения эффективности деятельности предприятия. А для этого необходимо осмыслить природу бизнес-процессов, понять, какое значение они имеют для предприятия, как следует их правильно изменять. Само внимание к бизнес-процессам, их совершенствованию требовало от менеджеров нестандартного подхода. Постепенно реинжиниринг, который предлагает сломать существующую на предприятии систему и построить ее заново на основе такого революционного изменения бизнес-процессов, стал превращаться в систему управления, "обрастать" технологией, становиться на почву научного обоснования. Стали появляться соответствующие программные продукты. От реинжиниринга, как метода реорганизации бизнеса через коренную перестройку имеющихся бизнес-процессов, управленческая мысль перешла к понятию "бизнес-инжиниринг", то есть система создания бизнеса, как инженерной науки, через проектирование и управление бизнес-процессами. В бизнес-инжиниринге во главу угла ставится процессный подход, где объектом управления являются процессы на предприятии. И в этом смысле можно считать, что реинжиниринг, как техника их преобразования, стал лишь составной частью бизнес-инжиниринга. Выбор этого средства требует отказа от традиционного взгляда на управление, его серьезного переосмысления, и именно поэтому до сих пор не только у нас, но и на Западе, бизнес-инжиниринг еще не стал инструментом массового применения [2, с. 34].

Использование бизнес-инжиниринга начинается с того, что руководители, которые хотят взять его на вооружение, должны перестроить свое сознание. Это могут сделать менеджеры инновационного типа, которые постоянно находятся в поисках нового и осмыслении этого нового для совершенствования управления своим предприятием.

До сих пор, фактически, господствовал функциональный подход. То есть, считалось, что фирма – это некий механизм, который обладает набором функций. Эти функции распределяются среди подразделений, где их исполняют сотрудники предприятия в зависимости от своей специализации. Выполняя свои узкоспециальные задачи, сотрудники перестают видеть конечные результаты труда всего предприятия и осознавать свое место в общей цепочке. Такая система заставляет персонал хорошо исполнять функции, но не ориентирует на достижение результата. А ведь именно результативность – мера успеха бизнеса.

Многие авторы (В. Елиферов, И. Аглицкий, С. Костелло, М. Чечурина) противопоставляют функциональный и процессный подходы, считают их взаимоисключающими. Но природа фирмы не изменилась. Это механизм, который выполняет определенный набор функций. И в зависимости от того, какой именно набор функций он выполняет, такие процессы и лежат в основе системы управления [3, с. 250].

Исходя из всего, появился следующий подход к бизнес-инжинирингу: функция и оргструктура "не исчезают", потому что сотрудники все равно группируются по принципу профессиональной специализации. Другое дело, что они участвуют в разных процессах. И поэтому в каждом процессе





определяются роли, выполняемые в нем персоналом. А сколько ролей будет сочетать тот или иной сотрудник – это вопрос рационального использования ресурсов организации. Именно сочетание функционального и процессного подхода к управлению предприятием, как правило, является "золотой серединой". Функциональная структура предприятия определяет "что делать", а процессная – "как делать". Это две неразрывные стороны управления. Если менеджер, управленец, руководитель фирмы сможет посмотреть на организацию именно с этой точки зрения, то бизнес-инжиниринг станет для него действительно полезным и эффективным инструментом управления.

**Литература:** 1. Аглицкий И. Автоматизация управления предприятиями: новые решения // Финансовая газета. – 2001. – №15. – С. 2. Костелло С. Индекс глобальной цифровой экономики // Computerworld. – 2000. – №32. – С. 3. 3. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: регламентация и управление / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – М.: ИНФРА – М, 2004. – 320 с. 4. Чечурина М. Н. Новые подходы к инновационному менеджменту // Вестник МГТУ. – 1998. – том 1. – вып. 1 //http://www.mstu.edu. ru/publish/ vestnik/

УДК 65.012.32

**Гурькова Ю. С.**

Студент 3 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## РОЗРОБКА КРИТЕРІЮ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ СТАДІЇ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ НА ОСНОВІ КОЕФІЦІЄНТА АВТОНОМІЇ

На сучасному етапі формування ринкових економічних відносин, за умови нестабільного та швидкозмінного навколишнього середовища одним з важливих завдань має бути дослідження організації, спрямоване на визначення особливостей їхньої діяльності на різних етапах розвитку. Будь-яка організація підпорядковується циклічним законам життєдіяльності, вивчення яких дозволить передбачити її стан у майбутньому, визначити перспективи розвитку, прийняти обґрунтовані управлінські рішення, а також розробити план дій при спаді діяльності з метою ухилення від можливої ліквідації. Тому на сучасному етапі особливо важливим постає вивчення та оцінка життєвого циклу організації.

З цією метою були проаналізовані праці відомих науковців та спеціалістів у сфері менеджменту: С. Р. Філоновича, О. Шевцової, О. М. Міночкиної, Г. В. Назарової.

Оскільки життєвий цикл організації (ЖЦО) розглядають як ланцюжок послідовних, передбачених етапів розвитку, через які вона проходить протягом часу з моменту свого утворення до моменту ліквідації [1, с. 70], то доцільно розробити критерії для визначення стадії розвитку організації для виявлення на основі цього відповідного напрямку управлінської діяльності. З цією метою можна використовувати критерії, запропоновані американськими вченими Д. Міллером та П. Фрізенном, що наведені у таблиці [2, с. 30].

Таблиця

**Критерії визначення стадії розвитку організації**

Етапи ЖЦО	Критерії
Виникнення	Вік організації – менше 10 років, вона має неформальну структуру, на чолі управління – менеджер-власник
Розвиток	Рівень продажу зростає більш як на 15%, функціонально організована структура, формалізована політика
Зрілість	Рівень продажу зростає, але приріст становить менше 15%, посилюється бюрократизація організації
Насичення	Рівень продажу зростає більш, як на 15%, використовуються складні системи контролю та планування
Спад	Скорочення обсягів виробництва, зменшення прибутку

На думку автора цієї статті, дана методика була б більш ефективною при введенні до розгляду коефіцієнта автономії, який характеризує фінансову стійкість підприємства і є одним із найважливіших показників фінансового стану на будь-якому рівні (показує, на скільки відсотків активи підприємства забезпечено власними коштами).

Досліджуючи теорію І. Адізеса [3, с. 58], згідно з якою розвиток організації подібний еволюції живого організму (а саме людини), та враховуючи вищевказану пропозицію з використанням дослідженні коефіцієнта автономії, автором статті пропонується свій "кольоровий ланцюжок" життєвого циклу організації (наведений на рисунку) для оперативного визначення менеджерами на початок або кінець звітної періоду стадій життєвого циклу за допомогою коефіцієнта автономії.



Пропонується кожну зі стадій життєвого циклу організації позначити кольорами за аналогією з розвитком рослини, а саме: впровадження (помірний розвиток) – блакитним, зростання (інтенсивний розвиток) – зеленим, зрілість та насиченість (незмінність рівня розвитку) – коричневим, спад (помірний спад) – жовтогарячим, банкрутство (інтенсивний спад) – жовтим при відповідному значенні коефіцієнта автономії для кожного з них.

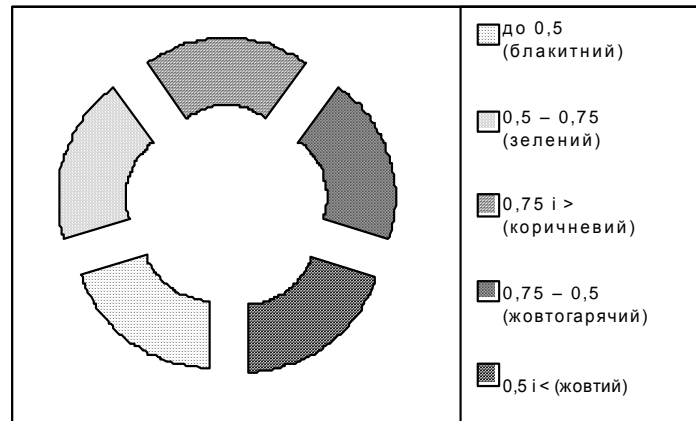


Рис. "Кольоровий ланцюжок" життєвого циклу організації

Як видно з рисунка, коефіцієнт автономії для різних етапів може бути ідентичним. Щоб визначити факт росту або старіння при однакових показниках коефіцієнта, необхідно співставити колір "теперішнього стану організації" та колір за попередню звітну дату з визначенням факту збільшення (розвиток організації) чи зменшення (процеси відставання у розвитку) коефіцієнта автономії. Динаміка чередування кольорів вказуватиме на розвиток організації або на спад, що є своєрідним сигналом управлінському апарату організації для прийняття відповідних заходів.

На думку автора, запропонований "кольоровий ланцюжок" життєвого циклу організації за умови більш детального дослідження і вдосконалення може служити інструментом діагностики організації, не тільки сприяючи усуненню поточних труднощів, але і дозволяючи компаніям вчасно здійснювати стратегічні перетворення для забезпечення циклічності і, у кінцевому рахунку, "нескінченності їх розвитку".

**Література:** 1. Назарова Г. В. Жизненный цикл современной экономической организации // Вісник. – ХДЕУ. – №4 (12). – 1999. – С. 69 – 71. 2. Шевцова О. Життєвий цикл банківської установи як економічної організації // Вісник НБУ. – 2007. – №1. – С. 28 – 31. 3. Филонович С. Р. Теория жизненных циклов организации И. Адизеса и российская действительность / С. Р. Филонович, Е. И. Кушелевич // Социс. – 1996. – №10. – с. 63 – 71. 4. Міночкина О. М. Вдосконалення функції контролю системи податкового менеджменту шляхом формування та аналізу життєвого циклу підприємств регіону // Наукові праці Донецького національного технічного університету. – 2004. – №87. – С. 20 – 27. 5. Филонович С. Р. Использование моделей жизненного цикла в организационной диагностике // Социологические исследования. – 2005. – №4. – с. 53 – 64.

**Карабиневи́ч О. Н.**

УДК [328.1:004.78] (477)

Студент 4 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ПРОБЛЕМА ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА В УКРАИНЕ

Согласно исследованию четверть жизни у предпринимателей занимает процесс уплаты налогов. Этот процесс неизбежно сопровождается паломничеством в среднем в пять-семь инстанций, хотя все это можно сделать гораздо проще (оформить через Интернет заявку в соответствующие госорганы).

© Карабиневи́ч О. Н., 2008

Этого можно достичь благодаря созданию прозрачных и стабильных правил во взаимоотношениях между государством и бизнесом, развитию системы взаимодействия государственной налоговой администрации с налогоплательщиками, электронному таможенному оформлению грузов. Главное – готовность политиков к тому, что вся их работа будет прозрачна для граждан.

Система "электронного правительства" Эстонии позволила сделать максимально эффективным взаимодействие с госорганами обычных граждан и предпринимателей. Электронное оформление виз и детских пособий, уплата налогов и участие в обсуждении законодательных инициатив – все это результат создания "электронной Эстонии", проекта, призванного построить демократическое общество, в котором общение между населением и государством с одной стороны, и бизнесом и государством с другой происходит в атмосфере полной открытости и оперативного взаимодействия. Введение в Эстонии системы электронного правительства позволило резко снизить коррупцию, повысить эффективность государственного управления и его ответственность перед гражданами. Все это говорит про актуальность разработки и необходимости внедрения системы электронного управления в Украине [1; 2].

Проблема внедрения электронного правительства в Украине является задачей национального масштаба, требующей огромных ресурсов, колоссального межведомственного взаимодействия, координации. Государственная структура должна иметь огромный политический вес и уважение, быть горизонтально-инфраструктурного характера, так как внедрение таких систем будет касаться одновременно всех учреждений, регионов и даже отраслей экономики. Работали и работают над этой проблемой такие государственные деятели, как В. Фищук, И. Талло, А. Кудрин и др.

Электронное управление смещает центр в системе отношений государство-граждане от административных органов власти к населению. В традиционной схеме регламент предоставления госуслуг ориентирован на потребности чиновников, а жители вынуждены получать их на определенных условиях: в определенном месте и в определенное время.

Классическая схема формирования электронного правительства предполагает три этапа. Первый – налаживание электронного взаимодействия между административными органами, второй – между госорганами и бизнесом, самый высокий – между госорганами и гражданами. В Украине ни бизнес, ни государство подобных инициатив не проявляют.

Проблема электронного управления обсуждается в нашей стране давно, но в ее развитии наблюдается не просто застой, а даже регресс. В Украине политические инициативы для развития проекта "электронного правительства" также присутствуют. В апреле 2003 года была презентована программа "Электронная Украина". В нашей стране при самых оптимистических сценариях подобного уровня информатизации можно ожидать не раньше 2015 года. "План действий по реализации задач по развитию информационного общества в Украине" – еще не получил поддержки Кабинета Министров. Основная причина подобного положения дел не в отсутствии нормативной базы, а в отсутствии государственного и иного финансирования. Необходимо координировать бюджетные расходы на такие проекты и создать сильную структуру для управления. Киев за все годы раздумий над проектом "Электронная Украина" так и не создал проект бюджета. Предварительная стоимость реализации программы "Электронная Украина" составляла 10 – 12 млрд грн, рассчитанных до 2010 года.

Госсектор в Украине движется по пути компьютеризации отдельных министерств и ведомств: ежегодно поступают заказы на компьютеры, принтеры, сетевые технологии и коммуникации – простая модернизация средств производства. В области IT-технологий наши министерства делают в основном проекты, которые касаются в целом лишь одного ведомства и не влияют на сферу экономики и на улучшение качества жизни граждан.

Решение о введении электронного управления лишь на процентов десять зависит от компьютерных технологий, все остальное – вопрос политической воли руководства страны. Главное – готовность политиков к тому, что вся их работа будет прозрачна для граждан.

Всего государство, по подсчетам специалистов, предоставляет около 400 – 500 услуг, следовательно, как минимум половину из них можно перевести в электронную форму.

Исходя из собственных территориальных и финансовых ресурсов, целевых аудиторий, исторического опыта и особенностей менталитета, Украина должна разработать свою форму создания "электронного правительства". Необходимо создание консультативных органов (эстонская Академия электронного управления), чтобы граждане нашего государства могли приобрести опыт и знания в пределах собственного государства. Акселерацию ежегодного ВВП могут обеспечить только масштабные инфраструктурные проекты, и прежде всего – информационно-телекоммуникационные.

---

**Литература:** 1. Гасанова И. Маленький электронный тигр // Эксперт. – 2007. – №18. – С. 44 – 47. 2. Рябкова Д. Райская сеть // Инвестгазета. – 2007. – №44. – С. 18 – 21. 3. <http://conference,expert,ua>

Студент 4 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УКРАИНЕ

Современные интеграционные процессы в Украине влияют на национальную экономическую безопасность страны, как основу ее суверенитета, конкурентоспособности, обороноспособности, поддержания социального равновесия в обществе. Фундаментом национальной безопасности страны является ее собственное производство, ее экономическая безопасность.

В отечественной современной научной литературе нет единого мнения по определению понятия "экономическая безопасность". Так Г. Дарнопых определяет экономическую безопасность государства как состояние национальной экономики, которое обеспечивает осуществление экономического суверенитета, экономического роста, повышение благосостояния в условиях международной экономической взаимозависимости. В. Губский под экономической безопасностью понимает способность государства обеспечить защиту национальных экономических интересов от внешних и внутренних угроз, осуществлять поступательное экономическое развитие с целью поддержания стабильности общества и достаточного оборонного потенциала при любых условиях и вариантах развития события. Вопросами экономической безопасности занимались, также, такие ученые, как Г. Пастернак-Таранушенко, В. Сенчаков, Р. Дронов, Н. Капустин, но каждый из этих ученых по-своему формулирует понятие "экономическая безопасность" [1].

Вопросы национальной экономической безопасности особо актуальны для нашей экономической системы, которая функционирует в условиях трансформационного кризиса. Трансформация какой-либо социальной системы осуществляется, в основном, в кризисных условиях, которые из-за определенных условий могут перерасти в непосредственную угрозу самой системе.

За последние годы социально-экономическая ситуация в Украине очень изменила жизнь населения. Перестройка экономических отношений в условиях спада производства, инфляции, изменении форм собственности привела к резкому снижению уровня жизни населения, уменьшению его платежеспособности, разделению общества по уровню дохода, разрывом между немногими богатыми и массой бедноты, децильный разрыв (коэффициент неравенства доходов – отношение средней величины доходов 10% наиболее состоятельной части населения к среднему доходу 10% беднейшей части) достиг в Украине пугающей отметки 40 к 1, тогда как в странах западной Европы 5 к 1. 10% населения страны концентрируют 40% доходов всего населения страны [2]. По итогам 2006 года Украина занимает 107-е место в мире по величине валового национального дохода (ВНД) на душу населения (1520\$), эти данные опубликовала статистическая служба ООН. Огромный разрыв между богатыми и бедными не дает возможности реализовать в Украине высоко-котехнологичную инновационную модель.

Политика в Украине, также, становится фактором, усугубляющим отрицательные явления в экономике. Политические раздоры и противостояния, особенно конфликтующие политики, часто позиционируют себя в качестве сторонников различных регионов. Причем зачастую это противостояние осложняется не только различиями в социокультурных ценностях, но и в векторах внешней ориентации на Россию или США, это еще более усугубляет проблемы нашей экономики [3].

Реформы в нашей стране проводятся импульсивно, непоследовательно, стихийно. Такое реформирование и рост социальной напряженности в значительной степени связано с частой сменой правительств, для которых стратегия экономических реформ отходит на задний план. Кроме того, реформы в Украине осуществляются не как внутренняя потребность, а как результат давления и требований со стороны международных кредиторов. Во многом из-за этого зачастую и выбираются неверные методы и темпы реформ, последствия таких реформ удручающие: недоверие населения к власти, неоправданная дифференциация в доходах, рост социальной напряженности в обществе. Самая же большая опасность заключается в том, что "утрачены идея и вера нынешних поколений в лучшую жизнь при их жизни", и, как следствие, социальная и экономическая пассивность населения [3].

Причиной дестабилизации, которая приводит к угрозе экономической безопасности, является теневая экономическая деятельность. Теневая экономика как объем производства, на который не платится налог, составляет приблизительно 60% общего объема производства в Украине. Теневая экономика становится серьезной угрозой для роста промышленности, не говоря о способности государства предоставлять услуги, необходимые для экономического роста и развития человеческих ресурсов. Учитывая значимость теневого сектора, нельзя ставить цель относительно его запрета или контроля, так как это может разрушить производство, которое сегодня обеспечивает базовый жизненный уровень для миллионов украинцев, целью должно быть внедрение такой политики, которая благоприятствовала бы переходу этой теневой деятельности в официальную экономику, где платятся налоги [4].



Разрушение производственно-технического потенциала и неэффективное использование природных ресурсов – одна из серьезных причин, которая влияет на экономическую безопасность Украины. Эффективное использование ресурсов, в первую очередь энергетических, кратчайший путь к снижению энергоёмкости промышленного производства. Списание с эксплуатации морально и технически устаревших основных фондов, внедрение последних достижений науки и техники – без этого процесс повышения конкурентоспособности украинской экономики растянется на долгие годы.

Украина, как независимое государство, существует в взаимосвязанном и взаимозависимом мире, где все ярче проявляется доминанта международного сотрудничества, интеграция хозяйственной деятельности, экономической и социальной политики. Поэтому сегодня перед Украиной встала проблема, которая заключается в определенном противоречии между необходимостью интеграции в мировую экономику, с одной стороны, и обеспечением внутренней экономической интеграции, защитой своего внутреннего рынка, собственного товаропроизводителя и национальных интересов, с другой.

Украине необходимо создать собственную систему экономической безопасности, которая даст возможность избежать возможных разрушительных последствий быстрого открытия национальной экономики, обеспечить ее конкурентоспособность, защитить отечественного товаропроизводителя и эффективно взаимодействовать с международными и экономическими структурами [4].

По нашему мнению ключевыми заданиями обеспечения экономической безопасности государства должны стать:

существенное усиление финансовой безопасности Украины, укрепление финансового потенциала реального сектора экономики, субъектов хозяйствования, обеспечение сбалансированного развития бюджетной сферы, осуществление взвешенной политики внутренних и внешних займов, улучшение инвестиционного климата;

создание надежных гарантий технологической безопасности, развитие научно-технического потенциала, защита интеллектуальной собственности, становление Украины как высокотехнологического государства;

усиление энергетической безопасности, осуществление активной политики экономии энергии и развитие собственного энергopotенциала, дифференциация рынков и создание условий для реальной конкуренции в сфере энергопоставок;

решение всего комплекса проблем, от которых зависит продовольственная безопасность государства, недопущение экспансии импортных продуктов и продовольственных товаров, которые может выпускать, в достаточном количестве собственный агропромышленный комплекс.

реализация информационной безопасности государства, противодействие дезинформации об экономическом и политическом состоянии государства [5].

---

**Литература:** 1. Кендюхов А. В. Экономическая безопасность как экономическая категория. – Донецк: ДонНТУ, 2002. 2. Пахомов Ю. Украина сама себя отбрасывает назад // Бизнес. – 2007. – №8. – С. 169. 3. Силина Т. Какая опасность угрожает экономической безопасности // Киевские ведомости. – 2000. – №5. – С. 2 – 8. 4. Кирилюк В. С. Некоторые вопросы укрепления экономической безопасности Украины. – Донецк: ДонНТУ, 2002. – 128 с. 5. Белопольский М. Г. Национальная экономическая безопасность / М. Г. Белопольский, В. Д. Киселев. – Донецк: ДонНТУ, 2002. – 386 с.

УДК [339.14:665.7](477)

**Чередниченко Е. А.**

Студент 4 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **РЫНОК НЕФТИ В УКРАИНЕ**

Целью данной статьи является рассмотрение вопроса о поставке нефти в Украину и сравнительный анализ объемов перерабатываемой нефти. Проблема данной темы состоит в том, что за последние месяцы ситуация в нефтеперерабатывающей сфере очень изменилась в нашей стране, а именно пути поставки нефти, объемы поставки, что влечет за собой еще ряд определенных факторов, которые будут изложены в данной статье.

Предложение импортной нефти для украинского рынка на данный момент настолько стабильно, что вопрос стоит только о путях ее доставки. Лишившись возможности получать нефть напрямую по трубопроводу из России, нефтеперерабатывающая компания "Укртатнафта" (Кременчугский НПЗ) за очень короткий срок наладила поставки морскими танкерами. Завод уже переработал первые 8 тыс тонн танкерной нефти. Далее нефть была транспортирована по железной дороге на нефтеперерабатывающий завод.

---

© Чередниченко Е. А., 2008



Кременчугский нефтеперерабатывающий завод компенсирует временную нехватку нефти, которая образовалась после отказа татарстанских акционеров "Укртатнафты" поставлять сырье трубопроводным транспортом непосредственно на предприятие из России.

Прекращение поставок нефти трубопроводным транспортом привело к сокращению объемов переработки сырья на предприятии и создало угрозу резкого скачка цен на нефтепродукты на отечественном рынке. Суточный объем переработки НПЗ уменьшился с 18 до 7 тыс тонн. В результате в октябре 2007 г. загрузка завода снизилась на 100 тыс тонн. В срочном порядке "Укртатнафта" наладила поставки нефти, добываемой в Украине. Это позволило сохранить стабильную ситуацию на внутреннем рынке и сконцентрироваться в обеспечении будущих поставок [1].

Председатель правления "Укртатнафты" не исключает возможности того, что нефть будет завозиться на предприятие танкерами в дальнейшем, даже когда будет разблокирован нефтепровод из России. С целью диверсификации поставок нефти НПЗ готов завозить морем до 15% от всего объема доставляемого для переработки сырья. Танкерные поставки увеличивают стоимость нефти на 3,5%, однако это не настолько значительный показатель, чтобы повлиять на стоимость нефтепродуктов на внутреннем рынке. На данный момент удорожание нефти фактически равно тем значениям, которые завод ранее недополучал из-за посреднических схем реализации нефтепродуктов [2].

В октябре "Укртатнафта" отказалась от услуг посредника, реализовавшего продукцию НПЗ, в частности от компании "Новоил". По данным информации руководства "Укртатнафты", с апреля по сентябрь посредник вывел из компании около 200 млн долл. путем укрытия от оплаты НДС. "Новоил" занимал монопольное положение в области реализации продукции "Укртатнафты".

Отказ от посредника изменил финансовое положение предприятия. Вместо ожидаемых в октябре 2007 г. убытков в 127 млн грн "Укртатнафта" получила прибыль в 6,7 млн грн по результатам месяца. Ранее планировалось, что убытки компании по результатам 2007 г. составят 400 млн грн. После смены руководства компании ожидается, что "Укртатнафта" получит прибыль в размере 60 – 90 млн грн по окончании 2007 г. Полученная прибыль как раз и покроет дополнительные расходы на доставку нефти морем. Не исключено, что, работая в убыток, "Укртатнафта" не имела бы возможности выбирать, каким именно путем завозить на предприятие нефть [1].

Можно сказать, что в случае с "Укртатнафтой" поставки нефти морским путем имеют отношение только к самому предприятию и не влияют на ситуацию на рынке. Танкерные поставки нефти Кременчугский НПЗ на рынке сказаться не могут. Тем не менее предприятие лишается той возможности широкого ценового маневра на свою продукцию, которую имело раньше.

На сегодняшний день угроза стабильности цен на внутреннем рынке нефтепродуктов может поступать только извне. Цена на нефть на мировом рынке в ноябре 2007 г. подскочила до рекордных 99 долл. за баррель, а ожидаемый сезонный спад цены на ресурс все не наступает. Последствия скажутся и на внутреннем рынке, но не в краткосрочной перспективе.

Украинскому рынку свойственна определенная инерция на международные события, что обуславливается несколькими факторами. Во-первых, в Украине существуют достаточные сырьевые запасы, пополняемые за счет импортных поставок. В середине ноября 2007 г. в страну было завезено 85 тыс тонн бензина и 115 тыс тонн мазута. Сохранить необходимый уровень запасов позволяет и ожидаемые поставки нефтепродуктов из Литвы, где фактически закончен ремонт на нефтеперерабатывающем предприятии Mazekeiu nafta [1].

На данный момент можно сказать, что повышен спрос на отечественном рынке не на бензин, а на реактивное топливо. Но и эта проблема временная и должна решиться за счет увеличения объема переработки на Кременчугском НПЗ, который обеспечивается, в том числе, и благодаря танкерным поставкам.

Также следует учитывать, что от момента, когда куплена нефть, и до момента, когда из нее произведен нефтепродукт в Украине, проходит 3-4 недели. Это создает временной запас в реакции внутреннего рынка на колебания внешнего рынка. Данный промежуток позволяет подготовиться украинским нефтепереработчикам к будущему ценовому давлению, исходящему от международных рынков, и заранее пополнить запасы. Рассчитывая на танкеры, Кременчугский НПЗ тем не менее не пренебрег возможностью купить в ноябре 2007 г. на аукционе Украинской межбанковской валютной бирже 168,7 тыс тонн нефти украинской добычи. Ресурс был приобретен у крупнейшей нефтеперерабатывающей компании страны – ОАО "Укрнафта", по цене 3 850 грн за тонну.

Во время аукциона всего было продано 236,3 тыс. тонн нефти по цене в среднем на 16,3 % выше, нежели на предыдущих торгах, состоявшихся в конце октября прошлого года. Аукцион проводится уже после периода резких колебаний цены на нефть на международных рынках, что позволило максимально сократить ее рост для отечественных переработчиков [2].

Не следует надеяться, что стоимость нефтепродуктов значительно упадет в ближайшее время, особенно учитывая ситуацию на международных рынках. Однако и оснований для скачков цены на сегодняшний день нет.

Данная статья является актуальной, так как Украина сейчас определяется с оптимальными путями доставки импортной нефти. Рассмотрев проблему статьи, можно сделать вывод, что Украине необходимо всегда сохранять с Россией надежные партнерские отношения, во всех сферах, не только касаясь вопроса нефтепоставок.

## ЗАДАЧИ И ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УКРАИНЫ

Очевидно, что внешнеэкономическая деятельность объективно является неотъемлемой частью экономики любого в той или иной мере экономически развитого государства. Украина как независимое государство является молодым самостоятельным субъектом внешнеэкономических связей.

Проблема государственного регулирования ВЭД приобрела значительную актуальность и требует как можно быстрого ее решения. В связи с тем, что в настоящее время в Украине, в правительстве, в обществе в целом нет достаточного накопления роли прямых иностранных инвестиций для развития экономики, не существует согласованной политики относительно прямых иностранных инвестиций, не согласована с этим процессом стратегия экономических реформ.

Данную проблему изучали многие отечественные ученые, среди которых можно выделить Н. Янковского, С. Глазьева, И. Фоминского, Ю. Макогона и др. [1 – 4].

Важным аспектом внешнеэкономической деятельности является привлечение иностранных инвестиций. Для иностранных инвесторов в настоящий момент наиболее интересными являются следующие отрасли экономики: внутренняя и внешняя торговля, пищевая промышленность, биотехнология, химия, фармацевтика, машиностроение, металлургия. Украинская экономика интересна для иностранных инвесторов, однако сдержанность потенциальных иностранных инвесторов в контактах с украинскими партнерами легко объяснима с позиций макроэкономической нестабильности и недостаточности правовых гарантий защиты инвестируемых средств.

Много проблем возникает и в сфере формирования системы управления хозяйственной и внешнеэкономической деятельности. До сих пор не выработана комплексная система управления социально-экономическими процессами в современной Украине, не выработана научно обоснованная концепция управления, и, в частности, не определены на достаточно длительный период государственные меры регулирования внешнеэкономической деятельности, на основе которых ее участники могли бы планировать и рассчитывать свои действия.

Поэтому на ближайшую перспективу (два года) необходимо решить две задачи:

1) благоприятствовать лучшему пониманию роли иностранных инвестиций как для реализации новых проектов, так и существующих;

2) оказать эффективную помощь инвесторам, создав центр, который предоставлял бы необходимую информацию, а также помогал органам государственного управления совершенствовать правила и процедуры в сфере формирования системы управления хозяйственной и внешнеэкономической деятельности.

Решение проблемы лежит в области прежде всего таких сфер, как правовое регулирование, валютный и внешнеторговый режимы, налогообложение, приватизация.

Особая область проблем связана с правами собственности, что является пробным камнем любой ориентированной на рынок правовой среды.

Нынешняя ситуация усложняется тем, что в Украине отсутствуют нормальные экономические стимулы как для инвестирования, так и для наращивания экспорта. И это является основным недостатком государственной экономической политики.

Задание-максимум состоит в том, чтобы создать такой механизм государственного экономического стимулирования, при котором налоговая, кредитная система, страхование рисков работали в одинаковом режиме, были экспортно ориентированы. И чтобы при этом не существовало бы никакой дискриминации между иностранными и отечественными инвесторами.

Такая государственная система стимулирования должна автоматически срабатывать абсолютно одинаково для любых украинских товаропроизводителей (то ли это будет чисто украинское предприятие, то ли СП, то ли фирма с полным иностранным капиталом, которая размещена здесь и является украинским резидентом). Эта система будет стимулировать украинских товаропроизводителей хотя бы в течение первого года деятельности во время освоения новых видов продукции, тех товаров и услуг, которые являются импортозамещающими, новых рынков сбыта. И все эти стимулы должны найти свое отображение в соответствующих подзаконных актах. Все это должно стать основой государственной программы развития экспортного потенциала.

**Литература:** 1. Янковский Н. А. Повышение эффективности внешнеэкономической деятельности крупного производственного комплекса. – №5. – Донецк: ДонГУ, 2004. – 52 с. 2. Янковский Н. А. Структура управления внешнеэкономической деятельностью предприятия// Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – Донецк: ДонГУ, 2003. – №18. – с. 5 – 9. 3. Глазьев С. Внешнеэкономическая деятельность: итоги и перспективы//Внешняя торговля. – 2006. – №7. – с. 2 – 9. 4. Макогон Ю. В. Развитие внешнеэкономических связей регионов // Экономика Украины. – 2006. – №6. – с. 47 – 50.

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## СУЧАСНІ ПОГЛЯДИ НА РЕГУЛЮВАННЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ КЕРІВНИКІВ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ І ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Однією з найважливіших проблем ринкової економіки в світі є проблема регулювання оплати праці керівників. Головне питання в рішенні цієї проблеми – оцінка і результативність праці керівників. Існують різні точки зору, але з них можна виділити дві основні. Одна група фахівців виходить з того, що керівники не створюють матеріальних цінностей. Головна їх роль – мобілізувати людей на рішення конкретних завдань, організувати їхню працю, створити всі умови для продуктивної роботи. Тому вони вважають, що працю керівників потрібно оцінювати за кінцевим результатом роботи колективу. Інша група фахівців виходить з того, що праця керівника відноситься до найбільш висококваліфікованої, вимагає дуже тривалої підготовки, різномісних знань, великих практичних навичок.

Заробітна плата в суспільстві виступає не тільки як елемент господарського механізму, але і несе високе соціальне навантаження. Принципові підходи до оплати праці керівників повинні бути такими ж, як і у всіх працюючих. Тож розходження в рівнях посадових окладів керівників та інших категорій працівників повинні відбивати розходження в їх кваліфікації, складності праці і т. д. Разом з цим керівники виробництва впливають на формування кінцевих результатів виробництва, і це повинно знаходити висвітлення не тільки в рівні, але й у механізмі оплати їх праці. Тому регулювання оплати праці керівників є дуже актуальною темою в сучасний час.

Питання регулювання оплати праці керівників акціонерних товариств і державних підприємств у теоретичному аспекті розглянуто зарубіжними та вітчизняними авторами такими, як І. Іванова [1], А. Нікіфорова [2], О. Лубков [3], В. Павлов [4], О. Рочко [5] та ін.

Мета статті – розглянути методи формування доходів керівників і провести порівняльний аналіз регулювання оплати праці керівників у країнах з розвинутою ринковою економікою та в Україні.

При ринкових відносинах, до знань, досвіду, професійної майстерності керівників підприємств висуваються більш високі вимоги. Вони повинні вміти швидко пристосовуватися до економічних умов у короткий проміжок часу, приймати те єдине правильне рішення, що дозволить втримати економіку підприємства від банкрутства.

Поряд із професійними знаннями, успіх справи нерідко залежить і від моральних якостей людини, насамперед від таких рис особистості, як обов'язковість, порядність, чесність, совісність. Ці вимоги висуваються до особистості керівника як трудовим колективом, так і підприємцем власності. Адже довіряючи їм керування багатомільйонним державним майном або майном акціонерних товариств, вони не застраховані від того, що свої особисті інтереси керівник може поставити вище інтересів підприємства чи держави [3].

У складі економічно активного населення країн з розвинутою ринковою економікою управлінські кадри складають від трьох відсотків у Німеччині, до дванадцяти відсотків у США. Основна частка управлінських кадрів у розвинутих країнах припадає в основному на обробну промисловість, сферу послуг, фінанси і страхування. Однак якісний склад керівників у цих сферах істотно розрізняється. Так, у промисловості є багаторівнева вертикаль керування – від керівника корпорації і фірми, до начальника цеху і виробничих ділянок, а також горизонтальна співпідпорядкованість і взаємозв'язок діяльності різних підрозділів і служб. У сфері послуг і фінансів менше управлінських рівнів. Крім того, значну частку тут складають керівники-власники, хоча їх питома вага в загальній чисельності керівних кадрів невелика [6].

Розглядаючи схему складання контракту з керівником можна виділити дві сторони – наймач (роботодавець) і той, що наймається (працівник). Власник, запрошуючи керівника на роботу, висуває йому найвищі вимоги і, у той же час, він повинен гарантувати йому досить високий рівень якості життя, високий ступінь самостійності у сфері керування, можливість діяти в умовах визначеного підприємницького ризику. Це припускає необхідність здійснення визначеного контролю з боку власника і наявність відповідальності сторін контракту.

Для складання контракту можна використовувати Рекомендації з висновками трудового договору (контракту) у письмовій формі і Зразковій формі трудового договору (контракту) із працівником, затверджені постановою Міністерства Праці від 14 липня 1993 року.

Однією з обов'язкових умов контракту з керівником державного підприємства є встановлення щомісячного гарантованого посадового окладу. Його розмір визначений ЗУ "Про умови оплати праці керівників державних підприємств при висновку з ними трудових договорів (контрактів)" від 21 березня 1994 року № 210. Відповідно до якого оклад встановлюється в залежності від величини тарифної ставки 1 розряду робітника основної професії, передбаченої колективним договором, і чисельності працівників [3].



Умови оплати праці керівників, обумовлені в контрактах, встановлюються залежно від результатів виробничо-господарської і фінансової діяльності підприємства [4].

За кордоном критеріями для встановлення оплати праці керівника є такі показники, як обов'язки керівника і рівень його відповідальності, можливість і здатності керівника, обсяг і складність виробництва, конкурентоспроможність і обсяг продажів продукції, умови праці, перспектива розвитку; освіти, профпідготовка і досвід роботи, особистий внесок керівника в ефективність роботи підприємства; чисельність персоналу [1].

У цілому особисті доходи керівного складу складаються з таких джерел: офіційного посадового окладу; премій, що виплачуються із прибутків; винагород у вигляді акцій, що купуються в компанії за ціною, значно нижчою біржового курсу; різного роду виплат зі страхових фондів, значно більших, ніж ті, котрі одержують рядові працівники; різноманітні пільги у вигляді оплачуваних компанією цілком або частково особистих послуг. Враховуються також суми, якими розпоряджаються керівники у зв'язку з виконанням посадових обов'язків [2].

Заробітна плата керівників за кордоном, як і в Україні, поділяється на дві частини: постійну-гарантовану, яка залежить від кваліфікаційного рівня працівника (тариф), і перемінну частину, пов'язану з індивідуальними результатами праці.

Постійна частина заробітної плати складається з основної частини й індивідуальної надбавки до неї, встановлюваної залежно від займаної посади, виявлених здібностей, потенційних можливостей працівника, а також від його віку і стажу роботи. Більшість цих факторів носить, власне кажучи, постійний характер.

Нарахування перемінної частини прямої заробітної плати, що включає різні премії і доплати, відбувається у вигляді як індивідуальних, так і колективних виплат. Як правило, перемінна частина заробітної плати має тенденцію рости прямо пропорційно займаному на службових сходах положенню. Так, за матеріалами одного з досліджень у Франції перемінна частина до основної гарантованої частини заробітної плати складає: у генерального директора – 20-25%, у фахівців з маркетингу – 15-20%, у директора відділення фірми – 12-15%, у керівників служб – 10-12%, в інженерів і середньої ланки керування – 8-10%, у техніків, майстрів, бригадирів – 7-8%, у кваліфікованих робітників – 5-7%, у некваліфікованих робітників – 2-5% [5].

В Америці одним з найбільш важливих завдань ради директорів є розробка і прийняття на озброєння такої системи стимулювання керівників вищої ланки, при якій їх виробнича діяльність найбільшою мірою відповідала б інтересам власників акцій. У тій чи іншій формі ця проблема звичайно досить успішно вирішується при дотриманні деяких умов. По-перше, рада директорів повинна зобов'язати вищу посадову особу викупити за рахунок особистих коштів досить значну кількість акцій своєї фірми ще до одержання права на їх придбання на пільгових умовах. По-друге, система матеріального стимулювання керівників, що включає основну платню, преміальні, а також одержання різного виду додаткових пільг і соціальних привілеїв, повинна ставити всі ці доходи в пряму залежність від основних показників діяльності фірми: застосування серйозних санкцій у випадку провалу і виплати великих нагородних при досягненні значного успіху. По-третє, погроза зсуву президента або іншої вищої посадової особи за погані показники в роботі повинна бути досить реальною. У багатьох корпораціях ці принципи вже намагалися впроваджувати [7].

Із вищезазначеного можна зробити висновок про необхідність розробки в Україні законопроекту про регулювання оплати праці керівників акціонерних товариств і державних підприємств, тому що безконтрольне зростання доходів і заробітної плати керівників підприємств поза залежністю від результатів виробничої діяльності і доходів працівників підприємств, при масовій затримці виплати зарплати призводить до посилення соціальної напруженості. Тому на перехідний період, на думку багатьох авторів, необхідно поставити доходи і зарплату керівників усіх форм власності в залежність від розміру тарифної ставки працівника 1 розряду і результатів фінансово-господарської діяльності підприємства.

Для вироблення такого законопроекту могла б бути створена комісія, що включає в себе всі зацікавлені в цьому питанні групи (директори великих промислових підприємств і акціонерних товариств, професійні консультанти із заробітної плати і матеріального стимулювання, вчені з академічних центрів).

Створюючи законопроект, ця комісія могла б використовувати, особливо для акціонерних товариств, закордонний досвід. Якщо для державних підприємств встановлювалися нормативи визначення доходів керівників і держава може контролювати ці доходи через відповідні відомства і міністерства, то в акціонерних товариствах дохід керівника практично не контролюється. Нинішнє американське законодавство також не дозволяє втручатися урядові в подібні питання на тій підставі, що платня, нагороди й інші компенсаційні виплати є внутрішньою справою фірми. Але великі інвестори й інші власники акцій прагнуть знайти союзників у верхніх ешелонах влади для просування своєї ідеї обмеження розмірів виплат у законодавчому порядку.

---

**Література:** 1. Иванова И. М. Оплата труда руководителей предприятий и организаций. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 158 с. 2. Никифорова А. А. Оплата труда руководителей фирм (предприятий) в странах с развитой рыночной экономикой // Труд за рубежом. – 1995. – № 1. – С. 88 – 92. 3. Лубков А. Н. Контрактная форма найма и оплаты труда руководителей предприятий // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2001. – № 2. – С. 26 – 30. 4. Павлов В. Как оплачивать труд директора // Экономика и жизнь. – 2000. – № 17. – С. 13. 5. Рочко А. В. Организация заработной платы во Франции // Труд за рубежом. – 2002. – № 3. – С. 87 – 98. 6. Коростелев С. Е. Личный доход руководителя // Экономика и жизнь. – 1999. – № 45. – С. 11. 7. Серов В. И. Сколько и как платить руководителю акционерной компании? // Экономика и жизнь. – 1999. – № 46. – С. 14. 8. Анисимов Л. М. Трудовой договор. – М.: Дело, 2000. – 240 с.

Студент 2 курсу  
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

## ФАКТОР ВРЕМЕНИ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ПРЕДПРИЯТИЙ, СОЗДАВАЕМОЕ ЛОГИСТИКОЙ

Переориентация потребителей при выборе и покупке товара с цены на "издержки времени" влияет на хозяйственную деятельность предприятий и тем самым обуславливает необходимость поиска предприятиями новых направлений в производстве и распределении продукции для поддержания их конкурентоспособности на рынке.

Анализ литературных источников [1; 2] показал, что фактор времени, как таковой, не выделяется и рассматривается как составляющая часть системы JIT (Just-in-time – "точно во время"). Вместе с тем ряд авторов [3; 4] выделяют фактор времени в логистике и описывают его влияние на создание конкурентного преимущества для предприятий.

М. Кристофер в книге "Логистика и управление цепочками поставок" [3] раскрывает причины переориентации производителей и дистрибьюторов с цены на "издержки времени". По его мнению причинами являются: уменьшение продолжительности жизненных циклов товаров, стремление к снижению товарных запасов производителями и дистрибьюторами, стремление ослабить зависимость производителей и дистрибьюторов от прогнозов. В качестве центрального вопроса рассматривает понятие "дефицита времени выполнения заказа" и дает различные рекомендации по его сокращению. Основное внимание уделено теоретическому аспекту рассматриваемой в статье проблемы.

А. Харрисон и Р. В. Хоук в книге "Управление логистикой: Разработка стратегий логистических операций" [4] существенно дополнили теоретические разработки множеством конкретных стратегий по решению практических проблем.

Целью статьи является обоснование влияния фактора времени на конкурентоспособность предприятий в условиях рыночной экономики.

В литературе [5, с.89; 6, с. 65; 7, с. 52] выделяют промышленные рынки (рынок земли, капитала, рабочей силы) и потребительские рынки (рынок продуктов конечного потребления). Покупатели на всех рынках, как промышленных, так и потребительских, становятся все более чувствительными к фактору времени, что обусловлено современным уровнем научно-технического прогресса. На промышленных рынках покупатели стремятся иметь дело с поставщиками, обеспечивающими требуемое качество товаров и услуг и одновременно имеющими самые короткие сроки выполнения заказов. На потребительских рынках покупатели делают свой выбор между предлагаемыми им торговыми марками. Если в торговом зале магазина наиболее предпочтительная торговая марка товара отсутствует, то походив в другой магазин покупатель предпочтет приобрести другой торговой марки, имеющей сходные параметры, поскольку основным фактором, определяющим выбор покупателем торговой марки, становится не цена, а "издержки времени" [3, с. 170] – дополнительные затраты средств, которые несет покупатель в период ожидания выполнения заказа или поиска альтернативного товара.

В процессе изучения литературных источников [3; 4] выявлено, что существует преимущественно два направления повышения конкурентоспособности предприятий, основанных на факторе времени: снижение уровня риска деятельности предприятий путем уменьшения их зависимости от прогнозов [3, с. 175];

экономия трудовых, сырьевых, денежных, капитальных и других видов ресурсов, повышение производительности процессов на предприятиях, путем исключения из них непродуктивного времени [4, с. 145].

Первое направление связано с тем, что предприятие в целом представляет собой производственно-хозяйственную систему, все элементы которой связаны между собой временными зависимостями. Так, в условиях административно-командной системы и на этапе становления рыночной экономики производство требовало длительных сроков выполнения заказов для разрешения противоречий между операциями или видами деятельности, требующими одних и тех же ресурсов. Длительные сроки выполнения заказов требовали прогнозов сбыта в качестве ориентиров для планирования. Прогнозы сбыта неизбежно оказывались ошибочными, так как они являлись непроверенными опытным путем предположениями. По мере увеличения сроков выполнения заказов точность прогнозов сбыта снижалась, происходил рост материальных запасов, и потребность в резервных запасах на каждом последующем уровне приобретала кумулятивный эффект. Ошибки прогнозирования порождали дополнительные, не предусмотренные графиком операции, которые осуществлялись вместо запланированных работ. Такой циклический процесс получил в литературе название "разрыв петли планирования" [3, с.176]. В свою очередь руководители, оказавшиеся в "петле планирования", требовали более точных прогнозов и увеличения сроков выполнения заказов, что противоречило законам рыночной экономики. В рыночных условиях стремление предприятий к сокращению времени, потребляемого системой производства и распределения, объективно обусловлено, и приводит к снижению потребности в длительных сроках выполнения заказов, в про-

гнозах, в резервных запасах сырья и товарно-материальных ценностей. Многие отечественные предприятия добиваются максимального уменьшения сроков выполнения заказов, что значительно ослабляет негативное воздействие "петли планирования".

Вторым направлением повышения конкурентоспособности предприятий, основанном на факторе времени, является экономия трудовых, сырьевых, денежных, капитальных и других видов ресурсов, повышение производительности процессов на предприятиях, путем исключения из них непродуктивного времени.

Исключение непродуктивного времени из процессов снижает затраты за счет: сокращения объема оборотного капитала; сокращения капитальных затрат; уменьшения затрат на разработку проектов; уменьшения затрат имеющихся ресурсов на обеспечение качества товаров и услуг [4, с. 145].

Во-первых, исключая непродуктивное время из процессов, предприятия уменьшают объемы запасов сырья и незавершенного производства, а также готовой продукции. Снижение товарно-материальных запасов приводит к уменьшению оборотного капитала, а его доходность увеличивается при сокращении темпов "устаревания продукции", к которому приводит производство на склад.

Во-вторых, среди возможностей сведения к минимуму капитальных затрат можно назвать демонтаж оборудования, не используемого в тех видах деятельности, которые добавляют стоимость. В первую очередь необходимо убрать стеллажи, паллеты и контейнеры, которые использовались ранее для хранения товарно-материальных запасов. Вслед за ними будет устранено лишнее оборудование из офисов, складов и производственных помещений, в том числе технологическое оснащение для ненужных операций по производству устаревших деталей. К примеру, схема Cross-Docking, внедряемая немецкой компанией Parfumerie Douglas GmbH, при наличии гибких транспортных систем, позволяет получателям (парфюмерным, аптекарским и продовольственным магазинам) полностью отказаться от складов [8, с. 34].

В-третьих, сокращение времени выполнения заказа в области разработки проектов достигается за счет уменьшения количества ненужных проектов, отвлекающих усилия разработчиков. Сокращается время, которое тратится на конкретный проект, благодаря чему снижаются затраты.

В-четвертых, чем быстрее будет обнаружена ошибка, тем меньшим будет количество продукции, на котором она отразится. Сокращение времени выполнения заказов положительно влияет на скорость получения отзывов потребителей, а значит снижаются затраты на обеспечение качества товаров и услуг.

Таким образом, вышеизложенное свидетельствует о возрастающем влиянии фактора времени на конкурентоспособность предприятий. Использование предприятиями в своей производственно-хозяйственной практике фактора времени позволит снизить уровень риска их деятельности путем уменьшения зависимости от прогнозов. Также повысится эффективность использования имеющихся трудовых, сырьевых, денежных, капитальных и других видов ресурсов и производительность процессов, что является актуальным для украинских предприятий в условиях перехода к рыночным условиям хозяйствования.

---

**Литература:** 1. Вуд Джонсон Джеймс. Современная логистика / Джонсон Джеймс Вуд, Дональд Ф. Вордлоу, Дэниэл Л. Мерфи- мл., Р. Поль; [Пер. с англ. – 7-е изд. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2002. – 624 с. 2. Хэндфилд Роберт Б. Реорганизация цепей поставок, создание интегрированных систем формирования ценности / Роберт Х. Хэндфилд, Эрнест Л. Николс, мл.; [Пер. с англ. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2003. – 416 с. 3. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок / Под общ. ред. В. С. Лукинского; [Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2005. – 316 с. 4. Харрисон Алан. Управління логістикою: Розробка стратегій логістичних операцій / Алан Харрисон, Ремко Ван Хоук; [Пер. з англ. за наук. ред. О. С. Міхейцева. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. – 368 с. 5. Ильин С. С. Основы экономики / С. С. Ильин, Н. Л. Маренков. – Ростов н/Д: Изд. "Феникс", 2004. – 672 с. 6. Борисов Е. Ф. Экономическая теория: Учебн. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 1999. – 384 с. 7. Седов В. В. Экономическая теория: В 3 ч. Ч. 2. Микроэкономика: Учебн. пособие. – Челябинск: Челяб. гос. ун-т., 2002. – 116 с. 8. Пройсс Т. Нескладная логистика // Logistics: Логистика – журнал практической логистики. – 2007. – № 4-5. – С. 34–36.

УДК 658. 012. 45

**Тагірова І. М.**

Студент 3 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ЭФФЕКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ – ОСНОВА УСПЕШНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ**

На современном этапе информационного развития общества резко возросло внимание к такому социальному феномену, как коммуникации. Коммуникации становятся объектом исследования на различных уровнях – политическом, социальном, культурном, философском, психологическом и т. п., что объясняется не только их проникновением во все сферы жизнедеятельности общества,

---

© Тагірова І. М., 2008



но и переосмыслением самой природы коммуникаций, ее места и роли в системе управления. Если всего несколько столетий назад термин коммуникация значил какое-либо водное или сухопутное соединение, то сегодня коммуникации – это процесс двустороннего обмена мыслями и информацией, ведущий к достижению взаимопонимания [1, с. 139]. Проблема эффективных коммуникаций является одним из наиболее важных условий обеспечения успешного функционирования организации, так как именно через осуществление коммуникаций реализуются такие этапы управления, как планирование, организация, контроль, регулирование и мотивация.

Коммуникации в организациях – это обмен информацией, на основе которой руководитель получает данные, необходимые для принятия решений, и доводит их до работников, причем главный акцент делается именно на качестве передачи информации [2, с. 96].

Проблема коммуникаций находится в центре внимания многих отечественных и зарубежных исследователей, среди которых М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури, Р. Гриффин, В. Яцура, О. Рудинская, С. Яромич, И. Молоткова. Этот перечень можно продолжать, ведь информация в современном мире стала основным инструментом, с помощью которого можно достичь желаемого влияния, направленного на повышение качества и эффективности управленческого процесса.

Таким образом, целью статьи является ознакомление с барьерами, возникающими в организационных коммуникациях, а также с тем, что необходимо предпринять для более эффективного обмена информацией в среде организации.

Понимание процесса межличностного обмена информацией и методов совершенствования умения общаться должно способствовать росту эффективности управленческой деятельности. Менеджер должен иметь представление о преградах на пути обмена информацией в организации и методах совершенствования такого обмена.

Главная проблема организационных коммуникаций заключается не в самой передаваемой информации, а во всевозможных преградах в межличностных контактах, которые могут подталкивать менеджеров к отсеиванию одних и акцентированию других сообщений, что может стать причиной непопадания важной информации в другой сектор организации или поступления информации туда с существенным искажением содержания. Согласно одному исследованию, лишь 63% содержания информации, отправляемой советом директоров, доходило до вице-президентов, 40% – до начальников цехов и 20% – до рабочих.

К другим аспектам, которые могут вызывать проблемы в коммуникациях, можно отнести неудовлетворительный состав и использование комитетов, рабочих групп, кадров вообще, а также способ организации власти и распределения задач. Создавать проблемы при обмене информацией могут также конфликты между различными группами или отделами организации. Таким образом, плохо проработанная информационная система может снижать эффективность обмена информацией и принятия решений в организации [3, с. 184 – 186].

Успех коммуникационных процессов связан с нормами поведения как со стороны получателя, так и со стороны отправителя информации, таким образом, повышению эффективности коммуникаций способствуют три организационных навыка – достижение цели, регулирование информационных потоков и понимание ценности разных средств коммуникаций.

Достижение цели предусматривает проверку того, насколько верно получено и понято сообщение, ведь получить – еще не значит понять, а понять – это еще не значит принять. Эффективная коммуникация устраняет причины для непринятия послания.

Регулирование информационных потоков означает, что отправитель или получатель применяет меры, чтобы убедиться, что нет перегрузки информацией: отправителю – не передавать одновременно излишний объем информации через систему, а получателю – привлекать внимание к факту, что его заставляют выполнять одновременно слишком много заданий.

Обе стороны должны понимать ценность различных средств коммуникаций: при увольнении работника менеджер должен уведомить его персонально, чтобы ответить на все поставленные контакты, а при повышении заработной платы более адекватными будут письменные коммуникации, которые менеджер может дополнить личными поздравлениями [4, с. 444 – 445].

Таким образом, процесс управления и эффективность управленческих решений напрямую зависят от рационального построения информационных потоков в организации, от полноты и скорости их обработки менеджерами. Поэтому вся сущность работы менеджера состоит в том, чтобы осуществлять эффективные коммуникации на всех уровнях взаимодействий – от начальников до подчиненных.

---

**Литература:** 1. Основы менеджмента: Учебное пособие / Под редакцией В. С. Верлоки. – 2-е изд. – Харьков: Изд. Дом "ИНЖЭК", 2004. – 352 с. 2. Рудинська О. В. Менеджмент / О. В. Рудинська, С. А. Яроміч, І. О. Молоткова. – К.: Ельга, Ніка – Центр, 2002. – 336 с. 3. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [Пер. с англ. – М.: "Дело ЛТД", 1994. – 702 с. 4. Гриффін Р. Основы менеджменту: Підручник / Р. Гриффін, В. Яцура; [Наук. ред. В.Яцура, Д.Олесневич. – Львів: БаК, 2001. – 624 с.

## РОЛЬ ДЕРЖАВИ У ПІДТРИМЦІ МОВНОЇ ОСВІТИ УКРАЇНЦІВ У СВІТОВИХ ДІАСПОРАХ

За різними оцінками нині за межами України проживає 11-12 млн. українців. Етнічні українські землі входили до складу різних держав: Російської імперії, Радянського союзу, Австро-Угорської імперії, Польщі та ін. Цим пояснюється формування двох міграційних потоків і, як наслідок, двох діаспор – західної та східної.

Східна українська діаспора охоплює українців, що проживають на території суверенних держав, які виникли на пострадянському просторі. Найбільшими західними українськими діаспорами є північноамериканські (в Канаді та США).

Проживаючи за кордоном, мільйони наших земляків та їх нащадки в багатьох країнах зберегли у своєму середовищі національну культуру, мову, звичаї, українську самобутність. З перших років організованого громадського життя провідне місце у більшості друкованих виступів та висловлювань з приводу національного самозбереження посідають питання мови, чи не єдиної виразної ознаки, за якою можна було пізнавати "своїх" у чужорідному оточенні.

Метою роботи є висвітлення сучасного стану української мови за межами нашої держави та заходів, що здійснює наша держава для забезпечення мовної освіти закордонного українства. Неодноразово науковці звертали увагу на вищезазначену проблему. Серед них Б. Ажнюк, М. Вівчарик, А. Попок, Ю. Прадід, М. Степаненко, В. Капелюшний. І хоча ця проблема була й залишається в центрі уваги Кабінету Міністрів України, вона недостатньо висвітлюється широкому загалу.

Важливо не забувати про ту частину української нації, котра з якихось причин опинилася далеко від рідної домівки. Їх вклад у розвиток національної свідомості дуже значний. Людина може опинитися будь-де, втратити все, проте рідна мова назавжди залишиться в її серці. Українство, що було відірване від своєї материкової Батьківщини, сьогодні відіграє більш значну роль у формуванні та функціонуванні нашої мови, ніж раніше. Особливо це стосується проблеми участі нашої держави у процесі мовної освіти українців діаспори наприкінці 80-х років й у перші роки незалежності України. Після бурхливих подій у житті нашої держави, що відбулися в 2004 році, ще більше закордонних українців звернули увагу на сьогоденну мовну ситуацію. І це є дуже позитивним фактором державотворення, бо чим скоріше наші співвітчизники долучаться до мовотворчих процесів, тим швидше буде розбудовано соборну Україну. Корисним був би й досвід інших країн, де на пожертви громадян створені спеціальні структури, пропагують та поширюють знання про українську мову. На великий жаль, Україна не тільки фінансово не допомагає таким українознавчим центрам, а й просто мало що знає про їх діяльність. А таких осередків стає більше не тільки в США, Канаді, Австралії, Росії, Казахстані, а й у Китаї та Японії.

12 березня 2003 року на відкритті парламентських слухань "Про функціонування української мови в Україні" В. М. Литвин зазначив: "Сьогодні ми не можемо забувати і про українців, відділених від історичної батьківщини новими кордонами, про наших співвітчизників у діаспорі. Вони залишаються українцями, а відтак їх мовні проблеми мають постійно бути в полі нашого зору" [1, с.1].

Ще до здобуття незалежності у 40 статті розділу VI Закону України "Про мови в Українській РСР" говорилося про всебічне сприяння та підтримку національно-культурного розвитку українців, які проживають за межами Української РСР [2].

Сучасна робота над поширенням української мови за межами України має бути чітко спланованою і кординованою, та зорієнтованою на світові масштаби ( у співпраці з іншими державами).

16 липня 1990 року Верховна Рада України проголосила Декларацію про державний суверенітет України. У VIII розділі – "Культурний розвиток" – було зазначено про задоволення культурних потреб й українців, що проживають за межами республіки [3, с.155].

12 лютого 1991 року було затверджено Державну програму розвитку української мови та інших національних мов на період до 2000 р. (зі змінами, внесеними 17 жовтня 1996 року). У спеціальному розділі цієї програми були передбачені заходи сприяння національно-культурному розвитку українців у діаспорах, а саме: допомога в організації загальноосвітніх шкіл (класів) з українською мовою навчання, гуртків вивчення української мови, підготувати та видати спеціальні підручники, аудіо- та відеоматеріали для вивчення української мови як іноземної у закордонному середовищі, повне державне утримання до 50 юнаків та дівчат з-за кордону, що навчалися у ВНЗ України для викладання української мови в освітніх закладах інших країн [4].



16 червня 1992 року було затверджено Комплексні заходи щодо всебічного розвитку і функціонування української мови [5].

Після цього Уряд України 22 січня 1996 року затвердив Державну програму "Українська діаспора до 2000 року". У ній передбачалося відродження українськості на теренах колишнього Радянського Союзу; сприяння налагодженню системи підготовки кадрів для нових українських навчальних та культурних центрів; забезпечення потреби в українській книзі, періодиці, підручниках. Цього ж року стаття 12 Конституції України закріплює положення про те, що "Україна дбає про задоволення національно-культурних і мовних потреб українців, які проживають за межами держави" [6].

24 вересня 2001 року було затверджено Національну програму "Закордонне українство" на період до 2005 року. Відповідно до програми були передбачені заходи щодо впровадження міжнародного досвіду у сфері забезпечення мовних прав українців [7].

2 жовтня 2003 року Кабінет Міністрів України своєю постановою затвердив Державну програму розвитку та функціонування української мови на 2004 – 2010 роки. Одним із основних завдань Програми є "сприяння національно-культурному розвитку українців, які проживають за межами України" [8]. Відповідно до заходів Програми щорічно проводяться конкурси з української мови, зокрема за темами "Я вірю в майбутнє твоє, Україно" та "Об'єднаймося ж, брати мої".

4 березня 2004 року Верховна Рада України ухвалила Закон "Про правовий статус закордонних українців" [9]. Відповідно до Закону та з метою задоволення національно-культурних потреб закордонних українців Україна під час укладання міжнародних договорів передбачає створення оптимальних умов та можливостей для задоволення, зокрема, їх культурно-освітніх потреб.

Відомий педагог К. Ушинський був переконаний, що "поки жива мова в устах народу, до того часу живе й народ. І немає насильства більш нестерпного, як те, що хоче відібрати у народа спадщину, створену незліченними поколіннями його віджилих предків". І тому, піклуючись про українців, які проживають за межами своєї держави, Україні слід надалі постійно їх підтримувати, щоб зберегти невтрачені паростки їх визнання себе представниками української нації. Очевидно, слід більш наполегливо говорити про створення відповідного державного органу для розв'язування проблеми світового українства.

**Література:** 1. Про функціонування української мови в Україні: Матеріали парламентських слухань 12 березня 2003 р. // Поточний архів Верховної Ради України за 2003 рік. – 66 с. 2. Закон Української РСР про мови в Українській РСР: Прийнятий Верховною Радою Української РСР 30 грудня 1989 р. // Мовні питання в Україні. 1917 – 2000: Документи і матеріали / Укл. Ю. Ф. Прадід. – Сімферополь: Доля, 2003. – 288 с. 3. Декларація про державний суверенітет України: Прийнята Верховною Радою Української РСР 16 липня 1990р. // Мовні питання в Україні. 1917-2000: Документи і матеріали / Укл. Ю.Ф.Прадід. – Сімферополь: Доля, 2003. – 288 с. 4. Про Державну програму розвитку української мови та інших національних мов в Українській РСР на період до 2000 року: Постанова Ради Міністрів Української РСР від 12 лютого 1991 р., зі змінами від 17 жовтня 1996 р. // Мовні питання в Україні. 1917 – 2000: Документи і матеріали / Укл. Ю. Ф. Прадід. – Сімферополь: Доля, 2003. – 288 с. 5. Про затвердження Комплексних заходів щодо всебічного розвитку і функціонування української мови. Постанова Кабінету Міністрів України від 16 черв. 1992 р., зі змінами і доповненнями від 21 червня 2000 р. // Мовні питання в Україні. 1917 – 2000: Документи і матеріали / Укл. Ю. Ф. Прадід. – Сімферополь: Доля, 2003. – 288 с. 6. Конституція України. Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 черв. 1996 р. – К.: Україна, 1996. – 54 с. 7. Національна програма "Закордонне українство" на період до 2005 року. Затверджена Указом Президента України від 24 вересня 2001р. №892/2001. – К.: Вид. Верховної Ради України, 2001. – 96 с. 8. Державна програма розвитку і функціонування української мови на 2004 – 2010 роки: Затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 2 жовтня 2003 р. № 1546. – К.: Вид. Верховної Ради України, 2003. – 96 с. 9. Закон України про правовий статус закордонних українців. – К.: Вид. Верховної Ради України, 2004. – 112 с.

**Ворона О. В.**

УДК 81'276.2

Студент 1 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## ФУНКЦІОНУВАННЯ СЛЕНГУ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

У наш час сучасна українська мова активно засмічується іншомовними словами. Негативно на неї впливають русизми і так званий суржик. Ще одним із "забруднювачів" є сленг – утворення мови, яке заслуговує на особливу увагу. Люди, особливо молоді, – емоційні, їм важливо мати певну, важко зрозумілу для "небажаних" оточуючих, мову – мати свій особистий код для спілкування.

© Ворона О. В., 2008

Сленг як порівняно нове утворення звертає на себе увагу і пересічних носіїв мови, і лінгвістів – це й обумовлює актуальність теми.

Мета роботи – дослідити явище сленгу та визначити його роль у сучасній українській мові; прослідкувати історію розвитку терміну "сленг".

Об'єкт дослідження – поняття сленгу, джерела сленгу, його види, форми та сфера використання.

Згідно з В. А. Хомяковим, перша згадка про сленг, як про утворення, що вульгаризує мову, датована 1756 роком. У 1818 році сленг розглядали вже як засіб спілкування окремих спільнот, що дещо відступає від мовних стандартів [1]. Загалом, цією проблемою займалися такі вчені: Е. Парт-рідж, С. Б. Флекснер, В. Фріман, М. М. Маковський, А. Менкен, А. Баррере, Ч. Леланд, І. Р. Гальперін, В. Дж. Бурк, В. А. Хомяков, І. В. Арнольд, В. Г. Костомаров, О. О. Тараненко, Л. Ставицька, Д. С. Лихачов, М. А. Грачов.

Що є сленг і звідки він береться? Основним джерелом формування молодіжного сленгу була і є історично сформована україно-російська двомовність. Проте не можна відкидати вплив інших мов, особливо англійської, французької та німецької. Звичайно, тут не обійтися й без фантазії людей, які при появі певного нового поняття дають йому назву.

"Я користуюся сленгом, бо це дає мові лаконічність", — так зазвичай пояснюють феномен спілкування тейнджери — молодь, вік якої англійською мовою закінчується на *teen*, тобто від 13 до 19 років. Утім, специфічним сленгом, вигаданим переважно молоддю, нерідко користуються й люди поважного віку. Принаймні, якщо не вживають у своїй мові, то сильно цікавляться: почула нещодавно від знайомої про одну з викладачок в її університеті, яка після кожного семінарського заняття виділяє п'ять хвилин на те, аби студенти пояснили їй значення усіх слів, що вживають у своїх відповідях.

Що є сленг за своєю сутністю? Якщо зануритися в історію, то сленг, як і професійний жаргон ремісників минулого, був засобом конспірації. Для того, щоб не викрити секрети свого цеху, спілкувалися умовною мовою, незрозумілою для інших. Згодом окремі слова потрапляли в загальний мовообіг, приживалися й тим самим збагачували мову народу загалом. Вони втрачали семантичну конспірованість і, зрештою, ставали загальноживаними [2].

Нові віяння у культурі, соціальний розвиток, технічний прогрес спричинили появу великої кількості молодіжних об'єднань та угруповань. Особливий вплив на молодь має музика. Rolling Stones, Metallica, Nirvana — прабатьки молодих металістів, рокерів, хіпі, панків. Вони, як представники певної субкультури, стверджують її в одязі, поведінці, відповідях на життєві питання і, звісно, відрізняються вживанням своєї мови як обцинної говірки і як засобу самовираження [3].

Наразі дуже широко відчувається вплив маскультури, коли більшість прагне не відставати від інших, чимось відзначитись, а як результат — усі дуже схожі між собою: забігають на хвилинку в Макдональдз, носять однакові речі, захоплюються популярною музикою, палять. Кінець ХХ століття в Україні спонукав до демократизації суспільства у всьому, і нерідко цей процес перетворювався з розкритості мислення на примітивізм, нівелювання індивідуального в людині. Найконсервативніша верства населення, не розуміючи такий стиль життя, називає його стадним. Щось у тому є, але не все так погано. Соціальна революція ще не скінчилася, і люди, зокрема молодь, у пошуку. Мова також зазнала змін.

Широке вживання сленгу юнаками та дівчатами — це, по-перше, протест проти узвичаєних норм, одвічний конфлікт "батьки – діти", непорозуміння зі старшим поколінням, по-друге, — символ незадоволення або розчарування дійсністю. Усе це сприяє появі негативно оцінюваних сленгових неологізмів. По-третє ж, данина молодості. Це — чудово (прикольно, кльово, суперово, кайфово, класно, убійно) спілкуватися саме так. Власне, як і вияв максималізму, прагнення звільнитися від суспільних обмежень. Питання полягає у тому, як уникнути надмірного вживання сленгу, що засмічує мову. Для української мови це актуально. Адже питомо українського сленгу немає. Переважно український сленг утворюється під впливом російської й "американської" мов. З одного боку — це запозичення, з іншого — чужомовна експансія. Нерідко сленг замінюється суржиком, і жахливо, коли суржик популяризується [2].

Загалом сленгова лексика характеризується багатством словникового запасу. Наприклад, зникни з-перед моїх очей — це зів'янь, відвали, відсохни, змийся, відкоти. Кожне з цих слів має негативний відтінок, щоправда, точно відтворює бажання людини. Мобільний телефон — мобілка, балалайка, труба, дебілка, матюгалка [4].

Також молодіжний сленг як різновид національної мови має свою систему ідіом та фразеологізмів. Метнись кабанчиком — швидко зроби щось; сушити весла — відпочивати; вуха в трубочку скрутилися — щось таке непристойне, що аж ніяково слухати; хай мене пофарбують — неймовірно; бити по яснах — цілуватися [5].

Студентський сленг — тема окремої розмови. Так вже склалося історично, що студентство на вигадки вдале, тому й з'являються такі перли, як автомат (залік, іспит, які отримують автоматично за поточними оцінками), лафа, шара (отримати залік без особливих труднощів без відповідних знань), шпрыхати (розмовляти), петрати (розуміти), мажори (студенти з інституту міжнародних відносин). Не дуже старанні студенти, сподіваючись скласти іспит нашару, хоч і мають чимало хвостів (боргів) частенько забувають (безвідповідально ставитися до чогось). Навіть існує такий вираз у студентському фольклорі — правило трьох "З": забив, здав, забув (запив, загуляв). Поповнює лексичний склад і життя в гуртожитку, слово "общага" вже поступається більш українському "гуртовня". Для означення коменданта вищезгаданого закладу використовують слово "коменда". Вічно голодні студенти шукають хавчик, після безсонної ночі завалюються дрихнути. А коли гулянка після сесії, то вже шейкують (танцюють) з радощів і ловлять кайф [6].



Проте не завжди люди усвідомлюють, що деякі складові сленгу загрозливо впливають на культуру рідної мови, збіднюють її, не дозволяють використовувати сповна її багатий мовний арсенал. Якщо уважно прислухатися до їх мови, то можна почути такі слова, як тіпа, короче, блін, мол тощо. Це свідчить насамперед про те, що їм не вистачає слів для формування речення, а тому вимушені паузи між словами заповнюються часто словами-"паразитами". Отже, можна говорити про низьку мовну культуру, що, звичайно, негативно впливає на розвиток особистості в цілому [3].

Та сленг може бути не тільки молодіжним або студентським. Варто виділити два основні види сленгу: загальний та спеціальний.

Загальний сленг є складовою розмовної мови. Він широко поширений і зрозумілий для всіх верств населення, високоемоційний, відносно стійкий для визначеного періоду тощо [1].

Спеціальний сленг – це специфічна лексика та фразеологія соціальних жаргонів, професійних жаргонів та аргю (кент) злочинного світу. Це своєрідний засіб конспірації. Хоча не можна сказати, що він повністю таємний. На початку XVI ст. вже були складені перші словники кент – мови злочинного світу Англії – це майже на півстоліття раніше, ніж тлумачні словники літературної мови [1].

Арго – мова якоїсь вузької соціальної чи професійної групи, наприклад, кримінальної, яка відзначається головним чином наявністю слів, незрозумілих для сторонніх.

Поширеним є так званий зворотній сленг, який полягає у зміні місцями початку та кінця слів. Наприклад: гроші – шігро, міліціонер – ціонермілі, комп'ютер – теркомпю тощо.

Професійний сленг характеризується різноманітністю, адже скільки професій існує, стільки і спеціальних термінологій. Наприклад, програмісти вживають у своїй мові такі слова, як дрова (драйвер), клава (клавіатура), залізо (комп'ютер) та ін.

Отже, термін "сленг" є багатозначним, він включає в себе аргю, жаргон, зворотній та професійний сленг. Це лексика обмеженого вжитку, яка має неофіційний характер та яскраву емоційну забарвленість.

Проте сленг – це більшою мірою не шкідливе утворення, яке вульгаризує усну мову, а органічна та деякою мірою необхідна частина цієї системи. Він розвивається та змінюється дуже швидко. Це утворення, яке може як легко утворитися, так і зникнути. Сленг – живе та динамічне утворення. Його використовують у різних сферах суспільного життя.

---

**Література:** 1. Хомяков В. А. О специальном слэнге. – Вологда: Б. и., 1968. – С. 3 – 22. 2. Грачев М. А. Механизм перехода арготизмов в общенародный язык // Русский язык в школе. – 1996. – № 5. – С. 34 – 37. 3. Маленька Марина. Життя така є залупіха / Марина Маленька, Ірина Виргосу // Газета "Україна Молода". – 2005. – № 8 (електронне видання) // <http://www.umoloda.kiev.ua/> 4. Ставицька Л. Короткий словник жаргонної лексики української мови. – К.: Критика, 2003. – 336 с. 5. Сучасний тлумачний словник української мови: 65 000 слів / За заг. ред. В. В. Дубічинського. – Харків: ВД "ШКОЛА", 2006. – 1008 с. 6. Росдолий Андрій. Чувак, не втикай! Валимо з вишки...// "Сім'я і дім". – 2006. – № 2 (2131) (електронне видання) // <http://www.simya.com.ua/>

---

**Сталєва В. О.**

УДК 336.14:352:364

Студент 4 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ У ВИРІШЕННІ ПИТАНЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ**

Державна регіональна політика спрямовується на істотне підвищення ролі органів місцевого самоврядування і виконавчої влади та стимулювання соціально-економічного розвитку регіонів.

Обговоренням цієї теми займалися такі науковці, як М. Я. Азаров, В. Д. Базилевич, В. Ф. Беседін, С. А. Буковинський, А. І. Даниленко та інші, також неодноразово проводилися зустрічі з представниками регіонів.

Проте залишається невизначеним питання державної регіональної політики в сфері місцевих органів влади в питаннях бюджетування.

Кількість пропозицій, отриманих з місць, свідчить про те, що проблеми місцевих бюджетів є найбільшими і потребують відповідного реагування Уряду [1].

З цього питання були розроблені такі шляхи реформування місцевих бюджетів [1; 2].

По-перше, один з найважливіших напрямів реформування місцевих бюджетів – планування соціально-економічного розвитку регіонів на майбутні кілька років. Це збільшить можливості та прогнозованість залучення коштів на реалізацію життєво необхідних соціальних та інвестиційних проектів регіонів, унеможливить розпорощення коштів та посилить відповідальність усіх рівнів влади.

---

© Сталєва В. О., 2008





По-друге, держава повинна дбати про збільшення дохідної бази місцевих бюджетів та захищеність територій у їх розвитку.

По-третє, соціально-економічні реформи, які розробляються Урядом, повинні бути спрямовані на підвищення самостійності місцевих органів влади в питаннях бюджетування.

Треба наголосити, що програми розвитку регіонів мають включати заходи, спрямовані на: подолання стану депресивності; ліквідацію вузьких місць у сферах водо-, енерго-, теплопостачання; розв'язання проблем у соціальній сфері, охороні здоров'я, освіті; ліквідацію безробіття та створення додаткових робочих місць; збільшення надходжень до державного та місцевих бюджетів; забезпечення високої продуктивності виробництва, розвитку виробничого потенціалу на сучасній високотехнологічній основі.

Однією з найважливіших складових залучення інвестицій в економіку регіонів є поліпшення інфраструктури територій. Тобто території мають бути готовими до приходу інвесторів. З огляду на це, важливою є робота місцевих органів виконавчої влади з ширшого залучення зовнішніх ресурсів, у тому числі іноземних інвестицій, кредитних коштів. Особливо це стосується таких сфер, як транспортна мережа та телекомунікаційна інфраструктура, енергетика, захист навколишнього середовища.

В. Базилевич, член Національної академії наук України, висунув пропозиції щодо внесення змін до Бюджетного кодексу України в частині місцевих бюджетів та міжбюджетних відносин [2]. Зокрема вони стосуються:

- зміцнення фінансової основи місцевого самоврядування;
- уточнення та конкретизація видатків, що здійснюються з бюджетів усіх рівнів;
- посилення стимулюючої складової міжбюджетного регулювання;
- удосконалення порядку надання субвенцій на виконання інвестиційних проектів;
- визначення особливостей застосування програмно-цільового методу та визначення основних засад із запровадження середньострокового планування;
- підвищення ефективності управління місцевими фінансами, посилення контролю та відповідальності за дотриманням бюджетного законодавства;
- забезпечення прозорості процесу формування та виконання місцевих бюджетів.

Головною метою бюджетної політики повинно бути забезпечення макроекономічної стабільності, збалансованості та стійкості бюджетної системи шляхом застосування ефективною регулюючої ролі бюджету, підвищення результативності, ефективності та прозорості використання бюджетних коштів.

Отже, при виконанні цих заходів посиляться інвестиційна складова бюджету, спрямована насамперед на розвиток інфраструктури. При цьому зростатиме увага держави і до проблем регіонального розвитку. Для успіху реформ у сфері оподаткування, освіти, охорони здоров'я, соціально-го захисту ключовим чинником є саме наполеглива робота з їх реалізації на місцевому рівні.

Ці зміни не лише нададуть більше ресурсів та можливостей для органів влади на місцях, а й передбачатимуть значне посилення їх відповідальності за ефективність витрачання бюджетних коштів, досягнуті результати.

---

**Література:** 1. Азаров М. Я. Органи місцевого самоврядування в державній політиці // Фінанси України. – 2007. – №3. – С. 3 – 11. 2. Базилевич В. Д. Фінансова політика й економічне регулювання // Фінанси України. – 2007. – №5. – С. 7 – 15. 3. Герасименко О. В. Регіональна збалансованість фінансової системи держави // Регіональна економіка. – 2007. – №2. – С. 5 – 8. 4. Лютий І. О. Новітні тенденції розвитку фінансової системи держави // Фінанси України. – 2006. – №9. – С. 3 – 8.

УДК 81'276.6:007

**Толок М. О.**

Студент 1 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО СТАНУ МОВИ ЗМІ**

Одним зі складових громадського життя, який активно реагує на суспільні процеси й віддзеркалює їх, є засоби масової інформації. Їх вплив на громадську свідомість дуже великий. Здатність швидко й майже тотально охоплювати найширші аудиторії дає їм змогу формувати суспільну думку, визначати духовні цінності. Ось чому мова засобів масової інформації – важлива й актуальна проблема сучасних досліджень.

У мові сучасних ЗМІ можемо спостерігати велику кількість неологізмів. Поява їх — цілком закономірне явище. Багато неологізмів з'являється у мові в часи великих, докорінних перетворень у

---

© Толок М. О., 2008



житті того чи іншого народу. Потреба в нових словах зумовлюється насамперед позамовними чинниками, зокрема соціальними і політичними змінами у суспільстві. А саме в такий період ми й живемо.

Оскільки в сучасному суспільстві активно розвивається рекламна індустрія, зараз особливо багато неологізмів у мові реклами. Мова реклами, яка має великий вплив на суспільство, – рекламні гасла й заклики, репліки героїв рекламних роликів широко цитуються. Реклама сприяє ознайомленню широкого кола українців з новими реаліями, а між тим і з новими номінаціями. Молодь часто спілкується рекламними гаслами (Не гальмує – снікерсуй; Шейканемо, Бейбі!). Усі ці неологізми творяться за допомогою різних словотворчих афіксів і змінюються за граматичними законами української мови.

Слід ще зауважити, що англійські інтелектуальні "збагачення", які дуже часто зустрічаються у мові засобів масової інформації, викликають відразу й несприйняття. Кількість англіцизмів в одній фразі часом сягає такого числа, що глядач (слухач, читач) уже не здатен адекватно сприймати інформацію.

Українська розмовна мова, як і будь-яка інша, має свої недоліки. Тому цим дослідженням хочеться показати, де доречно використання неологічної лексики, а де його бажано уникнути. Хотілося б розібратися, які з лексичних новотворів є вдалими, виправданими з погляду мовної культури, а які треба вживати дуже обережно, які форми неологізмів ще зберігають свою новизну, а які вже стали узуальними. Ці проблеми є важливими й актуальними та тісно пов'язані з питаннями мовних норм.

Сучасна реклама принесла із собою нові реалії (копірайтер, креатив, бриф, постер, бігборд, бренд). Досить поширеним і часто вживаним є запозичення "Second hand". Це словосполучення вже понад десять років використовується для називання одягу, який до цього був у використанні й надходить до нас із різних країн. Ставлення як до самої реалії, так і до її назви у суспільстві від самого початку було неоднозначним. Останнім часом можна спостерігати тенденцію до заміни цього словосполучення виразами типу "дешевий одяг", "одяг з Європи" тощо, які фіксуються на вивісках.

Прагнення досягти сконденсованості змісту нерідко спонукає використовувати у текстах оголошень аббревіатури, у тому числі й іншомовні. Зокрема, на різних рекламних носіях можна побачити написи типу: Елітний відпочинок, VIP-сауни, VIP-кухні тощо. Це поняття частіше вживається у мові як пересічних громадян, так і в повідомленнях засобів масової інформації. В англійській мові воно тлумачиться як "дуже поважна особа" (very important person). Вживання у нашому мовленні дає підстави говорити про те, що поняття було запозичене із деякими змінами у своєму значенні порівняно з оригіналом. У нас слово застосовується швидше стосовно людини заможної, що не обов'язково означає поважну.

Якщо раніше основну увагу замовники та виробники реклами звертали на потенційну цільову аудиторію старшого віку, то сьогодні ситуація змінилась. Молодь на разі розглядають як одну з активних груп споживачів. Про це можна говорити, аналізуючи деякі рекламні тексти, що наслідують мову та інтонації цієї вікової групи. Наприклад: "Два поршні твого драйву! Йе-е-е, він класно їздить на байку! А ти класно танцюєш! Або ганяєш в баскетбол. Або розбираєшся у класній музиці чи комп'ютерах. Кожен поведений на чомусь класному, і в кожній голові є драйвовий мотор. МАЖОР – це два поршні, що розганяють твій драйв до максимальної швидкості, подвійний апгрейд для твого натхнення! Візьми, розкрий, скуштуй МАЖОР, роби те, що любиш! (телевезійна реклама ТМ "Мажор"). Запозичені з англійської мови слова драйв (рух), байк (велосипед), апгрейд (підйом, заряд), вигук захоплення йе-е, як і безліч інших, притаманні мовленню сучасних підлітків, або тинів (скорочено від тинейджерів – молодь віком від 13 до 19 років). Отже, рекламні тексти чи не найпершими віддзеркалюють нові слова, що потрапляють у мовлення ЗМІ [1, с. 77 – 78].

Мовний аналіз рекламних текстів, як зазначає О. С. Черемська, свідчить, що під впливом змішування різномовних елементів, лексична система і граматична структура української мови зазнають певних змін: у них з'являються інтерференційні запозичення, чужорідні словотворчі та словозмінні форманти, калькуються фразеологічні сполуки, синтаксичні моделі. Це може призводити до нівелювання специфічних для української мови рис, які відрізняють її граматичну систему від російської. Подолання негативного впливу інтерференції є важливим складником плекання мовної культури [2, с. 156].

Важливо зазначити, що англійська мова стала справді світовою мовою. Нею володіє близько півтора мільярда осіб. Тому не дивно, що наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. активізувалися також і українсько-англійські мовні контакти, результатом яких стала значна кількість запозичень у різних сферах діяльності: в економіці (фандрейзинг, баєр, лот), у суспільно-політичній сфері (аплікант, ньюсмейкери, спічрайтер), у засобах зв'язку, ЕОМ (роумінг, баннер, лептоп, і-мейл, он-лайн); в науці, культурі, освіті (едиція, перфоманс, коледж, гендер, уфологія, фентезі). А також у молодіжній субкультурі (ді-джей, рейв-культура, чил-аут). Але перенасичення, невлучне та неправильне використання у мові запозичень дуже небезпечно – воно засмічує мову засобів масової інформації, робить її незрозумілою для широкого загалу, тим самим інформація вже не є масовою.

Лінгвістичні інновації, зафіксовані в рекламних дискурсах, виконують декілька функцій: привертають увагу, надають оригінальності, експресивності, проте перевантаження екзотизмами, варіантними не сприяє виконанню такого основного завдання, як запам'ятовування [3, с. 99].

Отже, сфера сучасних українських засобів масової інформації засвідчує: мова живе, еволюціонує, і завдання небайдужих до її долі мовців – дбати, щоб мова за цих складних обставин залишалася собою, зберігала свої генетико-типологічні риси.

Слід пам'ятати, що засмічення мови засобів масової інформації не сприяє збагаченню, розвитку української мови.

- 
- Література:** 1. Колеснікова Н. В. Лексичні неологізми в рекламі // Вісник Запоріжжя. – 2002. – №3. – С. 77 – 78.  
2. Черемська О. С. Культуромовний аспект рекламного тексту // Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць за ред. проф. Л. А. Лисиченко. – 2007. – №22. – С. 152 – 157. 3. Кутуза Н. В. Лінгвістичні та екстралінгвістичні інновації в рекламному дискурсі // Культура народів Причорномор'я. – 2007. – №101. – С. 98 – 100.

## СУБСТАНТИВНІ ОДИНИЦІ У ТВОРЧОСТІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРІВ "СОБОР" ТА "ДАЛЕКІ ВОГНИЩА")

Перехідних явищ серед частин мови в сучасній українській мові дуже багато, проте не всі вони однаковою мірою поширені й продуктивні. Найпоширенішими є перехідні явища, що спостерігаються між повнозначними частинами мови, а саме: перехід прикметника та дієприкметника в іменники, дієприкметника у прикметник, різних форм іменників у прислівники.

Питання субстантивації привертало увагу багатьох мовознавців, воно досліджувалося в різних аспектах. Згадки про субстантивацію та цінні міркування щодо її сутності ми знаходимо у працях В. В. Виноградова, О. М. Пешковського, О. О. Потебні, О. О. Шахматова, Л. В. Щерби та ін. Але визначення самого терміна "субстантивація" залишається ще й досі не окресленим. Окремі вчені розуміють його як вживання прикметників у значенні іменників (О. К. Безпояско [1], М. Я. Немировський), інші – як перехід прикметників в іменники (І. Р. Вихованець [2; 3], М. Я. Плющ, О. О. Шахматов), деякі дослідники під субстантивацією розуміють явище переходу різних частин мови у розряд іменників (О. Є. Бєдняков, Й. О. Дзендзелівський, Н. О. Каламова). Цікавило багатьох науковців і питання причини виникнення субстантивації. На думку О. П. Калечиць, пояснення явищ переходу необхідно шукати перш за все у спільних ознаках вихідної частини мови, які не є однаковими для всіх частин мови. Тому причиною субстантивації дослідниця вважає тісний зв'язок з іменником за умови частоти слововживання. На необхідність враховувати парадигматичні відношення при визначенні субстантивації звертає увагу Л. А. Лисиченко, говорячи про співвідношення потенційних парадигм, закладених у структурі мови, і засобів їх реалізації.

Об'єктом дослідження є субстантивація як явище збагачення лексичного складу мови, оскільки воно привертало увагу двома аспектами: по-перше, недостатнім вивченням в українському мовознавстві питань субстантивації, по-друге, порівняно частим вживанням і великим поширенням субстантивованих одиниць як в усній, так і в писемній мові.

Матеріалом для дослідження послужила картотека субстантивованих одиниць, вибраних з творів О. Гончара "Собор" та "Далекі вогнища". Письменник відобразив у своїх творах новий етап розвитку української літературної мови, збагатив лексику і фразеологію новими відтінками, розкрив і реалізував її глибинні можливості.

Основні завдання нашого дослідження:

- 1) встановити частотність слововживання субстантивованих прикметників і дієприкметників в ідіостилі О. Гончара;
- 2) класифікувати вибрані субстантивати за лексико-семантичними групами і визначити їх стилістичну роль;
- 3) дослідити ставлення О. Гончара до відбору мовних засобів, що репрезентують його художню індивідуальність та особливості світобачення.

Сфера поширення субстантивованих одиниць надзвичайно велика. Вони знаходять своє застосування в усіх стилях і жанрах української мови. Найширше використовуються такі лексеми в художньому, і трохи менше – в публіцистичному стилях. Як і весь лексичний склад мови, субстантивовані одиниці перебувають у стані постійних змін: одні з них виходять з ужитку, інші, у зв'язку з появою нових понять, покликаних до життя суспільними явищами, з'являються у мові.

Отже, твердження про те, що неморфологічні способи словотвору виконують суто організуючу словотвірну роль і не становлять в емоційно-образному плані особливого інтересу, спростовується, що, сподіваємося, і доведе дане дослідження.

Найхарактернішим для О. Гончара є іменникове словотворення, проте активно використовує письменник у цій ролі і субстантивовані одиниці. Так, серед субстантивованих одиниць – назв осіб – нами виділено 11 лексико-семантичних груп (ЛСГ) у творі художнього стилю і 11 ЛСГ – у творі публіцистичного стилю. За типом ЛСГ ці класифікації не відрізняються. Загальна кількість лексем становить 39 (роман "Собор") і 51 ("Далекі вогнища"). Слід зазначити, що наповненість деяких ЛСГ в обох стилях нерівномірна. Наприклад, ЛСГ субстантивів, що називають осіб за родом діяльності, нараховує 10 лексем у романі і лише 4 лексеми у нарисах, причому лексема "вартовий" повторюється.

ЛСГ субстантивів, що називають осіб за правовим становищем, значно більша за кількістю у публіцистичному стилі ( вона нараховує 10 лексем), на відміну від художнього (лише 4 лексеми). Причому всі ці субстантиви стилістично нейтральні.

ЛСГ субстантивів, що називають осіб за фізіологічним станом, більшою кількістю представлена у публіцистичному творі (5 лексем), у художньому таких одиниць лише 2.

ЛСГ субстантивів – назв осіб за соціальною приналежністю – представлена однією лексемою у художньому стилі. Субстантиви, з яких складаються вищезазначені ЛСГ, більшістю своєю контекстуальні та стилістично нейтральні. Що ж до субстантивів, уживаних на означення осіб за ін-



дивідуальними портретними особливостями, то вони майже всі оцінні, стилістично марковані. У художньому творі таких субстантивних одиниць – 3, у публіцистичному – також 3.

Двома лексемами у публіцистиці О. Гончара представлена ЛСГ субстантивів – назв тварин, у художньому стилі автор таких лексем не зустрів.

Серед субстантивів – назв неістот, виділено 8 лексико-семантичних груп і в романі, і у публіцистичних нарисах, що нараховують 68 субстантивів (по 34 на кожний твір). Слід зазначити, що найбільша кількість лексем належить до ЛСГ субстантивів, що є узагальнено-абстрактними поняттями: 18 одиниць у художньому стилі і 24 – у публіцистичному. Деякі субстантиви у реченнях складають антонімічні пари, мають контекстуальний характер. По 4 лексеми (відповідно у кожному стилі) – це абстрактні поняття – назви почуттів. Такі слова виконують і відповідну стилістичну функцію – розкривають психологічний стан людини. Багато субстантивів цієї ЛСГ мають виразне емоційне забарвлення і відіграють яскраву стилістичну роль як у художньому, так і в публіцистичному стилях.

Серед ЛСГ субстантивів, що називають одяг, слід зазначити, що у художньому творі вона нараховує 5 субстантивних одиниць, а у публіцистичному – лише 2. Усі вони стилістично нейтральні.

ЛСГ субстантивів, що використані автором як виробничі терміни, наявна тільки у романі (у нарисах таких лексем не знайдено). Те ж саме можна сказати про ЛСГ субстантивів, що називають військові терміни.

Субстантивні одиниці, що називають документи і речовини, репрезентовано лише у публіцистичному творі О. Гончара.

Таким чином, здійснивши кваліфікацію вибраних субстантивів за лексико-семантичними групами, автор визначив, що частотність їх вживання у творах обох стилів майже однакова, тобто субстантиви доволі рівномірно вживаються як у художньому, так і в публіцистичному творах. Саме тому можемо зробити висновок про публіцистичну спрямованість художніх творів О. Гончара та високу художність його публіцистики. Письменник використовує естетичні можливості однакових частин мови для авторських оцінок, і неабияку роль у створенні художніх образів відіграє частотність емоційно-оцінних слововживань.

Як правило, у творах О. Гончара субстантивати виступають як оцінно-марковані слова і є наскрізними не лише у межах одного твору, а й часто усієї творчості. Це дослідження дало можливість глибше проникнути у лабораторію творення автором образних засобів ідіостилю. Необхідно зазначити: мова творів Олеся Гончара засвідчує, що особистість автора так чи інакше знаходить відображення в слові, в особливостях його вживання. Мова його творів – це справді світ, де слово живе, діє, переконує, випромінює національний дух і прилучає до загальнолюдського, вічного.

**Література:** 1. Безпояско О. К. Граматика української мови. Морфологія: Підручник / О. К. Безпояско, К. Г. Городенська, В. М. Русанівський. – К.: Либідь, 1993. – 336 с. 2. Вихованець І. Р. Нариси з функціонального синтаксису української мови. – К.: Наукова думка, 1992. – 222 с. 3. Вихованець І. Р. Частини мови в семантико-граматичному аспекті. – К.: Радянська школа, 1988. – 256 с. 4. Виноградова В. Н. Стилистический аспект русского словообразования. – М.: Высшая школа, 1984. – 184 с. 5. Жовтобрюх М. А. Взаємодія усних і писемних стилів мови / М. А. Жовтобрюх, Г. М. Колесник, К. В. Ленець. – К.: Вища школа, 1982. – 180 с.

**Семешкін С. М.**

УДК 94(477):929

Студент 1 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ "ІСТОРІЇ СЛОБІДСЬКОЇ УКРАЇНИ" Д. БАГАЛІЯ

Визначаючи концептуальні основи дослідження історії Слобідської України – Слобожанщини, Д. Багалій досягнув здобудки відчизняної історичної традиції: праці таких істориків, як В. Антонович, М. Костомаров, М. Драгоманов, М. Грушевський та ін.

Вихідним пунктом наукового дослідження Д. Багалієм історії Слобідської України є співвідношення об'єктивного і суб'єктивного у виникненні та розвитку цього українського краю. Реалізуючи принципи об'єктивності, автор зосереджує увагу на ролі соціально-економічного фактора у цьому історичному процесі [1, с. 25 – 28; 39 – 42; 143 – 162]. Він наголошує на тому, що рушійними силами освоєння так званого "дикого поля" були різні народи, але головним чином – українці. Упродовж XVI – першої половини XVII ст. задніпрянські українці знаходилися під гнітом польських магнатів і саме закріпачення й неволя змушували їх залишати свої оселі та йти хоч світ за очі шукати долі в іншій, чужій стороні. Також особливе місце в мотивах переселення належало проблемі за-

© Семешкін С. М., 2008

грози татарських нападів та руйнувань [1, с. 48 – 59]. Аналіз автором цих процесів проводиться в широкому соціально-історичному плані, у зв'язку з конкретним досвідом культурного освоєння цих широких степових просторів [1, с. 39 – 40].

Центральну ланку наукового дослідження Слобідської України Д. Багалієм складає історична концепція прогресу, яка будується на основі розкриття законів суспільного розвитку. Саме розуміння історії як закономірного процесу та змістовного визначення суті подій, явищ завжди є актуальним у подоланні лінійного підходу до конкретно-історичних змін чи розвінчання уявлень про історію у вигляді єдиного синхронного акту у сучасному сприйнятті та розумінні.

Д. Багалій був переконаний, що сучасні події, як результат історичного розвитку, потребують проблемної постановки і конкретно-історичного дослідження. Послідовне дотримання ним принципу історизму показувало, що з історичної точки зору приклади й оцінки з текстів різних епох не можуть бути тотожними. Проблемність визначається необхідністю розмежування сутності синхронності та сутності асинхронності.

В аналізі історичних прикладів минулого часу можна було помітити таку постановку питання: історія конкретного суспільного явища містить загрозу сприйняттю його сучасної інтерпретації. А в "Історії Слобідської України" та інших працях Д. Багалія питання поставлене інакше: що дає історичне минуле для розуміння його сучасної сутності і якою мірою особливості сучасної системи кожного конкретного суспільного явища чи їх групи зумовлені їх же історичним минулим [1, с. 89 – 112]. Досліджуючи заселення і розселення слобожанців історично, Д. Багалій послідовно проводить принцип історизму. На основі вивчення поступового заселення краю, він визначає його періодизацію. Характеризуючи цей суспільний рух, безпосередньо пов'язує його з подіями народно-визвольної війни 1648 – 1657 рр. та "Великої руїни" 60 – 80-х років XVII ст.

Історична концепція Д. Багалія свідчить про узагальнення й диференціювання і соціально-економічних, і суспільно-політичних категорій: автономія Слобожанщини; полковий устрій і козацький уряд; центральний уряд і місцеве управління тощо [1, с. 40 – 42; 63 – 70; 76; 79 – 88]. Розкриваючи становлення козацького устрою у цьому краї, Д. Багалій також зважає на його історичний аспект та вимір: якщо спочатку московський уряд давав пільги особним українським осадчим, то коли на Україні склалися полки, тоді московські царі почали вже давати пільги козацькому товариству, а на цій новій території й усьому поселенству.

У цілому суть концепції "Історії Слобідської України" охоплює історичне мислення у його відношенні до різних сфер суспільного життя Слобідської України XVII – XVIII ст. і має комплексний характер.

**Література:** 1. Багалій Д. І. Історія Слобідської України / Передмова, коментар В. В. Кравченка; худ., упор. В. О. Ріяка. – Харків: Дельта, 1993. – 256 с.

УДК 94(477)

**Лук'янчикова А. С.**

**Семенський М. В.**

Студенти 1 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## **РЕПРЕСИВНИЙ ХАРАКТЕР ПОЛІТИКИ НА СЕЛІ В 1932 – 1933 РОКАХ**

На межі 20-30-х р. XX ст. в українському селі склалася особлива ситуація – ситуація революційних змін – колективізація. Політика здійснювалася по-революційному, примусово, а дії державного політичного управління – ДПУ УСРР – надали їй репресивного характеру. Саме це й призвело до надзвичайних наслідків – голодомору 1932 – 1933 років. Розкриття цієї трагедії в світлі документів ГПУ-НКВД – мета цього повідомлення. Його документальну основу складають щойно опубліковані матеріали Галузевого державного архіву Служби безпеки України [1], які умовно розподілились на 4 групи: I – матеріали агентурного вивчення діяльності колгоспів; II – повідомлення про ставлення на селі до хлібозаготівель; III – про заходи цих органів з проведення спецоперацій; IV – про боротьбу органів ДПУ-НКВД з "сільським терором".

Програмне завдання органів ДПУ УСРР полягало в "дослідженні" колгоспного будівництва і загального стану колективізації. За матеріалами агентурного вивчення діяльності 200 колгоспів декількох областей за 1931 р. було визначено провідну ланку – надзвичайно низький стан обліку і ор-

© Лук'янчикова А. С., Семенський М. В., 2008



ганізації праці [1, с. 123]. Що ж до розв'язання цього завдання, то підхід здійснювався не в економічному, а в соціально-класовому, більше того, в політичному плані.

Відповідно до постанови політбюро ЦК КП(б)У "Про ліквідацію контрреволюційних гнізд та розгром куркульських груп" від 18 листопада 1932 року органи ДПУ України організували проведення масової операції з нанесення оперативного удару по класовому ворогу у зв'язку з хлібозаготівлями та іншими господарсько-політичними заходами.

У розпалі хлібозаготівельної кампанії у листопаді 1932 р. з метою розгрому сільської контрреволюції, подолання саботажу хлібозаготівель і припинення розтрата і розбазарювання колгоспного і державного майна, було арештовано 8881 чоловік, серед яких більше 2000 (колишніх) петлюрівців і махновців [1, ст. 357], серед ліквідованих контрреволюційних і повстанських угруповань 51 внутрішньоклгоспне угруповання у 110 районах. ДПУ УСРР вважала, що діяльність контрреволюційних і куркульських елементів була спрямована на зрив і саботаж хлібозаготівель і на розвал колгоспів, а основу цих внутрішньоклгоспних груп складали куркулі [1, с. 358].

Кількість осіб, притягнутих до відповідальності та засуджених за справами, заведеними обласними відділами ДПУ УСРР у зв'язку з хлібозаготівлями у серпні-листопаді 1932 р., склала 6 289 чол., в тому числі в листопаді – 4352 [1, с. 421].

Якщо в першій половині 1932 р. ДПУ УСРР ухвалило декілька постанов, то у вересні – грудні – 31, більше половини з них у грудні 1932 р., і лише 10 – у першій половині 1933 р.

Оперативним наказом від 5 грудня 1932 р. перед органами ДПУ України було поставлено основне і головне завдання – миттєвого прориву, викриття і розгрому контрреволюційного повстанського підпілля і нанесення рішучого удару по всіх контрреволюційних кулацько-петлюрівських елементах, які активно протидіяли і зривали основні заходи радянської влади і партії на селі. Для цього була організована ударно-оперативна група, яка за 2 місяці викрила контрреволюційне повстанське підпілля в Україні, яке охопило до 200 районів, майже 30 залізничних станцій і депо та ряд пунктів прикордонної смуги [1, с. 511 – 512].

У листопаді 1932 – січні 1933 р. ДПУ УСРР розкрило і ліквідувало 1208 внутрішньоклгоспних груп і арештувало 6 682 чол. [1, с. 502]. На початку 1933 р., в умовах вилучення не тільки хлібопоставок, а й посівного фонду, розгорнулися репресивні дії органів ДПУ-НКВС щодо забезпечення посівної кампанії.

13 лютого 1933 р. ДПУ УСРР видало оперативний наказ про необхідність ліквідації повстанського підпілля до початку сівби. З цією метою продовжувалося виявлення членів "контрреволюційної організації" в сільському господарстві [1, с. 517 – 520]; здійснено звинувачувальний висновок у справі "контрреволюційної шкідницької організації у сільському господарстві Одеської області" (17 квітня 1933 р.); ухвалено "Обвинувальний висновок" у справі про контрреволюційну змову в сільському господарстві РСР, з арештами 761 чол. в УСРР (квітень 1933 р.) [1, с. 529 – 531].

Таким чином, ДПУ-НКВС був безпосереднім помічником і провідником жорстокої партійно-класової політики в українському селі в 1932 – 1933 р. – політики голодомору. Зважаючи на специфічні форми і методи роботи цієї Служби, можна їх узагальнити як терор голодомором.

---

**Література:** 1. Розсекречена пам'ять: Голодомор 1932 – 1933 років в Україні в документах ГПУ-НКВД – К.: ВД "Стилос", 2007. – 604 с.

---

**Носова А. А.**

УДК 620.9(477+470)

Студент 5 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА УКРАИНЫ И РОССИИ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ ПО ИТОГАМ 2007 ГОДА**

Актуальность данной темы обусловлена чрезвычайной важностью для украинской экономики уровня развития сотрудничества с Российской Федерацией (РФ) в энергетической сфере.

Объект работы – украинско-российское сотрудничество в энергетической сфере.

Предметом работы является определение факторов, влияющих на развитие украинско-российских отношений в энергетической сфере.

Украина относится к энергодефицитным странам. В 2007 году за счет собственных источников топливно-энергетических ресурсов она смогла обеспечить свои энергетические потребности

---

© Носова А. А., 2008

лишь на 47-49% от общего потребления энергоресурсов. Собственная добыча составила 10-12% потребности в нефтепродуктах и 20-25% — в природном газе [1]. Очевидно, что от того, как будет развиваться сотрудничество с Россией в энергетической сфере, в значительной степени будут зависеть условия функционирования как топливно-энергетического комплекса (ТЭК) Украины, так и экономики страны в целом.

Наиболее сильна зависимость Украины от России в сфере ядерной энергетики. Поставки ядерного топлива на украинские атомные электростанции (АЭС), а также хранение и переработка отработанного топлива на 100% обеспечиваются Россией. Значительная доля АЭС в производстве электроэнергии, а также необходимость обеспечения энергетической безопасности свидетельствуют о целесообразности создания в Украине собственного ядерно-топливного цикла (ЯТЦ). Однако, исходя из высокой стоимости создания ЯТЦ и отсутствия долгосрочной (не менее чем на 40 лет) программы развития ядерной энергетики Украины, создание полного ЯТЦ является экономически рискованным проектом, поэтому Украине необходимо ориентироваться на создание лишь отдельных его элементов.

Украина является крупнейшим покупателем российского газа среди стран СНГ — у "Газпрома" было закуплено 27,2 млрд куб. м газа. По ряду причин, в первую очередь, вследствие повышения цен на энергоносители (стоимость 1 т. нефти выросла в 1,9 раза), Украина в 2007 г. сократила в натуральном выражении импорт сырой нефти из России на 50%; импорт природного газа сократился на 25%. Тем не менее, импорт нефти и газа продолжает занимать наиболее значительную долю в общем объеме российского импорта в Украину: на долю газа приходится 38,5%, нефти — 12% [2].

С другой стороны, в условиях критического уровня зависимости от поставок энергоносителей из России меры по диверсификации источников их поступления в Украину, прежде всего природного газа и нефти, должны рассматриваться как ключевой элемент обеспечения национальной безопасности страны, развития равноправного сотрудничества с РФ и создания условий для устойчивой работы и развития ТЭК.

Украинский ТЭК, с учетом существующих мощностей, имеет большой экспортный потенциал, в первую очередь, по оказанию услуг по транспортировке энергоносителей. Важнейшим звеном нефтегазового комплекса Украины являются нефте- и газотранспортные системы, обеспечивающие транспортировку энергоносителей потребителям Украины и выполняющие транзитные поставки российских газа и нефти в страны Центральной и Южной Европы.

Газотранспортная система (ГТС) Украины — одна из мощнейших в Европе после российской. Ее ежегодная пропускная способность составляет 290 млрд куб. м на входе ГТС и 170 млрд куб. м — на выходе. Важным направлением сотрудничества с Россией является развитие транзитной сети экспортирования российского газа. Перспективными проектами, с точки зрения увеличения пропускной способности ГТС, являются: расширение транзитных мощностей в Турцию и Балканские страны в рамках совместного предприятия ЗАТ "Газтранзит"; строительство четырех компрессорных станций на магистральном газопроводе Торжок-Долина для увеличения подачи российского газа в Словакию; завершение строительства компрессорной станции Тарутино на действующем газопроводе Ананьев – Тирасполь – Измаил; полная загрузка системы газопроводов Ивацевичи – Долина, которая последние годы эксплуатировалась только на треть своей мощности. Реализация указанных проектов по расширению и наиболее полному использованию мощностей ГТС позволит увеличить транзит газа в Европу до 40 млрд куб. м в год.

Для Украины важно заключить с Российской Федерацией взаимовыгодный договор о транспортировке газа из Туркменистана, Казахстана и Узбекистана через российскую территорию. Без улучшения отношений с Россией стабильные и экономически выгодные поставки газа из этих стран невозможны, несмотря на подписание соглашений с ними.

Экономически выгодным также для Украины является и транзит российской нефти через ее территорию. Для Украины большое значение имеет укрепление экономических отношений, а также стратегическое партнерство с Россией. РФ сохранит доминирующие позиции на европейском газовом рынке, по расчетам экспертов, еще 50 лет – и останется одним из главных экспортеров нефти на мировые рынки [1]. Для Украины Россия останется основным поставщиком нефти и газа в долгосрочной перспективе, учитывая их большие запасы и минимальное расстояние для транспортировки.

Развитие полномасштабного взаимовыгодного экономического сотрудничества с Россией позволит: решить сложнейшие вопросы работы отраслей ТЭК, загрузить более 80% мощностей нефтеперерабатывающих заводов, увеличить экспорт товаров и оборудования, обеспечить газом население и промышленность, участвовать украинским предприятиям в российских и совместных с РФ международных проектах, создать мощные финансово-промышленные группы и т. д.

В результате проведенных исследований сделан следующий вывод: необходима разработка на правительственном уровне и реализация следующих межгосударственных мероприятий для повышения эффективности сотрудничества в энергетической сфере с Россией:

- 1) соглашение о проведении совместной тарифной политики в сфере транспортировки нефти и газа (совместные расчеты и согласование тарифов на транспортировку) с целью минимизации цен на энергоносители;

- 2) для совместной работы на территории Украины, а также на территории России необходимо подготовить совместные предложения об участии украинских предприятий в разведке и разработке месторождений нефти и газа; строительных организаций в сооружении объектов нефтега-



зовой промышленности; проектных и научно-исследовательских институтов в проектировании объектов нефтегазовой промышленности;

3) публиковать ежегодный совместный российско-украинский баланс поставок углеводородного сырья для Украины и для транзитных поставок.

Энергетическая политика в обеих наших странах и ее отражение в сфере украинско-российских экономических отношений требует самого пристального внимания не только в силу очевидной значимости энергообеспечения для любого современного государства. Именно в этой сфере наиболее отчетливо проявилось взаимовлияние последствий распада общего экономического пространства России и Украины. Нормализация украинско-российских внешнеэкономических отношений, а также развитие эффективного сотрудничества с РФ в поставке и транспортировке энергоносителей, электроэнергии и оборудования будет активно способствовать стабильному развитию экономик Украины и России.

---

**Литература:** 1. Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова // <http://www.ucerps.org.ua/>. 2. Ответ на "русский вопрос" по-украински // <http://www.vlasti.net//ВЛАСТИ.НЕТ//> 3. Кулик Виталий. Особенно "чувствительные" проблемы украинско-российских отношений // <http://www.inosmi.ru//inosmi.ru/>.

---

**Твердохлеб А. Ю.**

УДК 658.5

Студент 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **АКТУАЛЬНОСТЬ ЛИЗИНГА В УСЛОВИЯХ ТРАНЗИТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ**

На современном этапе развития мирового сообщества, который характеризуется переходом от индустриального к постиндустриальному развитию, интеллектуальному капиталу отводится роль непосредственной производственной силы [1]. Процесс глобализации в целом и непосредственно формирование единого информационного пространства способствуют тому, что современные достижения науки, техники и технологии достаточно быстро становятся достоянием всех, занятых в производстве данного товара или услуг, и в конкурентной борьбе выигрывает тот, кто быстрее и эффективнее внедрит эти достижения в производство. В этой связи основой развития экономики Украины, повышения конкурентоспособности ее предприятий является последовательное претворение в жизнь стратегии инновационного развития.

Одним из путей формирования интеллектуального капитала предприятия является использование лизинга [2]. Лизинг – это вид инвестиционной деятельности, при котором лизингодатель (лизинговая компания) приобретает у поставщика оборудование (предмет лизинга) и затем сдает его в аренду за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях лизингополучателю с последующим переходом права собственности к лизингополучателю. Используя такой вид финансирования, предприятие может продолжать производство и осуществлять при этом модернизацию основных фондов, не омертвляя собственный капитал. Целью данной работы является рассмотрение на конкретном примере структуры выплат по финансовому лизингу, которые связаны с модернизацией производственного процесса.

Для промышленно развитых стран лизинг занимает второе место по объему инвестиций после банковских кредитов. В Украине наиболее привлекательными, с точки зрения внедрения лизинга, являются машиностроение, угольная промышленность, транспорт, агропромышленный комплекс. В последнее время получает также распространение лизинг для физических лиц.

Чтобы разобраться в системе функционирования лизинга, остановимся сначала на некоторых основополагающих понятиях. Лизинг предполагает взаимодействие между двумя его субъектами, которыми являются:

лизингодатель, то есть юридическое или физическое лицо, которое за счет привлеченных или собственных средств в ходе реализации лизинговой сделки приобретает в собственность имущество и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное пользование;

лизингополучатель, то есть юридическое (или физическое) лицо, которое в соответствии с договором лизинга принимает во временное пользование предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях.

Предметом лизинга могут служить оборудование или техника, которые согласно действующему законодательству Украины [3] входят в состав основных средств (фондов) субъектов предпринимательской деятельности.

---

© Твердохлеб А. Ю., 2008



Различают два вида лизинга: оперативный и финансовый. В соответствии с положением об оперативном лизинге по окончании срока договора имущество, предоставленное лизингодателем, возвращается к нему в обязательном порядке. В этом смысле оперативный лизинг – это та же аренда, но в отличие от последней лизингодатель предоставляет ряд дополнительных услуг, что создает с позиции лизингополучателя этому виду инвестирования преимущество перед арендой. В данные услуги могут входить оформление, доставка, страхование и т. д. в зависимости от условий договора. При финансовом лизинге предмет лизинга переходит к лизингополучателю на условиях, предусмотренных договором, хотя в этом плане существуют некоторые ограничения. Так, Законом Украины "О лизинге" закрепляется минимальный срок передачи имущества, на протяжении которого должна произойти амортизация минимум 60 % стоимости объекта лизинга.

Для Украины актуальность развития лизинга, включая формирование лизингового рынка, обусловлена, прежде всего, неблагоприятным состоянием парка оборудования, поскольку значительный удельный вес имеет морально устаревшее оборудование, низкая эффективность его использования, нет обеспеченности запасными частями и т. д. На сегодняшний день Украина нуждается в наращивании производственных мощностей, а значит любой вид инвестирования в сферу производства скажется благоприятно на ее экономическом потенциале. Наряду с этим лизинг является прогрессивной финансовой технологией, которая обеспечивает высокую степень безопасности сделки, позволяя застраховать себя от непредвиденных потерь. Следует также отметить, что при заключении договора лизинга удовлетворяются интересы обеих сторон, лизинг сглаживает противоречия между субъектами контракта и позволяет арендатору получить возможность использовать дорогостоящую технику без больших начальных капитальных вложений, а также возможность оплатить аренду по мере получения прибыли от эксплуатации арендованного оборудования или машин, ну а арендодатель, в свою очередь, расширяет сбыт при относительном снижении риска потерь от неплатежеспособности заказчика.

Вполне логичен вопрос о выгоды предложений по лизингу. Безусловно, невозможно дать однозначный ответ. Для каждой конкретной сделки и каждого конкретного сравнения лизинга с кредитом или покупкой за счет собственных средств ответ на вопрос будет различным. В зависимости от возникших обстоятельств один из вариантов может оказаться более выгодным, а другой – менее. Нужно отметить, что на стоимость лизинговой сделки влияют несколько факторов. Во-первых, существенный вклад в общую стоимость лизинговых выплат вносят затраты лизингодателя на приобретение объекта лизинга, техническое обслуживание на весь срок договора, на регистрацию объекта лизинга и уплату всех налогов и сборов, страхование, вознаграждение лизинговой компании и т. д. в зависимости от пакета услуг, заказанного вами. Во-вторых, необходимо принимать во внимание срок договора: чем он дольше, тем больше затраты лизингодателя на дополнительные услуги и тем дороже лизинг. В-третьих, большую роль играют налоги, которые вам нужно уплачивать. И, можно добавить, что при сравнении лизинга с кредитом или покупкой за собственные средства нужно учитывать, что ежегодно происходит удорожание объекта лизинга в среднем на 16-20 % в год. И главное преимущество лизинга, состоит в том, что для каждой сделки существует возможность индивидуального подхода, поэтому необходимо оценивать ситуацию, анализировать показатели по разным предложениям и, конечно же, останавливаться на самом эффективном варианте, который позволит сократить ваши издержки.

Рассмотрим на конкретном примере как именно формируется размер лизинговых платежей. Нас будет интересовать финансовый лизинг, поскольку в этом случае по истечению срока договора предмет лизинга перейдет в нашу собственность. Пусть на момент заключения договора объект лизинга имел стоимость \$20 000. В результате предварительного анализа были выбраны следующие данные, положенные в основу расчета лизинговых выплат [4]:

лизинговый процент – 20% в год от стоимости объекта лизинга;

норма амортизации составляет 15% в год;

лизинговый платеж включает лизинговый процент и амортизацию объекта лизинга за текущий период;

срок финансового лизинга – 5 лет;

периодичность лизингового платежа – ежеквартально.

Поскольку лизинговый платеж осуществляется ежеквартально, то есть четыре раза в год, то размер амортизационный отчислений в данном квартале определялся путем умножения остаточной стоимости оборудования на коэффициент  $0,15/4$ . Начисления по лизинговому проценту определялись, исходя из среднегодовой стоимости оборудования. В соответствии с этим в течение первого года необходимо провести лизинговые платежи в размерах, представленных в таблице.

Таблица

**Лизинговые платежи в течение первого года (\$)**

Квартал	Остаточная стоимость оборудования	Амортизационные отчисления	Начисления по лизинговому проценту	Лизинговый платеж
I	20 000,0	750,0	1 000	1 750,0
II	19 250,0	721,9	1 000	1 721,9
III	17 528,1	657,3	1 000	1 657,3
IV	16 870,8	632,6	1 000	1 632,6
Среднегод. стоимость оборудования	18 412,2			
Сумма лизингового платежа за 1-й год				6 751,8



Проведем аналогичные расчеты для вычисления размера лизинговых платежей в течение последующих четырех лет, используя программное обеспечение MS Excel. Получаем, что за 2-й год выплаты по договору лизинга составят \$6 074,24, за 3-й – \$5 241,8; за 4-й – \$4 498,6, а за 5-й – \$3 860,9. Таким образом, общая сумма лизинговых выплат достигнет \$26 427,3, остаточная стоимость оборудования при этом составит \$9 152,7.

Если учесть обесценивание денег для лизингополучателя (инфляцию на уровне 15% в год), то общая сумма выплат по лизингу составит всего лишь:

$$\frac{6\,751,8}{(1+0,15)^4} + \frac{6\,074,2}{(1+0,15)^3} + \frac{5\,241,8}{(1+0,15)^2} + \frac{4\,498,6}{(1+0,15)} + 3\,860,9 = 19\,590,6 \text{ (\$)}$$

Таким образом, применение лизинговых схем является удобным инвестиционным механизмом для технического переоснащения украинских предприятий, способствует увеличению производственных мощностей субъектов хозяйствования, выпуску ими качественной конкурентоспособной продукции и, как следствие, увеличению прибыли и налоговых поступлений в бюджеты различных уровней. Лизинг позволяет украинской промышленности успешно пройти процесс возрождения, способствует привлечению инвестиций и дает определенные гарантии возвратности, что снижает риски инвесторов.

**Литература:** 1. Интеллектуальный капитал // <http://ru.wikipedia.org/wiki/> 2. Холодный Г. А. Лізинг в інвестиційному механізмі інноваційного розвитку підприємств. Наукове видання. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 196 с. 3. Закон України "Про лізинг" // Відомості Верховної Ради. – 1998. – №16. 4. Лебедева И. Л. Математическое программирование в совершенствовании механизма лизинга / И. Л. Лебедева, Г. А. Холодный // Вестник ХГПУ. – 2000. – Выпуск 122. – С. 56 – 59.

**Бибик А. А.**

УДК 351.84.

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ОПТИМИЗАЦИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ СВОБОДНЫХ РЕЗЕРВОВ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ

Развитие страхового рынка в Украине в 2007 происходило на фоне падения мировых финансовых индексов. Причиной того был ипотечный кризис в США, следствием чего стало банкротство многих финансовых учреждений во всем мире. Украинский фондовый рынок также ощутил на себе влияние мировых тенденций, что, в свою очередь, также повлияло и на многие финансовые и кредитные учреждения: банки, страховые компании, компании по управлению активами.

Поскольку об окончательном становлении украинского страхового рынка говорить рано, то и в вопросе эффективного управления резервами страховых компаний следует учитывать украинскую специфику. На Украине страховщики получают основную долю чистой прибыли от своей основной (страховой) деятельности, в то время как зарубежные страховые компании – формируют свою прибыль (около 70 %) за счет инвестиционной деятельности и управления своими активами и резервами [1]. Специалисты отмечают, что на данный момент страховые компании заняты наращиванием объемов продаж и увеличения доли рынка, не уделяя должного внимания управлению активами и получению дополнительного инвестиционного дохода [2].

На Украине также развивается страхование жизни как альтернатива негосударственным пенсионным фондам.

Законом Украины "О страховании" установлены нормативы формирования резервов для рискованных видов страхования: резервы незаработанных премий и резервы убытков. Основными направлениями вложений резервных фондов для страховых компаний Украины являются депозиты, акции, облигации и недвижимость. Однако, по мнению автора, ограничения по направлениям и объемам вложений со стороны Госфинуслуг существенно тормозят как развитие фондового рынка, так и рынка страхования. Дополнительное предписание препятствует нормальному функционированию страховых компаний – обязанности соответствия кредитного рейтинга банковского учреждения, в котором размещены страховые резервы, инвестиционному уровню по национальной шкале, установленной законодательством.

На сегодня, согласно Закону Украины "О страховании", рискованные страховые компании обязаны размещать не более 10% резервов на текущих счетах, до 70% – в банковских депозитах, около 20% – в недвижимости и не более 40% – в акциях и облигациях. Компании по страхованию жизни

© Бибик А. А., 2008

могут держать до 10% своих резервов на текущих счетах, около 50% – в банковских депозитах, до 20% – в недвижимости и порядка 50% – в ценных бумагах. На практике почти 50% страховых резервов размещены в банковских депозитах, что обеспечивает не более 13% годовых. Вкладывая средства страховых резервов в акции в предусмотренном законодательством ограничении – до 30%, могли бы принести страховщикам доход, намного выше полученного [3].

К преимуществам такого доверительного управления активами, по мнению автора, можно отнести:

юридическую защищенность (при передаче страховых резервов в управление не происходит перехода прав собственности от страховой к управляющей компании);

профессиональное управление (управлением активами страховщика будет заниматься целая команда профессионалов);

ликвидность (возможность оперативно изъять часть средств из управления);

конкурентоспособность (возможность разрабатывать и предлагать страховые продукты с лучшими тарифами, развивать страховой бизнес, опираясь на инвестиционные возможности управляющей компании);

контроль (получение регулярных отчетов о деятельности КУА по управлению резервами и соблюдении требований регулятора).

Обычно выбор направлений инвестирования и соответственно портфеля инвестиций зависит от страхового портфеля компании, то есть от ее обязательств перед страхователем. Соответственно, важнейшими требованиями, которые страховые компании предъявляют к размещению страховых резервов, является сочетание трех факторов:

допустимый уровень риска размещения страховых резервов (обеспечение возвратности инвестированной суммы);

разумный доход (доход, соответствующий уровню риска);

ликвидность (возможность изъять деньги в разумно короткий срок без потерь за быстроту изъятия).

Принимая решение об инвестировании своих свободных средств, компания рассчитывает получить максимальную прибыль, которую на сегодня можно получить только на фондовом рынке Украины [2].

Рассматривая структуру активов страховых компаний, необходимо отметить, что более 50% приходится на депозиты и денежные средства. Принимая во внимание низкую доходность данного инструмента, можно сказать, что невысокий инвестиционный доход обеспечивается именно размещением свободных средств на депозитах.

Что касается вложения страховщиками своих активов в ценные бумаги, то непопулярность этого инструмента обусловлена вопросами работы с рисками при краткосрочном (рисковое страхование) или долгосрочном инвестировании (страхование жизни) – вопрос рисков и инвестиций в тот или иной продукт взаимосвязаны. Эксперты считают неадекватной долю государственных ценных бумаг в активах страховщика, так как при правильном использовании этих облигаций (с доходностью не более 9%) совместно с рисковыми облигациями предприятий обеспечивает большую доходность (18-21%), нежели депозиты. Поэтому с точки зрения управления рисками этот продукт является более предпочтительным, чем размещение депозитов в банке, и его доходность превышает стандартный банковский продукт. Если говорить о доли акций в портфеле страховщиков (13-14%), то он не соответствует реальному темпу роста, который этот продукт показывает.

У страховой компании существует несколько путей размещения резервов на фондовом рынке:

прямая покупка (самостоятельное управление активами);

открытие счета в компании по торговле ценными бумагами с последующими "формальными" указаниями по покупке-продаже ценных бумаг – не более 35% суммы страховых резервов;

доверительное управление может оказываться только банковскими учреждениями (договор доверительного управления может содержать условие привлечения КУА для управления активами) – не более 35% суммы страховых резервов;

инвестирование в публичные ИСИ не более 5-10% суммы страховых резервов;

создание индивидуального ИСИ (венчурный фонд) не более 5-10% суммы страховых резервов.

В результате, по мнению автора, инвестиционная политика страховых компаний будет соответствовать основным принципам диверсификации, безопасности, ликвидности и, безусловно, прибыльности. При этом, уровень риска, связанный с той или иной стратегией инвестирования, будет предельно допустимым.

---

**Литература:** 1. [www.uaib.com.ua/files/articles/373/23\\_4.ppt](http://www.uaib.com.ua/files/articles/373/23_4.ppt) 2. Масленников Вячеслав. Как страховые компании могут заработать на фондовом рынке? // [forinsurer.com/public/08/01/08/3316](http://forinsurer.com/public/08/01/08/3316) 3. Закон Украины "Про страхування" // [zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=85%2F96-%E2%F0](http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=85%2F96-%E2%F0) 4. Розпорядження "Про затвердження Правил формування, обліку та розміщення страхових резервів за видами страхування, іншими, ніж страхування життя" // [uazakon.com/document/fpart32/idx32234.htm](http://uazakon.com/document/fpart32/idx32234.htm)

Студент 5 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУР ФРАНЦИИ И ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Развитие международного бизнеса в результате процесса глобализации все большее значение придает межкультурному общению стран. Ведь каждая отдельно взятая страна представляет собой уникальную культуру, имеющую право на существование и требующую уважения.

Переговоры с зарубежными партнерами, поставщиками, заказчиками и кредиторами обязывают участников международных экономических отношений ознакомиться с культурными особенностями разных стран и придерживаться устоявшихся норм и обычаев при ведении бизнеса.

Отличительные характеристики имеют страны одинаковых регионов. Целью написания данной статьи является раскрытие культурных особенностей Франции и Великобритании. Эти две страны – соседи, но несмотря на свое близкое географическое положение, они так различны и в повседневной, и в деловой жизни.

В ходе написания работы были решены следующие задачи: рассмотрены культурные особенности Великобритании и Франции; проведен сравнительный анализ деловых и повседневных аспектов жителей выбранных стран.

Рассмотрим сравнительную таблицу ценностей Великобритании и Франции, основанную на характерных чертах деловой и общественной жизни двух культур.

Таблица

Ценности английской и французской культур

Англичане	Французы
Консерватизм	Логика
Стремление поддержать неудачника	Мессианизм
Юмор	Любопытство
Компромисс	Нелюбовь к компромиссам
Сдержанность	Индивидуализм
Дипломатичность	Эгоизм
Мессианизм	Цинизм
Классовость	Чувство интеллектуального превосходства
Изобретательность	Храбрость и уверенность в своих силах
Любовь к дебатам	Сообразительность

Список ценностей французов и англичан кардинально отличается друг от друга. Всего одна общая ценность – мессианизм, присущая двум нациям, что говорит об уникальности каждой отдельно взятой культуры. Различия в ценностях приводят к различиям в социальной и деловой сферах.

Французы не могут представить свою жизнь без языка жестов, они "говорят" руками. Использование жестов в данной стране неравномерно. – Чем дальше на юг, тем оживленней становится жестикуляция.

Напротив, британцы чрезмерно скупы на жесты, в результате чего излишняя жестикуляция может поставить вас в неудобное, недвусмысленное положение. В таком случае лучше держать "руки в карманах".

Французы обычно стоят очень близко к друг другу чего не скажешь об представителях Великобритании, которые рассматривают такое поведение как вторжение на свою личную территорию. Французы считают, что необходимо улыбаться только в том случае, когда есть что-нибудь заслуживающее улыбки, и считают фальшивыми улыбки американцев. Они скорее предпочтут сдержанность. Необходимо сидеть прямо, не сутулясь и не ставя локти на стол, слишком непринужденные позы рассматриваются как неуважение или признак плохого воспитания.

Особое внимание французы уделяют тональности голоса из-за чего детей учат не повышать голос, а громко рассказанная история в общественном месте рассматривается данной нацией как дурной тон.

Что касается одежды, население Великобритании придерживается консервативного стиля. Здесь не принято на работе или вне ее появляться разодетым. Наоборот, наилучшее впечатление вы сможете произвести, если наденете классический, ухоженный наряд.

Деловой стиль для мужчин-британцев это темный костюм, однотонная рубашка, консервативный галстук и начищенные туфли на шнурках (мокасины считаются обувью на каждый день). Деловым женщинам Великобритании следует избегать большого количества ювелирных украшений и ярких тканей. Предпочтительны нейтральные тона и высокое качество тканей.

Французы считают, что одежда не должна быть слишком дорогой или обязательно французской, но выглядеть следует модно. Вышедшая из моды одежда – это единственная вещь, от которой французы могут поморщиться.



В деловых ситуациях французы одеваются формально, стильно и элегантно и ведут себя соответственно. Мужчины-иностранцы должны быть одеты в темный костюм, женщины – со вкусом, в несколько консервативную одежду и обязательно иметь соответствующие аксессуары.

Не следует жалеть времени на себя идя на прием к французам. Ухоженные волосы, ногти, опрятность в одежде являются залогом успеха удачных переговоров.

Относительно вербального общения, французы и англичане абсолютно различны. Французы наслаждаются вербальным конфликтом, но при этом практически всегда говорят не по существу. Они слишком часто используют двусмысленные и не прямые высказывания, из-за чего, как правило, предпочитают проводить переговоры на родном, (французском) языке, чтобы не потерять вербального искусства родной речи.

Англичане в своем вербальном общении разделены на 2 группы согласно классовым различиям: представители высшего класса предпочитают элегантные построения фраз, некоторую загадочность, в то время как средний класс высказывается прямолинейно. Иностранцам следует быть готовыми к таким различиям в стиле общения.

Французы очень вежливая нация, зайдя в ресторан, кафе или садясь в такси необходимо улыбнуться и сказать "bonjour", иначе вас посчитают невежей. Встреча с французом непременно сопровождается рукопожатием, приветливым зрительным контактом и улыбкой. Рукопожатие должно быть довольно энергичным. В рабочей обстановке среди мужчин инициатива рукопожатия должна исходить от персоны высокого статуса и старшего по возрасту.

Поцелуй при встрече – неотъемлемый атрибут, для французам характерно два поцелуя в разные щеки, для британцев – один поцелуй в правую щеку.

Легкое рукопожатие для англичан является важным вежливым признаком. Хотя на работе, придя утром и попрощавшись вечером, британцы не обмениваются рукопожатиями с коллегами. В Великобритании принято смотреть прямо в глаза своему собеседнику, однако такой взгляд не должен быть очень пристальным и долгим иначе он будет рассмотрен как невежливый и грубый жест.

В соответствии с британским бизнес-протоколом, пунктуальность очень важна на любой деловой встрече, приеме или ужине, чего не скажешь о французских коллегах, у которых опоздание на 15 минут является правилом хорошего тона. В Лондоне, если человек, с которым вы договорились встретиться, заставляет вас ждать без особых причин, значит он проявляет свою силу.

В Великобритании деловую встречу начинают с формального представления, сопровождающегося традиционной чашкой чая с печеньем и непринужденной десятиминутной беседой. Французы же, в свою очередь, ограничиваются формальным представлением и пятнадцатиминутной беседой. Во Франции обмен любезностями может несколько затянуться. И если повестка дня вообще существует, то могут начать с вопроса номер пять, затем перейти ко второму, после чего рассмотреть два других вопроса одновременно. В течение переговоров англичане подготавливают почву для долгосрочного сотрудничества, а французы всячески приводят доказательства верности своей позиции за счет аргументации. Англичане хорошие слушатели, они приучены к дебатам и внимательно слушают, чтобы подготовить конструктивный ответ. Обычно они молчаливы и не перебивают докладчика своими вопросами и комментариями, хотя могут возникать и исключения. Такая тактика поведения обеспечивает хорошую обратную связь. Французы, несмотря на то, что являются прекраснейшими ораторами, не проявляют никаких качеств слушателей. Уверенность в собственном интеллектуальном превосходстве не позволяет им поверить в то, что они услышат что-то новое. Беседуя с французами необходимо придерживаться лаконичности и логичности в своих высказываниях.

Затрагивая вопросы управления персоналом нельзя не упомянуть об авторитарности и харизматичности французских руководителей, соблюдающих строгую иерархию в руководстве. Приказы французам всегда направлены сверху вниз. Что же касается англичан как руководителей, то они предпочитают руководить ненавязчиво, как бы со стороны наблюдая за работой своих подчиненных. Такие руководители поддерживают контакт с менеджерами среднего звена, хотя в нужный момент могут проявить решительность. Сохранившаяся классовость общества заставляет англичан держать некоторую дистанцию власти.

Основными достоинствами английских менеджеров являются дипломатичность и рассудительность, в то время как главными козырями французам выступает красноречие и умение общаться. Страсть французам к победе в споре часто затмевает поиск той самой истины, в результате чего основной задачей становится победа в споре, а не правота. Англичане же слишком консервативны в своих взглядах и не желают учить иностранные языки.

В Великобритании не принято дарить подарки деловым партнерам, идеальным вариантом является приглашение партнера на обед. Но если вас все-таки пригласили домой, то придя с собой возьмите шоколадные конфеты, ликер, шампанское или цветы. Не дарите белые лилии (только на похороны), и красные розы (если не хотите сообщить о своем романтическом интересе).

Собираясь в гости к французам лучшим подарком для хозяйки будет коробка хороших шотландских конфет. Если все же решите купить цветы, то ни в коем случае не хризантемы (только на похороны). Не стоит покупать вино, так как не достаточно хорошее вино сделает вас жадной в глазах гостеприимных хозяев, а слишком изысканное – назовет хозяину на недостаточно хороший ассортимент вина в его собственном погребе.

Несмотря на различия столь романтических и элегантных французам с консервативными англичанами, следует научиться понимать позиции и тех, и других, знать их ценности, учитывать особенности поведения, перейти от поучений к равноправному сотрудничеству.

Придерживаясь английских и французских культурных особенностей непременно можно стать желанным гостем и надежным партнером в бизнесе.

Студент 3 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ЯК ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ТА КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах кризи неплатежів та застосування до багатьох підприємств процедур банкрутства (неспроможності) об'єктивна оцінка їх фінансового стану має пріоритетне значення.

Оцінка платоспроможності базується на даних про дебіторську та кредиторську заборгованість підприємства.

Виникнення дебіторської та кредиторської заборгованості обумовлено неспівпаданням моменту відвантаження готової продукції, виконання робіт, послуг, одержання товарно-матеріальних цінностей, нарахування зарплати і платежів до бюджету з моментом їх оплати. Значні розміри дебіторської та кредиторської заборгованості призводять до перерозподілу обігових коштів.

Дебіторська заборгованість – сума заборгованості дебіторів підприємства на певну дату. Кредиторська заборгованість — це заборгованість підприємства постачальникам, підрядникам й іншим кредиторам за отримані товарно-матеріальні цінності, виконані роботи, послуги тощо.

Аналіз дебіторської та кредиторської заборгованості включає: вивчення даних балансу про рівень збільшення або зменшення заборгованості протягом звітного періоду; виявлення недопустимої заборгованості і з'ясування причини її утворення.

За характером утворення і строками виникнення дебіторську і кредиторську заборгованість ділять на допустиму (нормальну, виправдану) і недопустиму (невиправдану, ненормальну, злочинну). Недопустима заборгованість групується за строками утворення: до 1 місяця, до 3 місяців, до 1 року, більше 1 року і безнадійна.

Допустима (виправдана) дебіторська заборгованість — це заборгованість, що утворилася згідно з діючими формами розрахунків і строк оплати якої ще не наступив.

Недопустима (невиправдана) дебіторська заборгованість — заборгованість конкретних осіб при нестачах, розтратах і розкраданні, втратах від псування товарно-матеріальних цінностей, не списаних з балансу у встановленому порядку, прострочена заборгованість та ін.

Дебіторська заборгованість відображена у розділі III активу (р. 160 – 210) в групі товарів відвантажених, виконаних робіт і послуг та за статтями, об'єднаними під назвою "Розрахунки з дебіторами".

До виправданої кредиторської (допустимої) заборгованості відноситься заборгованість постачальників за акцептованими платіжними вимогами, непрострочена заборгованість до бюджету.

Невиправдана кредиторська заборгованість — прострочена заборгованість постачальникам; за оплатою праці; прострочена заборгованість до бюджету зі сплати податків та обов'язкових платежів; позики, не погашені своєчасно; аванси покупців у рахунок майбутніх відвантажень, які не отоварені протягом трьох днів і не враховані в складі іншої кредиторської заборгованості. Цю заборгованість аналізують за причинами і строками утворення [1].

Кредиторська заборгованість відображена у розділі III і IV пасиву (р. 440 – 610). Вона включає заборгованість за довго- і короткостроковими кредитами та позиками, що не погашені в строк, заборгованість за статтями, об'єднаними під назвою "Розрахунки з кредиторами" та інші короткострокові пасиви.

Під час проведення економічного аналізу дебіторської та кредиторської заборгованості слід звернути увагу на дотримання термінів документообігу, своєчасність передачі в банківські установи розрахункових документів, факти виписок безтоварних платіжних вимог, причини, з яких товари перебувають на відповідальному зберіганні, ефективність застосування санкцій до неплатників [2].

У сучасних ринкових умовах система бухгалтерського обліку і аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств повинна задовольняти потрібною інформацією про стан дебіторської та кредиторської заборгованості керівників (інших користувачів) не тільки на фіксовану дату, але і в динаміці — для визначення тенденцій подальшого розвитку підприємства, визначення правильного напрямку його подальшої фінансово-господарської діяльності.

**Література:** 1. Іваненко В. І. Економічний аналіз господарської діяльності / В. І. Іваненко, М. А. Болух. – К.: ЗАТ "НІЧЛАВА", 2001. – 450 с. 2. Інструкція "Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій", затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 року № 291 і зареєстрованою в Міністерстві юстиції України 21 грудня 1999 року за № 893/4186 // [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua) 3. Бочаров В. В. Финансовый анализ. – СПб.: Питер, 2007. – 390 с. 4. Гадзевич О. І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємств. – К.: Кондор, 2004. – 450 с. 5. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р. № 996-XIV // Бухгалтерський облік: збірник систематизованого законодавства / Уклад. Я. Кавторєва, В. Кузнецов. – 14-те вид. – Харків: Фактор, 2007. – 704 с.

## УЦЕНКА ТОВАРОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Цены являются одним из главных инструментов системы управленческого учёта. Ценовая политика может реально влиять на объёмы товарооборота и, как следствие, на прибыль любого предприятия.

Большинство товаров на потребительском рынке имеют определённый срок их реализации, а некоторые из них не соответствуют стандартам качества. А, как известно, реализация таких товаров в розничной торговле возможна при соответствии их цены и спроса на них. Поэтому торговым предприятиям приходится установленные ранее цены снижать для того, чтобы реализовать товар. Этот процесс называется уценкой товаров, что есть частым случаем в современной розничной торговле. Поэтому, вопрос об уценке товаров является очень актуальным в современной розничной сети реализации товаров.

Уценка товаров осуществляется в соответствии с нормами Положения о порядке уценки и реализации залежавшейся продукции из группы товаров широкого потребления, продукции производственно-технического назначения и избыточных товарно-материальных ценностей, утверждённого совместным приказом Министерства экономики Украины и Министерства финансов Украины от 15. 12. 99 г. №139/300 (далее – Положение об уценке) [1].

Уценка товаров производится на торговых предприятиях и в организациях всех форм собственности по мере необходимости по решению руководителя (собственника) предприятия.

Уценке подлежат залежавшиеся (не имеющие сбыта свыше трёх месяцев) и не пользующиеся спросом товары широкого потребления, а также товары и продукция, которые частично утратили своё первоначальное качество.

Не подлежат уценке товары и продукция на ответственном хранении, а также технически сложные товары, на которые нет производственного паспорта, испорченные и непригодные к эксплуатации.

Уценка товаров проводится по данным инвентаризации. Однако согласно Положению об уценке руководитель предприятия может принять решение относительно уценки без проведения инвентаризации, то есть по состоянию на первое число месяца по данным учёта.

Для проведения процесса уценки товаров создаётся специальная комиссия. Она составляет Описи-акты, в которых содержатся перечни товаров, подлежащих уценке. В этих документах указываются: полное название, количество, розничная цена товара, название предприятия-производителя и предложения относительно размера уценки. Потом они подаются на рассмотрение руководителю предприятия, который решает вопрос о проведении уценки.

Сумма уценки товаров, продукции и излишних товарно-материальных ценностей отражается в порядке, предусмотренном нормами П(С) БУ 9 "Запасы", где сказано, что запасы отражаются в бухгалтерском учёте и отчётности по наименьшей из двух оценок: первоначальной стоимости или чистой стоимости реализации. Если на дату составления баланса запасы утратили первоначально ожидаемую экономическую выгоду, то они отражаются по чистой стоимости реализации [2].

Согласно нормам П(С)БУ 9 "Запасы" сумма, на которую первоначальная стоимость запасов превышает чистую стоимость их реализации, списывается на расходы отчётного периода.

Суммы недостач и потерь от порчи ценностей до принятия решения о конкретных виновниках отражаются на забалансовых счетах. После установления лиц, которые должны возместить потери, надлежащая к возмещению сумма зачисляется в состав дебиторской задолженности (или других активов) и доход отчётного периода [3].

Теперь охарактеризуем то, каким образом уценка товаров влияет на налогообложение.

Уценка товаров с целью налогового учёта не изменяет валовых доходов или валовых расходов налогоплательщика, связанных с приобретением товаров, подлежащих уценке. Таким образом, уменьшение балансовой стоимости товаров в налоговом учёте при проведении уценки не должно отражаться, как это делается в бухгалтерском учёте.

Как видим, процесс уценки товаров на предприятиях в розничной торговле проходит довольно таки тщательно. С целью уценки создаётся специальная комиссия, которая составляет Опись-акт на основании инвентаризации. Уценке подлежат определённые товары. Результаты уценки в бухгалтерском учёте отражаются в том месяце, в котором был составлен Опись-акт уценки. Также важно отметить, что уценка, то есть уменьшение балансовой стоимости товаров, в налоговом учёте не должна отражаться.

---

**Литература:** 1. Положение о порядке уценки и реализации залежавшейся продукции из группы товаров широкого потребления, продукции производственно-технического назначения и избыточных товарно-материальных ценностей, утверждённое Приказом Министерства экономики Украины и Министерства финансов Украины от 15 декабря 1999 г. № 149/300 // [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua) 2. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 9 "Запасы", утверждённое Приказом Министерства финансов Украины от 20 октября 1999 г. № 246 // [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua) 3. Переверзева Е. Уценка товара и её влияние на бухгалтерский и налоговый учёт // *Главбух*. – 2006. – №21. – С. 13 – 16. 4. Закон Украины "О бухгалтерском учете и финансовой отчетности" от 16 июля 1999г. № 996-ХІУ // [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua) 5. Безлюдная Е. Бухгалтерский и налоговый учёт уценки товаров на предприятиях розничной торговли // *Бухгалтерия. Налоги. Бизнес*. – 2006. – №16. – С. 16 – 22.

Студент 3 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ВИКОРИСТАННЯ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК У ВІДРЯДЖЕННЯХ

Відрядження є закономірним явищем у діяльності кожного підприємства, що прагне стабільно функціонувати, розширює свою виробничу мережу, шукає нові ринки збуту, нових постачальників. З огляду на нові тенденції розвитку національної економіки та у зв'язку з появою і поширенням нових платіжних засобів – банківських платіжних карток – проблема організації й здійснення відряджень при використанні цих розрахункових інструментів є надзвичайно актуальною і потребує всебічного розгляду, зокрема з точки зору бухгалтерського обліку.

Одним з основних законодавчих нормативів, що регулюють порядок організації відряджень на підприємствах та порядок відображення в бухгалтерському обліку витрат на них, є Інструкція № 59 [1]. Роботу з платіжними картками в Україні регулює Положення № 137 [2].

Згідно з Інструкцією № 59, відряджаючи працівника, підприємство повинно забезпечити його авансом готівкою або перерахувати грошові кошти у безготівковій формі на відповідний рахунок для використання із застосуванням особистих чи корпоративних платіжних карток. Більшість вітчизняних великих і середніх підприємств усе частіше надають останньому варіанту. При цьому розрахунки пластиковою картою у відрядженні можуть здійснюватися або безпосередньо з картрахунку (безготівковим шляхом), або за рахунок готівки, отриманої з карткового рахунку через банкомат (готівковим шляхом). Розглянемо детальніше оплату витрат на відрядження безготівковим способом.

При наданні авансу за допомогою корпоративної платіжної картки відрядження вимагає матеріальних і часових витрат на емісію додаткової картки для відряджуваного працівника, якщо він її ще не має. В бухгалтерському обліку для відображення коштів на картрахунках і розрахунків за допомогою корпоративних карток можуть використовуватись субрахунки 313 "Інші рахунки в банку в національній валюті" та 314 "Інші рахунки в банку в іноземній валюті" [3].

Також для забезпечення відряджуваного працівника авансом може використовуватися як платіжна картка працівника, емітована в рамках зарплатного проекту, так і його особиста картка, емісія якої не пов'язана з діяльністю підприємства. Така можливість виплати авансу на відрядження з'явилася відносно недавно – після відповідних змін у законодавстві. Цей напрямок використання платіжних карток на підприємстві є перспективним і обмежується тільки наявністю картки у працівника.

Підприємство саме обирає, яку з платіжних карток обрати для надання відряджуваному працівнику авансу у безготівковій формі.

І. Губіна [3] зазначає, що використання корпоративних платіжних карток усуває проблему віднесення витрат з обслуговування картрахунку на валові витрати підприємства, однак це вимагає суворого контролю за цільовим використанням списаних з картрахунку грошових коштів, причому ці цілі є жорстко регламентованими.

Особисті платіжні картки відряджуваних робітників потребують контролю лише за цільовим використанням авансу, їх використання спрощує роботу бухгалтера щодо ведення обліку руху грошових коштів на рахунку. Але вони несуть з собою додаткові проблеми податкового обліку, а саме щодо відшкодування працівнику витрат, пов'язаних з отриманням готівки за картою, і віднесенням їх на валові витрати. Також законодавством не передбачена можливість перерахування на особисті картки працівників грошей на господарчі потреби підприємства.

У будь-якому разі, наданий відряджуваному працівнику аванс вважається грошовими коштами, виданими йому в підзвіт. Згідно з Положенням № 137 при використанні корпоративних карток такими є грошові кошти, списані з картрахунку за здійснені операції, а при використанні особистих карток – кошти, зараховані на картрахунок працівника. Враховуючи це, а також особливості вітчизняної платіжної системи, слід відзначити важливий нюанс, пов'язаний з організацією бухгалтерського обліку за корпоративним картрахунком: у момент операції відповідна сума на картрахунку спочатку блокується, а вже потім списується у період в середньому від 1 до 14 днів (а у деяких випадках до 30 днів). Заблокована сума не може вважатися виданою у підзвіт, тому підприємству доцільно вести окремий облік за заблокованими й фактично списаними з картрахунку сумами [4]. Особливого значення це набуває під час використання картрахунку в іноземній валюті та здійснення платежів за допомогою корпоративних карток за кордоном. У цьому випадку між моментами блокування й списання суми можуть виникати курсові різниці, що потребують відповідного обліку. Тим не менш, порівняно з готівковими розрахунками видача авансу відряджуваному працівнику у безготівковій формі за допомогою платіжної картки хоч і не усуває цю проблему повністю, все ж таки значно її зменшує.



Здійснення у відрядженнях безготівкових витрат за платіжними картками має ще одну перевагу для відряджуваного працівника – довший термін надання авансового звіту, а саме 10 (а інколи 20) банківських днів, на відміну від трьох днів при готівкових розрахунках.

Таким чином, використання платіжних карток у відрядженнях має більше переваг, аніж недоліків. У цілому, більшість негативних моментів пов'язана або з недосконалістю діючого законодавства, або з недостатньою розвиненістю українського карткового ринку. У перспективі організація відряджень з використанням платіжних карток, очевидно, набуде значного поширення, сприятиме прискоренню грошового обігу в країні й оптимізації діяльності вітчизняних підприємств.

---

**Література:** 1. Інструкція про службові відрядження в межах України та за кордон, затверджена наказом Міністерства фінансів України від 13.03.1998 р. № 59 // [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua). 2. Положення про порядок емісії платіжних карток і здійснення операцій з їх застосуванням, затверджене постановою Правління НБУ від 19.04.2005 р. № 137 // [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua). 3. Замазий С. Безналичные расчеты // *Налоги и бухгалтерский учет. Спецвыпуск.* – 2004. – №17-18. – С. 76 – 84. 4. Губина И. Виртуальные деньги в реальных командировках // *Бухгалтерия. Спецвыпуск.* – 2006. – № 8. – С. 56 – 60.

УДК 330.34.011

**Сизова В. С.**

Студент 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА**

Рыночная экономика по своей сути является средством, стимулирующим рост производительности труда, всемерное повышение эффективности производства. Поэтому необходимо осуществить крутой поворот к интенсификации производства, переориентировать каждое предприятие, организацию, фирму на полное и первоочередное использование качественных факторов экономического роста [1].

Важнейшим фактором повышения эффективности общественного производства был и остается научно-технический прогресс. В современных условиях формирования рыночных отношений нужны революционные, качественные изменения, переход к принципиально новым технологиям, к технике последующих поколений, требуется коренное перевооружение всех отраслей народного хозяйства на основе новейших достижений науки и техники в целях снижения трудоемкости, материалоёмкости и энергоёмкости производства [2].

В условиях перехода к рыночной экономике очень важны мероприятия по материальному стимулированию, созданию организационных предпосылок экономической и социальной мотивации работников, повышению уровня культуры производства, укреплению порядка и дисциплины, стабильности трудовых коллективов. Большую роль в решении задач эффективного хозяйствования должны занимать такие организационно-экономические факторы, как концентрация, специализация, кооперирование и комбинирование [3].

Одним из главных моментов повышения эффективности производства является режим экономии. Ресурсосбережение должно превратиться в решающий источник удовлетворения растущих потребностей в топливе, энергии, сырье и материалах. Для этого необходимо создание и оснащение народного хозяйства машинами, оборудованием, обеспечивающими высокую эффективность использования ресурсов, применение высокоэффективных малоотходных и безотходных технологических процессов [2].

Особое место в интенсификации экономики, снижении удельного расхода ресурсов принадлежит повышению качества продукции. Эта задача должна стать всенародной, предметом постоянного внимания и контроля, главным фактором в оценке деятельности каждого трудового коллектива.

На сегодняшний день в Украине существенно расширяются возможности использования всех факторов повышения эффективности производства в условиях формирования рыночных отношений. Осуществляются структурная перестройка народного хозяйства, переориентация его на потребителя; модернизация важнейших отраслей народного хозяйства – промышленности, строительства, транспорта и связи на основе высоких технологий; преодоление отставания от мирового научно-технического уровня; переход к смешанной экономике, в которой создаются на равных



правах различные формы собственности; свободное развитие всех коллективных и частных форм хозяйствования; финансовое оздоровление экономики; органичное включение страны в мирохозяйственные связи [1].

Эффективное использование факторов экономического роста общественного производства позволит сформировать регулируемое, цивилизованное рыночное хозяйство, которое станет действенным средством, стимулирующим рост производительности труда, повышение эффективности всего общественного производства, увеличение общественного богатства и благосостояние народа.

---

**Литература:** 1. Ищук Я. В. Украина в международных рейтингах // Актуальные проблемы экономики. – 2006. – №11. – С. 96. 2. Туровец О. Г. Организация производства и управления предприятием: Учебник / О. Г. Туровец, М. И. Бухалков, В. Б. Родинов. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 528 с. 3. Колесников В. И. Критерии и индикаторы эффективности мотивации труда // Актуальные проблемы экономики. – 2004. – №10(40). – С. 30 – 32.

---

**Зеленский А. Н.**

УДК 339.13.017

Студент 2 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЫНОЧНЫХ СТРУКТУР В ЭКОНОМИКЕ ГОСУДАРСТВА**

Конкуренция является неотъемлемой чертой рынка и той силой, которая дает толчок для развития экономики. Конкуренция заставляет производителей снижать цену на товар, а значит снижать издержки, улучшать качество товаров, эффективнее использовать имеющиеся ресурсы, внедрять новые технологии и достижения НТП, делать товар привлекательнее.

Конкуренция – это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, покупки и продажи товаров.

Разные виды конкуренции зависят от определенных показателей рынка. К таким показателям относят: количество товаропроизводителей, свобода их входа на рынок, дифференциация товара, участие фирм в контроле над рыночной ценой и т. п. По состоянию рынка различают совершенную и несовершенную конкуренцию (монополистическая конкуренция, олигополия, чистая монополия) [1].

Совершенная конкуренция – это конкуренция, которая основана на частной собственности и хозяйственной обособленности субъектов, она предполагает наличие большого числа покупателей и продавцов, отсутствие ценовой дискриминации. Доля каждой фирмы на рынке незначительна, ни одна из них не может влиять на цену продукта. Товары, реализуемые на данном рынке, являются однородными. Существует абсолютная информированность производителей и потребителей. Примером рынка совершенной конкуренции в Украине выступает рынок ценных бумаг.

Одним из видов несовершенной конкуренции является монополистический рынок, при котором существует большое количество продавцов, каждый из них незначительно влияет на цену товара. Данный рынок характеризуется дифференциацией продукта, легким вступлением в отрасль, информированностью производителей и потребителей. Примером монополистической конкуренции является легкая и пищевая промышленность, сфера услуг и т. д. [2].

Следующий вид – олигополия – это такая рыночная структура, при которой доминирует небольшое количество продавцов, а вход на рынок новых производителей ограничен высокими барьерами. Барьерами вхождения на олигополистический рынок являются: возможность крупных финансовых вложений, патенты, лицензии, большие расходы на рекламу. Характерными чертами олигополии являются: наличие небольшого числа производителей, стандартизированные и дифференцированные товары, всеобщая зависимость фирм друг от друга. На Украине рынком олигополии является рынок сотовой связи, рынок топлива.

Последним видом несовершенной конкуренции является рынок чистой монополии. Ему присущи: уникальность товара, невозможность вхождения в отрасль в связи с эффектом масштаба, наличием патентов, лицензий, исключительным правом собственности на редкие запасы сырья. Ярким примером монополии в Украине является украинская железная дорога [3].

---

© Зеленский А. Н., 2008

Таким образом, в любой экономической системе существуют различные виды рыночных структур, связанных между собой и несуществующих в чистом виде, каждая из которых имеет свои преимущества и недостатки. Самый большой негатив в экономическое развитие любого государства несет монополистическое производство. Поэтому важное значение имеет внедрение эффективных методов антимонопольной политики государства в экономические процессы.

**Литература:** 1. Нереев Р. М. Курс микроэкономики: Учебник для вузов. – 2-е изд., изм. – М.: Норма, 2005. – 576 с. 2. Вінченко І. І. Мікроекономіка: Навч. посібник / І. І. Вінченко, Н. В. Дацій, С. О. Корещька. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 272 с. 3. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – К.: Знання, 2006. – 630 с.

УДК 930.2(477.54/62)

**Глуценко А. М.**

Студент 1 курсу  
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

## **ІСТОРІЯ СЛОБІДСЬКОЇ УКРАЇНИ В ПРАЦЯХ ДМИТРА ІВАНОВИЧА БАГАЛІЯ**

Процес формування модерної української нації у XIX ст. відбувався за умов перебування українських земель під владою Російської та Австро-Угорської імперій. Це негативно позначилося на розвитку української історичної науки. Включно до початку XX ст. українці не мали власного цілісного погляду на своє минуле. На землях Російської імперії, уряд якої бачив в українцях лише відгалуження великоросійської народності, історія України досліджувалася як проміжна складова загальноросійської. Українські дослідники мусили вивчати історію власної Батьківщини фрагментарно. Саме такий підхід до вивчення минулого демонстрували у другій половині XIX ст. представники Київської "обласної" школи професора В. Б. Антоновича. За активного сприяння останнього українські землі здобули наприкінці XIX ст. власних літописців. Зокрема, дослідником Слобідської України був Д. І. Багалій.

Перші наукові спроби дослідити історію краю у першій половині XIX ст. намагався здійснити ще М. І. Костомаров. Проте його досвід був невдалим, на заваді стали більш потужний інтерес до історії Правобережжя і репресії, яких зазнав науковець через приналежність до Кирило-Мефодіївського братства [1, с. 29]. Тож розпочавши у 1883 р. свою наукову працю у Харківському університеті, Д. І. Багалій, за влучним спостереженням Д. Мілера, вдався до наукового освоєння "дикого поля" [2, с. 87].

Із властивою йому енергією історик заходився досліджувати минуле Слобідської України. Перш за все Д. І. Багалій зайнявся розробкою питання колонізації українською людністю степового прикордоння. Цьому аспектові дослідник присвятив такі праці, як "К истории заселения степной окраины Московского Государства" (1886), "Материалы для истории колонизации и быта степной окраины Московского государства в XVI-XVII столетиях" (1886), "Очерки из истории колонизации и быта степной окраины Московского государства" (1887) [3, с. 197]. Ці дослідження поклали початок науковому розробленню історії Слобожанщини і вказали шлях наступним дослідникам. Серед названих робіт найголовнішою безсумнівно, була докторська дисертація Д. І. Багалія: "Очерки из истории колонизации и быта степной окраины Московского государства". Тематично ця праця є продовженням магістерської дисертації вченого "История Северной земли до половины XIV ст." 1882 р., адже в "Очерках" автор досліджує історичну долю земель, що у попередні часи входили до складу Сіверщини. Студія складається з 5 розділів де висвітлювався процес московської та української колонізації краю у середині XVII ст. За визнанням багатьох істориків "Очерки" були вагомим внеском в історіографію Слобідської України [4, с. 181 – 182]. Досліднику не пощастило, як він гадав, продовжити свою розвідку й написати ще й 2-й том, присвячений побутовій історії. Але він не припинив своєї дослідницької роботи над минулим Слобожанщини.

Окрім вивчення політичної і соціальної історії Слобідської України у другій половині XVII – XVIII ст., увагу історика привертало сторінки економічного та культурного життя краю. Це було відображено у низці публікацій Д. І. Багалія в тогочасних періодичних виданнях [4, с. 179 – 192]. Історія освіти в Слобідській Україні – тема, яку дослідник також плідно розробляв. Наслідком цих зацікавлень була низка статей і двотомна монографія, присвячена історії Харківського університету. Засновані переважно на архівних матеріалах, дослідження Д. І. Багалія здобули йому в науковому світі славу найкращого знавця Слобожанщини, що стала для нього справжньою другою Батьківщиною.



ною. Отож цілком зрозуміло, що Харківська міська дума, бажаючи відзначити 250-річний ювілей м. Харкова у 1905 р. виданням відповідної монографії, доручила досліднику скласти історію міста. До цієї роботи вчений долучив одного з своїх учнів Д. П. Мілера. Тандем виявився плідним. Їх спільна праця здобула високу оцінку в наукових колах. Знаний український дослідник О. Я. Єфименкова у своїй рецензії на перший том "Истории города Харькова" зазначала, що вона має певне теоретичне і наукове значення, бо тільки на основі таких праць може повстати "будущая научная история русского города" [4, с. 179 – 192]. За дослідження Д. І. Багалія дістав повну премію Харківського Земельного Банку при Харківському університеті. Така висока оцінка цілком відповідає великій науковій вартості праці.

Підсумком багаторічних студій історії Слобідської України була написана істориком у 1918 р. "Історія Слобідської України". Написання її було давнім бажанням Дмитра Івановича, яке він втілював у життя лише після революції 1917 р., коли повстала пекуча потреба задовольнити інтерес слобідського суспільства до історії рідного краю. Історики по-різному оцінюють дослідження: В. Пічета та В. Кравченко схвально відгукувались про неї як про першу синтезовану роботу з історії Слобожанщини, натомість В. Маслійчук піддав роботу критиці, зазначивши, що вона написана нашвидкоруч [3, с. 197; 5, с. 11; 6, с. 15; 7, с. 172].

Таким чином, висвітлення історії Слобожанщини XVII – XIX ст. не можливе без звернення до доробку Д. І. Багалія. Українська історична наука завжди буде згадувати з подякою його внесок у справу дослідження минулого Слобідської України.

**Література:** 1. Міяковський В. Костомаров у Рівному // Україна. – Кн. 3. – 1925. – С. 28 – 65. 2. Багалій Д. І. Автобіографія. 50 літ на стороні української культури. – Харків: Прапор, 2003. – 192 с. 3. Пічета В. И. Введение в русскую историографию (источники и историография). – Москва-Петроград: Гос. издание, 1923. – С. 197 – 198. 4. Барвінський В. О. Дмитро Іванович Багалій як історик Слобідської України // Ювілейний збірник на пошану академіка Дмитра Івановича Багалія. З нагоди семидесятої річниці життя та п'ятдесятих роковин наукової діяльності. – К.: Вид. ВУАН, 1927. – С. 179 – 192. 5. Багалій Д. І. Історія Слобідської України. – Харків: Дельта, 1993. – 256 с. 6. Маслійчук В. Л. Радикальна реформа та "старий звичай" (Князь Олексій Шаховський і реформування слобідських полків 1733-1735 рр.) // Збірник Харківського історико-філологічного товариства. Нова серія. – 2004. – Т. 10. – С. 15 – 42. 7. Пічета В. И. История Украины в советской историографии // Двадцать пять лет исторической науки в СССР. – Москва-Ленинград: АН СССР, 1942. – С. 164 – 178.

**Чухрай І. В.**

УДК 008(477):930.2

Студент 1 курсу  
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

## **ВИСВІТЛЕННЯ Д. І. БАГАЛІЄМ ІСТОРІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ**

Поряд із дослідженням політичної та економічної історії Слобожанщини, Гетьманщини та Південної України, поважне місце в науковій спадщині Д. І. Багалія посідають праці, присвячені українській культурі. В історіографії цей аспект діяльності історика, зазвичай, лишається у затінку, його ж висвітлення дозволить нам з'ясувати внесок Д. І. Багалія у вивчення української культури і його роль в популяризації цілої низки знаних діячів України і, зокрема, Слобожанщини.

Питанням історії української культури відведено у творчості Д. І. Багалія одне з чільних місць. Він присвятив їм близько 65 робіт, що можуть бути тематично розподілені таким чином:

дослідження з історії Харківського університету;  
публікації про видатних українських діячів науки і культури.

При висвітленні вище означених тем Д. І. Багалій доволі часто брав на себе роль "піонера" у їх науковій розробці. Так було зокрема з історією Харківського університету. На кінець XIX ст. ця тема була фактично не розробленою, існувало лише кілька публікацій [1, с.121]. Д. І. Багалій першим з істориків підійшов до висвітлення університетської історії комплексно, як до великої історико-культурної проблеми. У своїх дослідженнях він намагався охопити усі аспекти історії та повсякденного життя Харківського університету. Характерно, що науковець прагнув висвітлювати історію освітнього закладу у контексті суспільного та культурного розвитку Російської імперії та її українських земель.

Глибина та складність завдань, що стояли перед істориком, зумовили звернення Д. І. Багалія до широкого кола джерел: документів Міністерства народної освіти, мемуарів, приватного листування тощо. Не маючи змоги видати весь виявлений ним багатющий матеріал з історії Харківського університету окремою публікацією, Д. І. Багалій широко вводив виявлені ним джерела в текст своїх наукових робіт.

© Чухрай І. В., 2008

У 1905 р., працюючи над історією Харківського університету напередодні сторічного ювілею закладу, Д. І. Багалій склав широкий план, згідно з яким передбачалося висвітлити як історію університету впродовж всього його існування, так і дослідити становлення та функціонування окремих факультетів, наукових товариств і допоміжних навчальних установ при університеті. Варто зазначити, що у своїх працях історик вперше дослідив питання щодо передумов створення Харківського університету. Дослідник доводив, що створення на Слобожанщині потужного освітнього центру було зумовлено не суб'єктивними чинниками, пов'язаними з іменами Олександра І чи В. Н. Каразіна, а суто з об'єктивними матеріальними і культурними чинниками розвитку краю [2, с. 92].

Окрім досліджень, присвячених університетській тематиці, чільне місце в культурологічних студіях Д. І. Багалія посідають студії, присвячені: В. Н. Каразину, Й. Б. Шаду, Г. П. Данилевському, П. П. Гулаку-Артемівському. Завдяки наполегливим науковим пошукам історика були опубліковані невідомі раніше твори П. П. Гулака-Артемівського, листування Г. П. Данилевського, а також перше (і до теперішнього часу єдине) зібрання творів, листів і паперів В. Н. Каразіна. Зазначимо, постать В. Н. Каразіна — засновника Харківського університету, громадського діяча і вченого — особливо цікавила Д. І. Багалія. Він присвятив йому 10 статей і рецензій. Своїми працями дослідник значно посприяв справі увіковічення імені слобідського просвітника В. Н. Каразіна та відкриття йому пам'ятника [2, с. 93 – 94].

Д. І. Багалій першим серед істориків дослідив творчість у Харківському університеті німецького професора філософії Йоганна Баптиста Шада. Присвятивши йому одну зі своїх розвідок, науковець вперше підняв проблему праці в Харківському університеті німецьких вчених та їх внесок у розбудову і становлення цього освітнього закладу [1, с. 114 – 115]. Ця тема на сьогодні залишається мало розробленою. Зокрема до аспектів життєвого шляху та наукової спадщини Й. Б. Шада українські дослідники знову виявили зацікавленість лише наприкінці 90-х рр. ХХ ст.

Серед творів історика, присвячених українській культурі, пріоритетне місце посідає висвітлення Д. І. Багалієм життєвого і творчого шляху Г. С. Сковороди. Саме Д. І. Багалій підніс до наукового рівня вивчення життя та наукової спадщини славетного мандрівного слобожанського філософа. Розпочавши свої студії, присвячені Г. С. Сковороді у 1888 р., дослідник не полишав цю тему вже до кінця свого життя, вивів її на монографічний рівень у 1926 р. і ще за свого життя достав серед науковців визнання найкращого експерта з творчого шляху та наукової спадщини Г. С. Сковороди [3, с. 168 – 175].

Отже, Д. І. Багалій був людиною різнобічною, яку цікавили всі аспекти історії української культури. Його роботи, присвячені історії Харківського університету, В. Н. Каразину, Й. Б. Шаду, Г. С. Сковороді, ще й досі не втратили свого наукового значення, потребують ретельного вивчення і слугують за приклад сумлінної праці історика на ниві дослідження і популяризації української культури.

**Література:** 1. Багалій Д. І. Автобіографія. 50 літ на стороні української культури. – Харків: Прапор, 2003. – 192 с. 2. Кравченко В. В. Д. І. Багалей научная и общественно-политическая деятельность. – Харьков: Основа 1990. – С. 92 – 94. 3. Комаренко Н. В. Д. І. Багалій – дослідник життя і творчості Г. С. Сковороди // Григорій Сковорода: матеріали про відзначення 250-річчя з дня народження. – К.: Наукова думка, 1975. – С. 168 – 175.

УДК 908(477)

**Сінельченко М. В.**

Студент 1 курсу  
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

## УКРАЇНСТВО ТА Д. І. БАГАЛІЙ

8 листопада 2007 р. святкували 150-річчя з дня народження Д. І. Багалія, видатного історика та громадського діяча, який своєю працею сприяв піднесенню української справи у зрусифікованому м. Харкові і на Слобожанщині. За примхою долі Харків і сьогодні є містом, де панує російська мова, тож вкрай актуальним є вивчення життя та діяльності одного з найбільш відомих харківських науковців, який доклав чимало зусиль для піднесення української мови та формування сучасної української нації в часи її гноблення. Висвітленню діяльності Д. І. Багалія з піднесення справи українства на Слобожанщині автори присвячують розвідку.

Варто зазначити, що опанувати українську мову майбутній вчений зумів ще у дитинстві, бо цією мовою спілкувалися його близькі та оточення [1, с. 27]. Цей аспект біографії Д. І. Багалія значно різнить його від істориків-попередників – М. І. Костомарова, етнічного росіянина, що розпочав спілкуватися українською мовою вже дорослою людиною, та його вчителя – В. Б. Антоновича, нащадка колонізованого українського роду з Правобережжя, рідною мовою якого була польська. До речі, за дитинства Д. І. Багалія в його рідному місті Києві пануючими у побуті й громадському житті вищих верств київського суспільства були польська та російська мови і культури. Більше того, видані імперським урядом протягом 60-х – 70-х рр. ХІХ ст. Валуєвський циркуляр та Емський указ



засвідчили про впровадження гонінь на українську мову та репресій проти діячів українського руху [2, с. 96, 234]. Як згадував пізніше про ці часи Д. І. Багалій: "Московська стихія, культура й мова були поширені в Києві, у літературі й особливо в школі, де всього вчено по-московськи і не було української мови, навіть як окремого предмету" [1, с. 29].

Попри репресивні заходи у Києві тоді діяла Українська громада, очолювана В. Б. Антоновичем – лідером українського національного руху, блискучим істориком, професором і деканом історико-філологічного факультету університету Св. Володимира. Ця непересічна постать в українському русі була затятим поборником української справи, творцем Київської "обласної" школи істориків, з лав якої вийшло чимало видатних українських науковців і політиків, до кола яких належав і Д. І. Багалій [3, с. 5; 7; 10].

Шляхи Д. І. Багалія та В. Б. Антоновича перетнулися у 1876 р., коли перший став студентом історико-філологічного факультету університету Св. Володимира. Будучи студентом, Д. І. Багалій як типовий представник другої хвилі національного відродження вступив до таємної організації "Кіш", яка була пов'язана зі "Старою Київською Громадою". Належність до організації накладала на членів обов'язок вивчати історію, етнографію, фольклор українського народу [1, с. 54]. Саме тоді Д. І. Багалій звернув на себе увагу В. Б. Антоновича, який став його науковим керівником. Тісна співпраця між двома науковцями сприяла подальшому входженню Д. І. Багалія (вже у часи підготовки на професора) до лав "Старої Громади" [1, с. 54]. Протекція Антоновича відіграла також ключову роль при здобутті Багалієм місця на кафедрі російської історії Харківського університету 1883 р.

Спрямовуючи Д. І. Багалія до Харкова, Антонович та інші члени київської громади розраховували, що молодий науковець сприятиме піднесенню української справи в периферійному Харкові [1, с. 59]. У своїх розрахунках вони не помилилися. Попри те, що як українофіл Д. І. Багалій зазнавав утисків за місцем роботи, він зумів розгорнути кипучу діяльність із налагодження вивчення місцевої історії Слобідської України, сприяв появі низки просвітницьких та наукових установ у Харкові, брав активну участь у роботах загальноросійських археологічних з'їздів, на яких виступав із доповідями, що стосувалися виключно України [1, с. 144].

Активно опікуючись вивченням історії Слобожанщини, дослідник увесь час виступав із осудом імперської репресивної політики щодо української мови. Ратуючи за скасування Емського указу, вже у 1901 р. він вимагав від урядової адміністрації щоб до україномовних книг застосовувалися такі ж цензурні правила, як і до російськомовних [1, с. 144]. Свої вимоги дослідник повторив і в 1910 р. як член Державної Ради Російської імперії від Харківського університету, додавши до них також вимоги про викладання предметів у початковій школі українською мовою [1, с. 149]. Варто зазначити, що на початку українських визвольних змагань 1917 – 1920 рр., у 1917 р. дослідник вдався до публікації свого узагальнюючого курсу "Історія Слобідської України" українською мовою. Зроблено це було спеціально з метою розповсюдження серед мас знання про їх край рідною мовою. Вже у 20-х рр. ХХ ст. дослідник здійснював викладання лекцій і публікував свої праці українською.

Таким чином, можна зауважити, що долучившись у студентські роки до українського руху, Д. І. Багалій на все життя залишався його поборником. Своєю науковою і громадською діяльністю на Слобожанщині він активно сприяв дослідженню місцевої української історії, появі різноманітних просвітницьких установ, ратував за скасування репресивних щодо української мови Валувєвського циркуляру та Емського указу. Виступав за впровадження викладу предметів українською мовою в системі освітніх закладів.

---

**Література:** 1. Багалій Д. І. Автобіографія. 50 літ на стороні української культури. – Харків: Прапор, 2003. – 192 с. 2. Довідник з історії України (А-Я): Посібник для заг. навч. закл. / За заг. ред. І. Підкови, Р. Шуста. – 2-ге вид., доопр. і доповн. – К.: Генеза, 2001. – С. 92; 234. 3. Ульяновський В. Син України (Володимир Антонович: громадянин, учений, людина) // Антонович В. Б. Моя сповідь: Вибрані історичні та публіцистичні твори. – К.: Либідь, 1995. – С. 5 – 76.

---

**Баличев М. Д.**

УДК 929

Студент 1 курсу  
факультету економічної інформатики ХНЕУ

## **ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ Д. І. БАГАЛІЯ В ДЕРЖАВНИХ ДУМАХ РОСІЙСЬКОЇ ІМПЕРІЇ**

Дмитро Іванович Багалій – видатний історик, який присвятив багато часу упорядкуванню джерел, вивченню історії Слобідської України. Але громадська діяльність Д. І. Багалія, подібно до наукової, мала подвійний в національно-культурному відношенні характер. З одного боку, вона була частиною українського національного руху в його культурницьких формах. З другого – вкладалася в загальне річище російського лібералізму.

---

© Баличев М. Д., 2008



Метою даного дослідження є висвітлення громадсько-політичної діяльності Д. І. Багалія під час першої російської революції та продуктивної праці в Державних думах Російської імперії.

З певністю можна говорити про те, що в діяльності кожної з громадських установ чи організацій, в яких доводилося працювати Д. І. Багалію, рано чи пізно проявлявся український струмінь.

У загальноросійському громадсько-політичному житті Д. І. Багалій здобув собі репутацію поміркованого ліберала-прагматика. Він вірив у те, що будь-яка культурна діяльність можлива і не-обхідна за будь-яких обставин і рано чи пізно принесе користь суспільству.

Під час революції 1905 р. в Російській імперії Д. І. Багалій вперше в своєму житті наважився увійти до політики. Він був редактором записки Ради Харківського університету, що була направлена до міністерства народної освіти [1, с. 14]. У цьому документі ліберальна професура вимагала реформи політичної системи та впровадження в державі основних демократичних свобод. Симпатії вченого, як і більшості представників демократичної інтелігенції Російської держави, були віддані Конституційно-демократичній партії народної свободи або кадетам. За її списками він був обраний членом колегії виборців до I Державної думи, а згодом увійшов до складу Державної Ради разом з такими відомими вченими, як В. І. Вернадський, О. С. Лаппо-Данилевський, О. А. Шахматов [2, с.28]. Членство в Раді сполучалося з професорською роботою в Харківському університеті. Це було нібито відрядження від університету до Державної Ради для загальної законодавчої праці та для захисту освітніх справ.

Організаційні та дипломатичні здібності Д. І. Багалія швидко вивели його в число лідерів так званої академічної групи верхньої палати молодого російського парламенту. У цій групі Д. І. Багалій разом з В. І. Вернадським відстоював ідею широкої політичної амністії, відмови від смертної карри [1, с.185]. У колі політичної програми кадетської партії Д. І. Багалій відстоював ідею скасування обмежень у розвитку української мови та культури. Після розгону урядом I Державної думи, Д. І. Багалій разом з іншими обранцями від університетів і Академії наук демонстративно вийшов зі складу Державної думи. Таке мужнє рішення далось йому непросто, але це був пік його політичної активності в роки першої російської революції.

Політична діяльність Д. І. Багалія в лавах кадетів була не тривалою. Після завершення революції 1905 – 1907 рр. його ім'я жодного разу не згадувалося у зв'язку з роботою цієї партії.

У 1910 р. історик вдруге увійшов до складу Державної Ради, замінивши на цій посаді В. І. Вернадського, після відставки останнього з посади професора Московського університету. У цьому органі академічна група, в яку входив Д. І. Багалій, займала ліві позиції. Чисельність лівого крила Державної Ради була мізерна: на VII сесії (1911 р.) вона нараховувала 9 осіб, на VIII – 12 [2, с. 30]. Головним завданням цієї групи було відстоювати на спільних зібраннях Ради прогресивні законопроекти Державної Думи, робити радикальні декларації, проводити активну ділову роботу в таких важливих постійних комісіях, як фінансова або законодавча. Д. І. Багалій брав активну участь в роботі цих комісій, багато виступав. Темі його виступів торкалися насамперед вищої освіти і фінансування Академії наук, університетів та наукових установ, відстоювалася ідея впровадження української мови в освіту. У національному українському питанні Дмитро Багалій виступав щодо необхідності виділення Холмщини, як стародавньої суто української землі, зі складу Польщі та приєднання її до українських земель. Ці висновки він підтверджував історичними, етнографічними, лінгвістичними та фольклорними даними. Але не тільки ці питання висвітлював Д. І. Багалій. Його доповіді розкривали також соціально-економічні питання, насамперед поліпшення стану робітників та селян.

Отже, майстер компромісу, Дмитро Іванович Багалій постійно обирався до складу різноманітних узгоджувальних комісій, що створювалися між обома палатами російського парламенту, й активно в них працював.

---

**Література:** 1. Багалій Д. І. Вибрані праці: У 6 т. Т. 1: Автобіографія. Ювілейні матеріали. Бібліографія/НАН України. Інст-т укр. археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського (Харк. філ.); ХГУ "НУА"; Харк. Нац. Ун-т ім. В. Н. Каразіна; [Упор. В. В. Кравченко. – Харків: ХГУ "НУА": Золоті сторінки, 1999. – 600 с. 2. Кравченко В. В. Д. И. Багалей: Научная и общественно-политическая деятельность. – Харьков: Изд-во "Основа" при ХГУ, 1990. – 176 с.

УДК 929:023

**Москаленко М. О.**

Студент 1 курсу  
факультету менеджменту і маркетингу ХНЕУ

## **ДІЯЛЬНІСТЬ Д. І. БАГАЛІЯ З УТВОРЕННЯ ХАРКІВСЬКОЇ ГРОМАДСЬКОЇ БІБЛІОТЕКИ ТА ХАРКІВСЬКОГО АРХІВУ**

У 2007 році Україна святкувала 150-річницю з нагоди народження Д. І. Багалія. Громадсько-сті він відомий як історик Слобідської України, значно менше відомо про його участь у створенні наукових та громадських закладів, хоча цей аспект життя вченого є не менш значущим. Його висвітлення наочно ілюструє перебіг другої стадії національного відродження на Слобідській Україні [1, с.101].

---

© Москаленко М. О., 2008



Відтак автор хотів би зосередитись на висвітленні участі Д. І. Багалія у створенні громадської книгозбірні та історичного архіву в Харкові.

У 1883 р. Д. І. Багалій розпочав працювати на кафедрі російської історії Харківського університету. Заохплений викладацькою справою він із великою увагою стежив за появою нової літератури з свого предмету. Вже тоді молодий науковець мав власну бібліотеку і опікувався її збільшенням [2, с. 95 – 96]. Вагомий вплив на формування ним власної книгозбірні мав його вчитель В. Б. Антонович, який активно допомагав її поповнювати [3, с.130 – 132, 138]. Д. І. Багалій перманентно збільшував власну книгозбірню, на схилі років життя історика вона налічувала 6-7 тис. томів і була вагомою систематичною добіркою книжок із російської та української історії. Характерно, що історик не лише сам працював із власними книжками, але також дозволяв користуватися ними своїм студентам. Недивно, що книголюб Д. І. Багалій сприяв появі і розбудові у Харкові у 1886 р. Громадської книгозбірні, сучасної бібліотеки Короленка. Ця установа постала завдяки заходам місцевої громади, за символічної участі імперської адміністрації. За перші роки існування бібліотеки у 1886 – 1896 рр. чисельність фондів збільшилась до 63 000 томів книг та часописів. Бібліотека визначалась не тільки кількісною, а й якісною добіркою книжок. Не остання роль у процесі її існування і роботи належала Д. І. Багалію. У 1889 – 1890 рр. він став членом правління бібліотеки, а вже у 1893 – 1894 рр. його було обрано головою правління [2, с.140]. На цій посаді він пробув до 1906 р. Цього року, обраний на посаду ректора Харківського університету, він відмовився від подальшого головування в бібліотеці, залишившись членом її правління. За час головування Д. І. Багалія значно збільшилась чисельність бібліотечних фондів. У 1893 – 1894 рр. в бібліотеці було книг на 55 700 крб., то вже на 01. 10. 1906 р. ця сума зросла до 109 087 крб. і у своїх фондах бібліотека мала 108 729 томів. У 1901 році бібліотека отримала спеціально збудоване приміщення. Виголошення ініціативи щодо його будівництва, збирання коштів для нього і саме будівництво відбулися саме за часів головування Д. І. Багалія. За нього у бібліотеці постали нові відділи – український ім. Т. Шевченка, юдаїстично-гебраїстичний, музичний та бібліотекознавчий [2, с. 142].

Як бачимо, історик зумів виявити при керівництві бібліотекою видатні організаторські та управлінські здібності. Не менш вдалою виявилась і діяльність історика, пов'язана із створенням у Харкові історичного архіву. Підтримавши починання знаного українського історика П. С. Єфименка, який у 1879 р. перевіз до Харкова з Чернігова "Архів малоросійської колегії", Д. І. Багалій після свого переїзду на Слобожанщину заходився над розбудовою міського архіву. Узявши на себе безкоштовне виконання обов'язків завідувача архіву, Д. І. Багалій зумів забезпечити архів гідним приміщенням, значно збільшивши його фонди, шляхом приєднання фондів Полтавського губернського правління, деяких фамільних архівів і паперів місцевих науковців та громадських діячів. Завдяки бурхливій діяльності Д. І. Багалія вже на початку ХХ ст. Харківський історичний архів перетворився на потужну наукову устанovu, осередок для документальної праці для багатьох істориків, які досліджували історію Лівобережної та Слобідської України [2, с. 109; 4, с. 166]. Саме з діяльністю Харківського архіву були пов'язані наукові роботи Д. І. Багалія та його учнів, саме завдяки Харківському архіву світ побачили наукові розвідки О. Радикової, О. Єфименко, І. Джиджори та багатьох інших знаних істориків.

Отже, Д. І. Багалій був типовим представником другої хвилі національного відродження на Слобожанщині, який опікувався розбудовою у краї просвітницьких закладів, що сприяли поширенню знань про національну історію краю. Йому належить провідна роль у створенні Громадської книгозбірні та історичного архіву у Харкові. Саме завдяки енергії вченого ці установи перетворились на потужні науково-просвітницькі центри, що мали значну роль у житті Харкова на початку ХХ ст. і продовжують її відігравати на початку ХХІ ст.

**Література:** 1. Магочій П. Українське національне відродження. Нова аналітична структура // УДЖ. – 1991. – №3. – С. 97 – 107. 2. Багалій Д. І. Автобіографія. 50 літ на стороні української культури. – Харків: Прапор, 2003. – 192 с. 3. Багалій Д. І. Листи до мене проф. В. Б. Антоновича, як матеріал до його біографії // Науковий збірник Харківської науково-дослідної кафедри історії української культури (присвячений пам'яті проф. О. О. Потебні). – 1926. – Ч. 2-3. – С. 125 – 139. 4. Горбань М. Археографічні праці акад. Д. І. Багалія // Ювілейний збірник на пошану академіка Дмитра Івановича Багалія. З нагоди семидесятої річниці життя та п'ятдесятих роковин наукової діяльності. – К.: Вид. ВУАН, 1927. – С. 165 – 178.

**Смирнова Ю. К.**

УДК 631.11

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **АНАЛИЗ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ**

Сельское хозяйство одна из главных отраслей народного хозяйства, поэтому эта тема является актуальной для Украины. Анализ измененной ситуации в сельском хозяйстве Украины свидетельствует о наличии определенных положительных тенденций. Сюда входят: повышение потреби-

© Смирнова Ю. К., 2008



тельского спроса, расширение кредитования и наличие оборотных средств у сельскохозяйственных предприятий, сокращение задолженности и улучшение поставок материально-технических ресурсов. Все это может свидетельствовать о долгосрочных тенденциях улучшения ситуации в отрасли.

Цель данного исследования – анализ факторов развития сельского хозяйства. При этом существует целый ряд факторов, которые являются или одноразовыми мерами, или имеют временный характер. Результатом исследования является попытка автора раскрыть факторы развития сельского хозяйства в Украине на основе существующих классификаций разных исследователей.

Такие факторы как, списание задолженности бывших коллективных хозяйств, значительное сокращение налогообложения сельского хозяйства и стремительное обесценивание национальной валюты в конце 90-х гг., означают, что существующая тенденция к росту все еще является неуверенной. И было бы очень неразумно со стороны тех, кто определяет государственную политику относительно сельского хозяйства в Украине, делать из этого краткосрочного роста сельскохозяйственного производства выводы о том, что задание реформирования сельского хозяйства уже выполнено [1].

Уровень использования материально-технических ресурсов, инвестиций в основное сельскохозяйственное производство, урожайности и продуктивности остается довольно низким по сравнению с международными стандартами, это свидетельствует о том, что существует резерв для дальнейшего улучшения ситуации. И хотя по некоторым направлениям реформирования сельского хозяйства достигнут значительный прогресс, с чем частично может быть связан рост производства, в целом фундаментальные структурные преобразования в отрасли еще далеки от завершения. Нынешнее состояние сельского хозяйства в Украине характеризуется, как минимум, двумя достойными анализа парадоксами. Во-первых, при повсеместном и "катастрофическом", по терминологии растерявшихся "руководителей колхозного типа", сокращении поголовья всех видов скота, которое при бывшей совхозно-колхозной системе уже привело бы к голоду, магазины и рынки страны буквально завалены мясной, молочной и другой животноводческой продукцией. Такое впечатление, что количество скота у нас не уменьшилось, а возросло в несколько раз. Во-вторых, само развитие аграрной реформы идет с множеством проблем и перекосов, которые должны быть замечены и исправлены сегодня, иначе они приведут к значительным трудностям [2].

Поэтому, по мнению автора, в аграрной экономике следует оценивать тенденции, которые уже сейчас проявляются, и не допустить их негативного развития. Поэтому, несмотря на то, что сегодня успех или провал каждого конкретного хозяйства — это личное дело его владельцев, говорить о научной организации труда в большинстве новых предприятий просто невозможно. Видимо, частично и по причине недостаточной квалификации кадров новых собственников земли получилось так, что во многих хозяйствах упор сделан только на растениеводство, а от убыточных ферм здесь постарались поскорее избавиться.

Таким образом, в процессе приватизации земли и реформирования отношений собственности на селе произошло разделение отраслей животноводства и растениеводства, которые дополняют друг друга. В результате многие животноводческие хозяйства остались без собственной кормовой базы, а растениеводческие — без источника удобрений. И теперь приходится начинать дела с нуля: структура севооборотов расстроена, семеноводства в растениеводстве и племенного дела в животноводстве практически нет, о сортах растений и породах животных у новых хозяев представление только приблизительное, механизация слабая, не говоря уже о культурных выпасах и сеяных пастбищах [3].

Многим специалистам известно, что продажа сельскохозяйственного сырья (имеется в виду сырое молоко и мясо в живом весе) возвращает производителю только треть его затрат. Сегодня, когда в большинстве случаев небольшие новые частные хозяйства не имеют собственной базы для переработки, они, продавая зерно, сырое молоко и мясо в живом весе, почти сознательно отдают две трети выручки в руки посредников и переработчиков, сами оставаясь внакладе.

Сами хозяйства должны переходить от использования субсидий к использованию кредитов, а правительству необходимо найти новые механизмы для развития кредитования. Земельного банка еще нет, оптовых рынков недостаточно. Но несомненные новые его черты вселяют оптимизм и уверенность в том, что в условиях частного землевладения и рыночного хозяйствования будет только обогащаться наш продуктовый стол.

Научная новизна исследования состоит в систематизации факторов развития сельского хозяйства Украины, что позволяет активизировать развитие аграрного сектора страны.

---

**Литература:** 1. Дієсперов В. С. Економіка сільськогосподарської праці. – К.: ІАЕУААН, 2004. – С. 423 – 428. 2. Макаренко П. М. Моделі аграрної економіки. – К.: ННЦІАЕ, 2005. – С. 50 – 53. 3. Електронні Вісті. Агрпромиловий комплекс // [www.EIVisti.ru](http://www.EIVisti.ru)



Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ**

Уровень развития транспортной системы государства один из важнейших признаков ее технологического прогресса и цивилизованности. Потребность в высокоразвитой транспортной системе еще более усиливается при интеграции в европейскую и мировую экономику, транспортная система становится базисом для эффективного вхождения Украины в мировое общество и занятия в нем места, отвечающего уровню высокоразвитого государства. Объективные условия трансформационных процессов в развитии Украины обуславливают ее нацеленность на вхождение в мировую экономическую систему и прежде всего на экономическую интеграцию с ведущими западно-европейскими государствами. Этот процесс, безусловно, приведет к росту товарообменных операций между сотрудничающими странами. Кроме того, геостратегическое расположение Украины позволяет ей быть выгодным мостом для транзитных перевозок товаров и пассажиров между государствами Европы, Азии и Ближнего Востока. Одной из определяющих систем, обеспечивающих грузовые и пассажирские перевозки на территории Украины, является транспортная система, к которой в рыночных условиях предъявляются высокие требования в отношении качества, регулярности и надежности транспортных связей, сохранности грузов и безопасности перевозки пассажиров, сроков и стоимости доставки. В соответствии с этим, состояние транспортных коммуникаций Украины должно отвечать требованиям европейской интеграции [1, с. 92].

В начале 90-х годов Украина имела достаточно мощную транспортную систему, состояние которой можно было назвать удовлетворительной. На 10 тыс. км территории страны приходилось 372 км железнодорожных путей, 78 км внутриводных и 1 933 км автомобильных путей с твердым покрытием, а объем грузовых железнодорожных перевозок превышал суммарный объем перевозок 12 стран ЕС [2, с. 148]. Сегодня объем перевозок грузов составил 76,5 млн т. [3] В те времена почти полностью удовлетворялись существующие потребности в скорости, объемах и качестве перевозок. Сложная экономическая ситуация в стране после получения Украиной независимости, изменение экономических приоритетов во внешней торговле, разрыв бывших транспортно-экономических связей привели к значительной отсталости технологического прогресса в транспортной отрасли, способствовали большому амортизационному износу технических средств и моторесурсов. В результате этого, например, на железнодорожном транспорте средняя скорость движения грузового поезда сегодня составляет 34,8 км/ч [2, с. 148].

По утверждению Ващенко Н. [2], железнодорожный транспорт по своей сущности не может быть убыточным, поэтому правительству необходимо рассмотреть политику дотации пассажирских перевозок, а также возможность привлечения частных инвестиций в эту подотрасль.

Речной транспорт хотя и является самым дешевым и одним из наиболее экологически чистым, в годы проведения экономических реформ в Украине почти не развивается. Сегодня грузоперевозки составили 482,2 тыс. т [3] и сократились, по сравнению с 1990 г. почти в 5 раз, а длина путей – почти вдвое. Это обусловлено многими факторами, прежде всего изношенностью государственного флота, аварийным состоянием шлюзов на каскаде днепровских ГЭС (основной водной артерии Украины), кризисным состоянием речных и морских портов. Несмотря на это акционерная судоплавная компания (далее АСК) "Укрричфлот", которая стала первым в Украине наибольшим негосударственным предприятием водного транспорта, уверенно проводила мероприятия по усовершенствованию корпоративной и организационной структуры управления, создавала собственные предприятия по экспедированию грузов, брокерской деятельности.

Современный флот АСК "Укрричфлот", который насчитывает около 200 судов разного класса и назначения, работает на порты 40 стран мира, в том числе порты Черноморского, Азовского, Средиземного бассейнов, Европы, Африки, а также порты, расположенные на Днестре, Дунае. В 2001 – 2003 гг. АСК "Укрричфлот" открыла международные перевозки туристов и пассажиров на круизных маршрутах между речными и морскими портами Украины, Болгарии, Румынии, России.

Межгосударственный транзит через украинскую территорию – это огромный, но до сих пор не реализованный ресурс. Украина имеет реальные возможности развития транзитного транспорта, о чем свидетельствуют исследования английского института "Рендел" – по коэффициенту транзитности мы занимаем первое место в Европе.

Железнодорожные транспортные границы имеют возможность пропускать потоки вдвое больше за те, что пропускают сейчас; есть резервы перерабатывающей способности морских портов; это касается также и автомобильных путей по поводу пропуска дополнительных потоков автотранспортных средств.



Несомненно, автомобильный транспорт является одним из самых мобильных при обслуживании как внутренних, так и внешних перевозок. Для развития транзитной автотранспортной инфраструктуры за последние года сделано очень многое – открыто более 80 международных пропускных пунктов, упрощена таможенная процедура.

В системе автотранспорта общественного пользования в 2003 г. функционировало 5,8 тыс. автопредприятий, автомобильный парк которых на сегодня составляет 146,7 тыс. автобусов разных марок и 790 тыс. грузовых автомобилей, 50% которых эксплуатируется более 10 лет. Несмотря на это в Украине только 10% дорог соответствуют европейским стандартам [2, с. 150]. Перевозка грузов составила 20,8 млн т [3].

В Украине должна реализоваться единая государственная транспортная политика, координироваться действия участников перевозки, развиваться инфраструктура транзита. Первые шаги в этом направлении уже сделаны: функционирует Государственная комиссия по вопросам транспортных коридоров; внедряется система учета, анализа и прогнозирования транзитных грузопотоков, что открывает широкие возможности для углубленного их анализа и разработки мер по поводу их нарастания. Минтрансом и Гостамслужбой усовершенствуется технология пропуска грузов через границу.

Основными направлениями развития транспортной системы Украины, по мнению автора, являются:

- 1) создание правовых основ дальнейшего развития транспортных перевозок;
- 2) поэтапный переход на принципы международной транспортной и таможенной политики в отрасли международных перевозок грузов;
- 3) приведение основных транспортных фондов в надлежащее техническое состояние;
- 4) введение новых технологий организации перевозок грузов и пассажиров;
- 5) проведение взвешенной тарифно-ценовой политики, которая бы способствовала повышению конкурентоспособности транспортных услуг в Украине;
- 6) развитие международного сотрудничества в отрасли перевозок;
- 7) улучшение качества транспортных перевозок.

Изложенное свидетельствует о том, что Украина имеет значительный потенциал развития транспортного комплекса. С этой целью следует проводить поэтапную, четкую, согласованную политику его модернизации, что, в свою очередь, может заинтересовать инвесторов и ускорить этот процесс [2, с. 150]. Следствием научной новизны данного исследования является разработка основных направлений развития транспортной системы Украины. Результаты исследования имеют практическую ценность для обеспечения устойчивого развития транспортной отрасли.

---

**Литература:** 1. Макух Б. Транспортная система Украины в контексте европейской интеграции / Б. Макух, Б. Карпинский // Экономика Украины. – 2006. – №7. – С. 92 – 95. 2. Ващенко Н. Структурні особливості розвитку транспортної системи України / Н. Ващенко, А. Кублій // Підприємництво, господарство і право. – 2005. – №6. – С. 148 – 150. 3. www.ukrstat.gov.ua

УДК 658. 845

**Шелехань О. Ю.**

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Виставкова діяльність є однією з найдинамічніших сфер сучасної світової економіки, оскільки вона відіграє важливу роль у зміцненні міжнародних зв'язків, внутрішньої та зовнішньої торгівлі, пропаганді передових технологій та нових видів продукції – підкреслюється в Концепції виставково-ярмаркової діяльності.

У сучасних умовах розвиток виставкової діяльності є одним з ефективних методів забезпечення розвитку економіки України, стимулювання інновацій, структурних змін на користь високотехнологічних виробництв, просування передових вітчизняних технологій, товарів та послуг на внутрішній і зовнішній ринки. Виставки-ярмарки є ефективним інструментом впливу комерційних підприємств на споживача на ринку товарів та послуг, на розмір одержуваного прибутку, отримання достовірної інформації та інше, що і обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

У світовій практиці виставки набули особливого значення, яке постійно зростає. Всесвітня асоціація виставкової діяльності прогнозує подальший динамічний розвиток виставкового бізнесу.

---

© Шелехань О. Ю., 2008



По всьому світі відкриваються численні виставкові центри як національного призначення, так і міжнародного. Особливо прославляється своїми виставковими центрами Німеччина, в якій проходить 2/3 найбільш відомих у світі міжнародних галузевих ярмарок.

Виставки займають особливе місце в традиційних інструментах маркетингових комунікацій. Якщо порівнювати виставкову діяльність з іншими інструментами маркетингу, то на думку автора, її позитивними характеристиками є:

- наявність особистого контакту продавця зі споживачем;
- отримання зворотнього зв'язку між споживачем і виробником;
- вимірювання результатів виставкової діяльності.

Негативними характеристиками виставкової діяльності є:

- висока трудомісткість організації виставок;
- неможливість приховати слабкі сторони маркетингової позиції підприємства.

Виставкова діяльність в Україні є невід'ємною складовою частиною розвитку ринкових процесів, стимулює закріплення позитивних структурних змін в економіці, сприяє науково-технічному та технологічному оновленню вітчизняного виробництва. Нажаль те, що Україна була в складі Радянського Союзу сильно позначилось на виставковій діяльності, тому більшість виставок, які проводились в той період, мали ідеологічне, а не ринкове значення.

У сучасних умовах щорічно в 35 містах України проводиться більш ніж 550 виставок та ярмарок, з них 20% універсальних (багатогалузевих), 80% спеціалізованих [1]. Виставкою столицею є Київ, за ним йде Донецьк, (в цих містах найбільш сприятливі умови для проведення виставок). У них існують найкращі виставкові майданчики, які є головним компонентом виставочної інфраструктури. Наприклад, в Донецьку це майданчик "ЕкспоДонбас", а в Києві – "КиївЕкспоПлаза", "Авто-ЭКСПО" та ін. У інших містах, навіть найбільш розвинутих, ситуація з виставковими майданчиками погана, в деяких навіть катастрофічна. Виставки проводяться в спорткомплексах або в концертних залах – місцях зовсім непридатних, що в свою чергу не може не відобразитися на їх якості та ефективності.

Виставкова діяльність – це складний, багатоплановий процес ринкової інфраструктури. Важливим аспектом її розвитку в Україні є дослідження досягнень ринкових перетворень у розвинутих країнах, вивчення світового досвіду проведення виставок, дослідження діючого у світі законодавства і правил ведення виставкового бізнесу. Для цього необхідна концентрація значних інтелектуальних і фінансових зусиль суб'єктів виставкової діяльності.

Необхідно визнати виставкову діяльність України пріоритетною галуззю і активно спрямовувати роботу на підвищення ефективності виставкового бізнесу як важливого важеля нарощування експортного потенціалу, просування продукції вітчизняних виробників на міжнародні ринки, залучення передових зарубіжних фірм до участі у розвитку економіки України.

Отже, науковою новизною даного дослідження є обґрунтування ролі, позитивних та негативних характеристик виставкової діяльності як інструмента маркетингових комунікацій.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості їх використання маркетинговими службами підприємств.

---

**Література:** 1. Пекар В. Выставочная индустрия Украины: история, тенденции, проблемы и перспективы // Маркетинг и реклама. – 2007. – №5 (129). – С. 20 – 27. 2. Грищенко І. М. Ринкові аспекти виставкової діяльності в Україні на сучасному етапі / І. М. Грищенко, Н. А. Крахмальова // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №9(63). – С. 113 – 119.

---

**Старостенко О. М.**

УДК 368.94

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ З ТИМЧАСОВОЇ ВТРАТИ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ**

Обласні відділення Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності (далі Фонду) створені відповідно до Закону України "Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності і витратами, обумовленими народженням і похованням" [1, ст. 1; 5; 9].

Основне завдання органів Фонду соціального страхування – акумуляція страхових внесків і своєчасне, повне матеріальне забезпечення конституційних гарантій трудящих при настанні страхових випадків, а це – тимчасова втрата працездатності (у тому числі догляд за хворими дітьми),

---

© Старостенко О. М., 2008

вагітність і пологи, народження дитини і догляд за нею до досягнення 3-х літнього віку, поховання, а також надання соціальних послуг, спрямованих на профілактику і зміцнення здоров'я застрахованих осіб і членів їх родин [2, с. 62].

Основними джерелами формування засобів відділення Фонду є:

страхові внески, що розраховуються страхувальниками;

надходження часткової оплати за путівки;

відрахування від єдиного, фіксованого сільськогосподарського й іншого виду податку, визначених законодавством, що направляються відповідними органами безпосередньо на рахунки відділення Фонду;

надходження, отримані за рахунок тимчасово вільних засобів, у тому числі резерву коштів Фонду, на депозитний рахунок;

інші надходження, передбачені законодавством [3, с. 1 – 2].

Формування і використання страхових коштів здійснюється на принципах солідарності і субсидування.

Постійно збільшуються асигнування на фінансування допомог при народженні дитини, з догляду за дітьми до досягнення ними віку 3-х років, на поховання. Основна причина їх зростання – кількаразове підвищення розмірів допомог. Часто виникає проблема невідповідності фінансового стану бюджету Фонду такому зростанню виплат, що і обумовило необхідність і актуальність даного дослідження, метою якого є удосконалення системи соціального страхування з тимчасової втрати працездатності на регіональному рівні.

На етапі становлення системи соціального страхування в Україні в умовах розвитку ринкових відносин первісно сформувалися системи органів страхових фондів з паралельними системами збирання за видами соціального страхування. Така організаційна структура об'єктивно склалася в період розробки основ законодавства про соціальне страхування, створення методологічної бази його реалізації на практиці, налагодження механізму нарахування і стягнення страхових внесків. Існування заочної заборгованості платників внесків за платежами до усіх фондів соціального страхування свідчить також про недосконалість реєстрів платників страхових внесків. Основною причиною заборгованості можна вважати подання платниками недостовірної звітності. Перевиконання цих показників не спонукає до пошуку шляхів підвищення ефективності збору страхових внесків. Є потреба у використанні всіма фондами системи персоналізованого обліку відомостей про застрахованих осіб. Існують розбіжності у різних ФСС щодо граничних строків, сплати нарахованих страхових внесків, строків виникнення зобов'язання зі сплати внесків, порядку нарахування пені, штрафних та фінансових санкцій, а також процедур використання страхових коштів. Першим кроком до вирішення проблем системи збору страхових внесків можна вважати експеримент у Запорізькій, Луганській та Львівській областях з підвищення ефективності роботи державних цільових фондів. З метою усунення дублювання функцій та підвищення ефективності контрольно-перевірочної роботи деякі подібні функції виконував Пенсійний фонд. Накопичений досвід та існування об'єктивних проблем під час проведення експерименту призвели до чіткого розуміння необхідності кардинальних якісних змін у розвитку системи соціального страхування [4, с. 1 – 5].

Підвищення ефективності роботи фондів та зменшення адміністративних витрат фондів неможливо здійснити шляхом простого об'єднання ряду однакових функцій. Таке формування можливо здійснити лише в законодавчому порядку.

На думку автора, для створення ефективно функціонуючої системи соціального страхування з тимчасової втрати працездатності доцільно вжити такі заходи:

1) взаємодію з органами виконавчої влади та фондами соціального страхування в процесі розробки нормативно-правового забезпечення;

2) роз'яснювальна робота з платниками страхових внесків, забезпечення формами, інструкціями за їх заповненням, створення системи приймання та обробки звітності;

3) розробка та впровадження програми комп'ютеризації та автоматизації процесів адміністрування страхових та нових форм обслуговування платників з використанням сучасних інформаційних технологій;

4) удосконалення системи зовнішньої та внутрішньої звітності та контролю за достовірністю звітності, уніфікація звітних форм;

5) залучення висококваліфікованих працівників фондів соціального страхування до нової організаційної структури, підготовка і перепідготовка кадрів, вдосконалення системи оплати праці та заохочення шляхом створення єдиної системи оцінки ефективності роботи органів збору внесків та їх працівників тощо.

Отже, науковий результат даного дослідження полягає у розробці заходів з удосконалення системи соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, що дозволяє підвищити ефективність її функціонування.

**Література:** 1. Закон України "Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, зумовленими народженням та похованням" від 18 січня 2001 року № 2240-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – №5. – С. 1; 5; 9. 2. Постанова КМУ "Про організаційне забезпечення проведення у Запорізькій, Луганській та Львівській областях експерименту з підвищення ефективності роботи державних цільових фондів" від 7 березня 2001 р. № 216 // Голос України. – 2001. – №40. – с. 62. 3. Постанова КМУ "Про затвердження Порядку оплати перших п'яти днів тимчасової непрацездатності внаслідок захворювання або травми, не пов'язаної з виробництвом, за рахунок коштів підприємств, установ, організацій" від 6 травня 2001 р. № 439 // Голос України. – 2001. – №69. – с. 1 – 2. 4. Закон України "Про проведення у Запорізькій, Луганській та Львівській областях експерименту з підвищення ефективності роботи державних цільових фондів" від 12 жовтня 2000 року № 2057-III // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – №40. – С. 1 – 5.

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## БРЕНДЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ УКРАИНЫ, ИХ ОЦЕНКА И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Важнейшим критерием выбора банка, как стратегического финансового партнера, являются его надежность, репутация и качество. На современном этапе экономического развития Украины соответствие банка этим критериям в глазах потенциального клиента определяется, в первую очередь, качествами банковских брендов. Оценка надежности банков – проблема актуальная как для клиентов, активно работающих с банковскими структурами, так и для самих банков, которым необходимо оценивать своих партнеров.

В настоящее время на украинском рынке банковских услуг сложилась ситуация, при которой большинство банков предлагают практически одинаковый набор услуг. Рост прибыли становится незначительным и увеличивать ее за счет изменения цены становится все труднее [1].

Цель данного исследования – рассмотреть основные теоретические подходы к оценке банковских брендов и обосновать необходимость их использования в Украине.

Имидж банка становится сегодня одним из главных факторов конкурентной борьбы. Особое значение этот фактор приобретает в области банковских услуг, потому что успех партнерских отношений "банк – клиент" зависит, прежде всего, от степени доверия клиента.

Благополучный имидж, который отражает сущность и внешние стороны банковской деятельности, – это цель продолжительной и целенаправленной работы.

Необходимым условием, при котором банк может иметь успешность в своей деятельности, – это стремиться к неповторимости, или просто быть уникальным.

Для создания и поддержания постоянных контактов с бизнес-партнерами и клиентами, банк должен осуществлять четкое позиционирование своей торговой марки, бренда, образца, имиджа.

Понятие "бренд" (от англ. "brand" – ярлык) по-разному трактуется в научной литературе. По мнению М. О. Макашева – это символ, сформулированный на основе дизайна, отождествляющий свойства продукции [1].

Бренд, имидж и репутация являются дополнительными ресурсами банка. Репутация включает в себя имидж и бренд, добавляется к ним доверие.

В условиях конкуренции всем отечественным финансовым учреждением целесообразно работать над формированием положительного имиджа, который может принести более быстрые и ощутимые результаты и использоваться как дополнительный инвестиционный ресурс.

Составляющие ценности бренда представлены на рисунке.

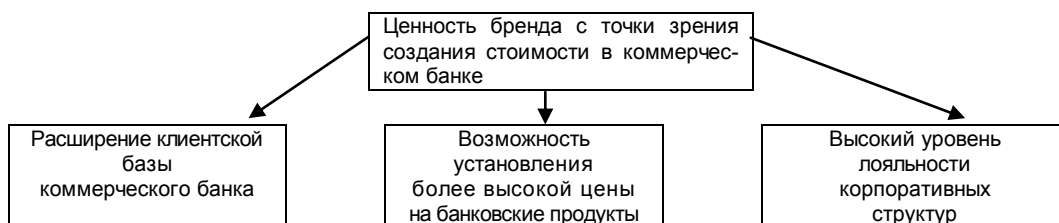


Рис. Составляющие ценности бренда коммерческого банка

Современные условия требуют серьезных изменений в рыночной стратегии банков и компаний сектора финансовых услуг. Необходимым становится усиление роли брендов, а также осуществление мер, направленных на развитие и укрепление позиций брендов финансовых институтов. При помощи сильных торговых марок руководство банков может добиться не только положительного имиджа для своих институтов в глазах существующих и потенциальных потребителей финансовых продуктов, но и создать предпосылки для налаживания взаимовыгодных и долгосрочных деловых отношений с клиентами, выработки маркетинговых интересов потребителей [2].

Успешным сегодня будет тот финансовый бренд, который способен вызывать положительную эмоцию и ассоциативный ряд, формирующий у потребителей позитивные ожидания.



Во всем мире банки и финансово-кредитные учреждения уже давно занимаются разработкой, продвижением и управлением своих брендов.

По нашему мнению, бренд украинских банков должен отвечать следующим характеристикам: активность, гибкость, стабильность, кредитоспособность.

Увеличение доходов банков связано с активным развитием потребительского и ипотечного кредитования, имеющих большую маржу. Увеличения количества банков на финансовом рынке, появление других небанковских финансово-кредитных учреждений и усиление конкурентной борьбы требует особых мероприятий в области маркетинга, направленных не только на сохранение рыночной позиции, а и на ее укрепление. Для этого необходимо постоянное управление брендами [3].

Также брендинг является необходимым в современном мире. На финансовом рынке бренд – это условие существования финансовых услуг вообще, и в то же время самый важный фактор обеспечения благосклонности клиентов.

Научной новизной данного исследования является обоснование необходимости и требований к развитию брендинга, что позволяет повысить эффективность маркетинговой политики банков.

---

**Литература:** 1. Макошев М. О. Бренд: Учебное пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2006. – 207с. 2. Ляпов В. Бренд. Как продавать счастье. – М.: Бестлер, 2006. – 192 с. 3. Укрсоббанк Украина: Итоги 8-ми месяцев 2005 года // Экономика новой власти. октябрь 2005 (www.usb.com.ua). 4. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади. Монографія. – 2-ге вид. – Харків: ВД ІНЖЕК, 2004. – 488 с. 5. Чернозуб О. Л. Стоимость бренда: реальность превосходит мифы// Маркетинг и маркетинговое исследование. – 2003. – №1-2. – С. 43 – 44.

УДК 658.152:631.11

**Жихарева Г. І.**

Студент 4 курсу  
факультету обліку і аудиту ХНЕУ

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ СФЕР ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Інвестиційні та інноваційні ресурси галузей АПК України виснажені й не забезпечують ефективного розширеного відтворення. Зношеність основних фондів у деяких галузях АПК сягає 50%, підприємства використовують вкрай застарілу матеріально-технічну базу, більшість коштів спрямовано не на оновлення обладнання, а на його ремонт.

Мета даного дослідження — надати конкретні науково обґрунтовані пропозиції щодо активізації інвестиційної та інноваційної сфер діяльності на підприємствах АПК.

Автор виходить з того, що проблему інвестиційного забезпечення сільськогосподарського виробництва можна вирішити шляхом удосконалення земельно-майнових відносин як передумови для запровадження іпотечного кредитування аграрного виробництва, зміцнення ринкової інфраструктури.

Основним завданням державної інвестиційно-інноваційної політики має бути забезпечення сталого соціально-економічного розвитку країни на засаді якісного оновлення основних і оборотних фондів, перш за все — у пріоритетних галузях національного господарства. Виконання цього завдання потребує не лише нарощування обсягів інвестиційних ресурсів, а й підвищення економічної і соціальної ефективності їх використання.

Державна інвестиційна політика щодо галузей АПК крім того має бути зорієнтованою на розширення джерел інвестиційного забезпечення, в першу чергу — за рахунок пільгового оподаткування та шляхом розширення доступності кредитних ресурсів.

Внутрішні інвестори у 2006 р. надавали пріоритет обробній промисловості (22,9% обсягу інвестицій), транспорту та зв'язку (20,1%), операціям з нерухомістю (15,1%), добувній промисловості (8,9%).

Протягом 2002 – 2006 рр. частка інвестування в основний капітал на підприємствах сільськогосподарства у загальному обсязі інвестування зменшилася на 0,5 в. п. — з 4,7 до 4,2%, а в харчовій промисловості цей показник збільшився на 1,4 в. п. — з 6,7 до 8,1%.

Треба мати на увазі, що впродовж 2002 – 2006 рр. позитивна динаміка зростання обсягів інвестування стала характерною для більшості видів економічної діяльності. Більш високими темпами, ніж раніше, освоєно інвестиції в соціальній сфері.

---

© Жихарева Г. І., 2008



На підприємствах АПК триває так зване "проїдання" основного капіталу, коли обсяг нарахованої амортизації значно більший за обсяг приросту основного капіталу. Частка амортизації основних засобів у структурі витрат на виробництво сільськогосподарської продукції відповідних підприємств зменшилася з 5,1% у 2003 р. до 4,9% у 2005 р. Це не сприяє прискореному накопиченню інвестиційних ресурсів.

Аналітичні розрахунки А. Гайдуцького [1] показали, що для більшості країн світу характерна тенденція до невисокого рівня залучення іноземних інвестицій в аграрну сферу. Об'єктивно це спричинено особливостями роботи галузі (високий рівень ризикованості, територіальна розпорошеність, низька оборотність капіталу). Отже, сподіватися на швидкий приплив іноземного капіталу до вітчизняного сільського господарства не варто.

Одним із напрямів підвищення інвестиційної привабливості вітчизняного АПК для іноземного інвестора є залучення землі у цивільно-господарський оборот. Земля в умовах ринку є інвестиційним ресурсом [2], який надає резидентів можливість отримати додаткові аргументи для залучення ресурсів, а нерезиденту — впевненість у серйозності намірів приймаючої сторони.

Підприємства АПК потерпають від гострої нестачі інноваційних ресурсів, без яких вони ніколи не стануть конкурентоспроможними. Причин такого становища кілька, і вони всім відомі: недостатня рентабельність сільськогосподарського виробництва, низький рівень мобільності інвестицій, відсутність ефективних державних програм підтримки розвитку АПК, незавершеність ринкових реформ на селі та ін.

За розрахунками експертів, для оновлення машинно-тракторного парку аграрних підприємств на рівні технологічної потреби необхідно щорічно купувати машини й обладнання на суму понад 15-20 млрд. грн. [1]. Однак підприємства АПК не мають навіть шостої частини коштів на ці потреби.

Сьогодні основним джерелом фінансування інновацій (у тому числі й в АПК) залишаються власні кошти підприємств, частка яких у загальному обсязі фінансування у 2005 р. становила 71% [1]. Державна підтримка інновацій з державних та місцевих бюджетів у 2005 р. була на рівні 1,6%, що майже у 2 рази менше, ніж у попередньому році (2,9%) [3].

Цікавими видаються пропозиції про створення агропромислових вільних економічних зон [4], які дають змогу забезпечити пільгові умови господарювання для сільськогосподарських товаровиробників певної території з урахуванням специфічних проблем і труднощів.

Державі бракує цілісної стратегії й тактики щодо інвестиційного та інноваційного аспектів забезпечення АПК як пріоритетної сфери української економіки. Невирішеним питанням залишається організація державної підтримки інвестування природоохоронних заходів, які впливають і на стан розвитку АПК, оскільки природа і навколишнє середовище — це найголовніші чинники сталого розвитку агросфери.

На думку автора, основними напрямами активізації інвестиційної та інноваційної сфер діяльності підприємства АПК є:

- контроль розробок та реалізації екологічних заходів підприємствами АПК в окремих регіонах;

- фінансування оновлення матеріальної бази природоохоронного виробництва, в тому числі контрольно-вимірального обладнання, технологій, які забезпечують утилізацію відходів;

- створення належних умов для розширеного відтворення інвестиційних та інноваційних ресурсів.

Підсумовуючи викладене, можна дійти висновків, що в агросфері й досі не створено належних умов для розширеного відтворення інвестиційних та інноваційних ресурсів. Цілком природно, що обмежені інвестиції використовують не на закупівлю нової техніки та впровадження прогресивних технологій, а на підтримку хоча б мінімальної дієздатності вкрай застарілої матеріально-технічної бази (ремонт), що не сприяє переходу АПК на модель сталого розвитку.

Державна економічна політика не усуває проблем інвестиційно-інноваційного забезпечення підприємств сільськогосподарського виробництва, а органи державної влади не впроваджують науково обґрунтованих і апробованих світовим досвідом заходів активізації інвестиційних процесів у агросфері.

Необхідно створити сучасне нормативно-правове середовище, де враховано інтереси держави, виробника й інвестора, забезпечено гарантії цілеспрямованого використання інвестицій та можливе отримання чітких пільг.

Науковою новизною даного дослідження є уточнення напрямів активізації інвестиційної та інноваційної сфер діяльності підприємств АПК. Практичне значення результатів дослідження полягає в можливості їх використання для удосконалення аграрної політики нашої держави.

---

**Література:** 1. Гайдуцький А. Л. Продовольча проблема в умовах глобалізації та залучення іноземних інвестицій у світове сільське господарство // Економіка АПК. – 2005. – № 9. – С. 50-58. 2. Спаський Г. В. Напрями залучення іноземних інвестицій в АПК Закарпаття // Економіка АПК. – 2005. – № 5. – С. 83-86. 3. Корецький М. Х. Державне регулювання інноваційної діяльності в АПК / М. Х. Корецький, О. І. Даций // Економіка АПК. – 2005. – №4. – С. 14 – 18. 4. Васенко В. К. Агропромислові вільні економічні зони: стратегія розвитку в Україні // Економіка АПК. – 2006. – №10. – С. 154 – 158.



## МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Анализ финансовой отчетности является существенным элементом финансового менеджмента. Практически все пользователи финансовых отчетов предприятий применяют методы финансового анализа для принятия решений по поводу оптимизации своих интересов.

Цель анализа состоит не только в установлении и оценке финансового состояния предприятия, но и в проведении работы по улучшению финансового положения. Оценка финансового состояния может быть выполнена с различной степенью детализации в зависимости от цели анализа, имеющейся информации и программного обеспечения.

Задачами анализа является общая оценка финансового состояния, проверка расходования средств по целевому назначению, выявление причин финансовых затруднений, а также возможностей улучшения использования финансовых ресурсов, ускорения оборота средств и укрепления финансового положения [1].

Для достижения поставленной цели и выполнения задач анализа финансового состояния следует усовершенствовать метод обеспечения анализа, чем и обусловлена актуальность темы исследования.

Целью данного исследования является оценка и усовершенствование методического обеспечения анализа финансового состояния предприятия.

Для различных категорий пользователей или субъектов финансового анализа наибольший интерес представляют различные разделы анализа, которые соответствуют их профессиональным и финансовым интересам [2]:

для налоговой инспекции необходимо, в первую очередь, знание такого показателя, как налогооблагаемая прибыль;

для кредитующих банков важна платежеспособность и ликвидность активов предприятия, то есть возможность покрыть свои обязательства быстро реализуемыми активами, что дает возможность исследования динамики и величины коэффициентов абсолютной и текущей ликвидности;

для партнеров по договорным отношениям в первую очередь важна финансовая устойчивость предприятия, то есть степень зависимости хозяйственной деятельности от заемных средств, способность предприятия маневрировать средствами, финансовая независимость предприятия;

для акционеров и инвесторов в первую очередь представляют интерес показатели, влияющие на доходность капитала предприятия, курс акций и уровень дивидендов.

Источниками информации могут служить [3]:

финансовая отчетность предприятия;  
данные бухгалтерского учета предприятия;  
внеучетная информация.

Независимо от категории пользователей, следует выделять критерии ухудшения финансового состояния предприятия. Их делят на две группы [4]:

I группа: критерии и показатели, неблагоприятные текущие значения которых могут служить сигналом о значительных финансовых затруднениях. Это такие показатели, как:

повторяющиеся существенные потери в основной производственной деятельности;

превышение допустимого уровня кредиторской задолженности;

чрезмерное использование краткосрочных заемных средств в качестве источников финансирования долгосрочных вложений;

устойчиво низкие значения коэффициентов ликвидности;

хроническая нехватка оборотных средств;

увеличение доли заемных средств в общей сумме валюты баланса;

невыполнение обязательств перед инвесторами, кредиторами и акционерами;

высокий удельный вес просроченной дебиторской задолженности;

применение в производственном процессе оборудования с истекшими сроками эксплуатации;

наличие сверхнормативных и залежавшихся запасов.

II группа: критерии и показатели, неблагоприятные значения которых не дают основания говорить о критическом финансовом состоянии предприятия, а именно:

вынужденные остановки, а также нарушение ритмичности производственно-технологического процесса;

недостаточная диверсификация деятельности предприятия, то есть чрезмерная зависимость финансовых результатов деятельности предприятия от какого-то одного конкретного проекта, типа оборудования, вида активов и др.;



излишняя ставка на возможную и прогнозируемую успешность и прибыльность нового проекта;  
потеря основных контрагентов;  
потеря ключевых сотрудников аппарата управления;  
неэффективные долговые соглашения;  
участие предприятия в судебных разбирательствах с непредсказуемым исходом;  
недооценка необходимости постоянного технического и технологического обновления предприятия;

политический риск, связанный с предприятием в целом или его ключевыми подразделениями.

На основании вышесказанного можно сделать вывод о том, что анализ финансового состояния предприятия дает объективное и точное представление о финансовом состоянии, его прибыли и убытках, изменениях в структуре активов и пассивов, а также выявляет причины и факторы, которые повлияли на сложившееся финансовое положение. В результате анализа можно выявить резервы улучшения состояния и повышения эффективности всей хозяйственной деятельности.

Научной новизной исследования является усовершенствование методического обеспечения анализа финансового состояния предприятия.

**Литература:** 1. Заболотная Т. Анализ финансового состояния и результатов деятельности предприятия // Экономика, финансы и право. – 2006. – №7. – С. 8 – 14. 2. Горицкая Н. Анализ финансового состояния и результатов деятельности предприятия // Бухгалтерия. Налоги. Бизнес. – 2006. – №32. – С. 14 – 17. 3. Горицкая Н. Анализ финансового состояния и результатов деятельности предприятия // Бухгалтерия. Налоги. Бизнес. – 2006. – №33. – С. 34 – 40. 4. Загорецкая С. Анализ финансового состояния и результатов деятельности предприятия // Энциклопедия бухгалтера и экономиста. – 2006. – №8. – С. 51 – 52.

**Грущенко М. О.**

УДК 331.108.2

Студент 4 курсу  
факультету економіки і права ХНЕУ

## СУЧАСНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ

В умовах розвитку економіки України на сьогодні практично будь-яке підприємство, що пережило період швидкого зростання, страждає від незбалансованості кадрового складу. У колективі накопичується "баласт" у вигляді співробітників, зростання кваліфікації яких відстало від зростання компанії або посада яких не відповідає новим реаліям. У цьому випадку проведення оптимізації кадрового складу – достатньо простий і швидкий спосіб підвищення ефективності роботи підприємства, тому одним з обов'язкових елементів системи формування управлінських кадрів є їх оцінка, за допомогою якої оцінюються результати праці, діяльність, особисті характеристики, поведінка персоналу.

Метою даної статті є обґрунтування сутності, видів та методів оцінки персоналу на підприємстві.

Питанням оцінки персоналу присвячені багато робіт як вітчизняних, так і зарубіжних вчених-економістів, таких, як: В. Пономаренко, Є. Жаріков, Л. Меншиков, Г. Попов, М. Хілб, В. Хьюбер, Є. Шарапатова та ін.

Однак, якщо говорити про оцінювання результату професійної діяльності, то увага дослідників, як правило, акцентувалася на організації контролю за процесом навчання і оцінкою якості знань, вмінь, навичок, сформованих під час навчання. Оцінка професійної діяльності як правило не враховувалась.

Оцінка поведінки (діяльності) людей – один з основних напрямів національного менеджменту, що формується, без яких неможливо забезпечити перехід до ринку і ефективне його функціонування [1].

Під оцінкою прийнято розуміти думку про цінність, рівень чи значення кого-небудь або чого-небудь. Отже, оцінити що-небудь означає визначити його ціну, встановити ступінь прояву, рівень розвитку, якість.

Для того, щоб визначити, якими діловими якостями володіє той чи інший працівник, необхідно кількісно виміряти рівень цих якостей, одержати показники їх оцінки.

Кількісні методи ділової оцінки працівників необхідні для досягнення її основної мети. Тільки на їх основі можна правильно підбирати і розставляти кадри, раціонально стимулювати їх працю і застосовувати санкції, а також встановлювати необхідність перепідготовки і підвищення кваліфікації. Тому вирішальне значення мають чіткість, точність і простота таких методів, а також об'єктивність висновків, одержаних у результаті їх застосування.

© Грущенко М. О., 2008



Переважна більшість методів оцінки, зокрема всі кількісні, дозволяють практично підтвердити або спростувати модель-гіпотезу про діяльність працівника, тобто оцінюють його за досягнутими результатами роботи. Таким чином, ділова оцінка людей базується на досягнутих ними результатах [2].

Майже всі компанії, де проводилися дослідження, використовують формальні програми оцінювання. Такі програми мають близько 93% малих фірм (до 500 працівників) і 97% великих компаній.

Рейтингові шкали – найбільш поширений метод оцінювання. Близько 62% малих фірм використовують рейтингові шкали, 20% – огляди і 19% – МВО. Серед великих компаній 51% використовують рейтингові шкали, не на багато більше 23% – огляди і близько 17% – МВО.

Відзначимо, що безпосередній начальник здійснює 92% оцінок тестуючого в 74% проаналізованих організацій. Тільки близько 7% організацій використовують самооцінки на всіх стадіях загального процесу оцінювання. Фактично 99% працівників інформують про результати оцінок. Близько 77 % мають шанс прокоментувати у письмовій формі свої оцінки. У 69 % компаній оцінювання проводиться щорічно; 52% працевластувачів забезпечують тестуючих інструкціями і 60% забезпечують навчання перед тестуванням [3].

Процедура ділової оцінки є певним порядком зіставлення ділових, особистих та інших якостей працівників зі встановленими критеріями оцінки при рішенні питання про їх призначення на ту чи іншу посаду, переміщенні або звільненні, стимулюванні або покаранні, а також при оцінці результатів змагання або рішення питання про перепідготовку працівників.

Робота кадрової служби немислима без оцінки персоналу на різних етапах його розвитку: при прийомі на роботу, просуванні по службових сходах, навчанні, заохоченні і звільненні. Основні проблеми – ступінь суб'єктивності оцінки і трудомісткість процедур – вирішуються делегуванням повноважень зовнішнім для компанії консультантам [1].

Аналіз публікацій та результатів дослідження щодо наявності, кількості, важливості і групування необхідних керівникові якостей дозволяє зробити такі висновки.

1. У даний час не існує єдиної загальноновизначеної методики оцінки керівних працівників і єдиної думки про групування якостей, їх назви і зміст.

2. Існують якості, важливість яких наголошується в багатьох роботах (компетентність, організаторські здібності, вміння створити творчий клімат і атмосферу цілеспрямованості в колективі, вміння працювати з людьми та ін.).

3. Кількість вимог (критеріїв оцінки) до працівників, які виражаються через якості або їх групи, повинна бути обмежена, оскільки через психічні можливості експертів збільшення кількості якостей не приводить до більшої достовірності.

Не можна механічно використовувати чинники і якості, встановлені для працівників однієї якої-небудь галузі, посади або регіону країни, при оцінюванні працівників іншої галузі.

Тому при подальших дослідженнях даної теми необхідно врахувати всі переваги та недоліки сучасних методик і розробити методи оцінки персоналу для кожної галузі окремо.

---

**Література:** 1. Балабанова Л. В. Управління персоналом: Навч. посібник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К.: ВД "Професіонал", 2006. – 512 с. 2. Кини Р. Л. Принятие решений при многих критериях: предпочтения и замещения / Р. Л. Кини, Х. Райфа. – М.: Радио и связь, 1995. 3. Дмитренко Г. А. Мотивация и оценка персонала: Учеб.пособие / Г. А. Дмитренко, Е. А. Шарпапова, Т. М. Максименко. – К.: МАУП, 2002. – 248 с.

УДК 65.012.12

**Гринь О. П.**

**Дрозд В. С.**

Студенти 4 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ДОСЛІДЖЕННЯ КОМПЛЕКСУ МЕТОДІВ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

На сучасному етапі потрібна система знань про основи економічного аналізу господарської діяльності, його методи і методології, вмінні застосовувати економіко-логічні й економіко-математичні методи і моделі для вивчення економічних процесів, які відбуваються на вітчизняних підприємствах. Володіння прийомами і методами економічного аналізу створює основу для розвитку їх економічного мислення, набуття здатності сприймати економічні процеси, що відбуваються на підп-

---

© Гринь О. П., Дрозд В. С., 2008



риємствах (а також в інших об'єктах управління), у всій їх багатогранності і взаємозумовленості. Це особливо важливо в умовах розвитку і поглиблення ринкових засад в нашій економіці, які об'єктивно ускладнюють завдання у сфері прийняття управлінських рішень на кожному підприємстві.

Методам та методичним прийомам економічного аналізу приділяли увагу такі вчені, як Г. Ф. Азаренков, М. І. Баканов, В. В. Іваніснюк, В. М. Івахненко, Є. П. Кожанова, А. Д. Шермет та ін. У своїх працях вчені розглядали такі питання: характерні особливості методів економічного аналізу; використання прийомів для конкретних цілей вивчення фінансового стану підприємства; загальні характеристики всієї сукупності наукових методів; вибір найбільш оптимальної сукупності методів для подальшого прийняття ефективних рішень; дослідження можливості використання сучасних прийомів для фінансового аналізу, перспектив розвитку діяльності підприємств.

Метою статті є проведення аналізу та систематизації, широти застосування різних методів та прийомів дослідження стану підприємств на сучасному етапі.

Повнота й глибина вивчення діяльності підприємства значною мірою досягається застосуванням різноманітних технічних прийомів обробки джерел інформації, що використовуються в економічному аналізі. Найважливішими з них є прийоми порівняння, групувань, прийом відносних величин, прийом ланцюгових підстановок, використання середніх величин, прийом елімінацій, балансовий прийом та ін. [1].

Аналіз будь-якого показника починається з порівняння звітних даних з плановими, з даними за попередній період, а також з даними за ряд попередніх років. Прийом порівняння застосовується також для зіставлення показників роботи підприємства з показниками аналогічних підприємств, підприємств-конкурентів і середніми показниками по галузі, що дозволяє визначити конкурентоспроможність підприємства, оцінити його слабкі й сильні сторони. Широко використовується прийом порівнянь і при розробці бізнес-плану та для оцінки ефективності прийнятих управлінських рішень. При порівнянні різних варіантів плану за допомогою цього прийому можна обрати оптимальний. Порівняння показників діяльності підприємства до і після впровадження інвестицій дозволяє визначити їх економічну ефективність. Порівняння якісних ознак фактично випущеної продукції зі стандартами і технічними умовами дає можливість визначити досягнутий рівень якості продукції. В економічному аналізі розрізняють такі види порівняльного аналізу: горизонтальний, вертикальний та трендовий.

За допомогою цих видів аналізу розглянемо діяльність 4 підприємств за конкретний період. Вихідні дані, які використовувалися для проведення аналізу, наведено в табл. 1.

Таблиця 1

**Визначення рангу підприємства в галузі за його майновим станом**

	Підприємство 1					Підприємство 2				
	2000	2001	2002	2003	Середня	2000	2001	2002	2003	Середня
Необоротні активи	64 106,2	6 444,4	60 629	60 662	309 547,83	6 408,7	58 153,1	558 530	557 402	309 547,83
Оборотні активи	14 101,7	4 648,7	68 827	71 228	128 186,70	4 924,4	15 913,1	204 687	278 045	128 186,70
Витрати майбутніх періодів	1	0	0	0	118,20	5,3	5,8	236	230	118,20
Баланс	78 208,9	11 093,1	129 456	131 890	437 852,73	11 338,4	74 072	763 453	835 677	437 852,73
Власний капітал	62 547,3	8 448,2	88 400	88 704	333 692,80	7 866,2	60 942,9	582 748	628 533	333 692,80
Забезпечення наступних виплат і платежів	356,4	16,5	0	0	2 017,10	39,3	358	3 624	3 730	2 017,10
Довгострокові зобов'язання	5 383,8	89,1	589	1 128	7 560,80	304,8	1 435,4	11 400	12 024	7 560,80
Поточні зобов'язання	9 921,4	2 539,3	40 458	42 058	94 582,03	3 128,1	11 335,7	165 681	191 390	94 582,03
Доходи майбутніх періодів	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0	0,00
Баланс	78 208,9	11 093,1	12 945,6	131 890	437 852,73	11 338,4	74 072	763 453	835 677	437 852,73
	Підприємство 3					Підприємство 4				
	2000	2001	2002	2003	Середня	2000	2001	2002	2003	Середня
Необоротні активи	1 741,9	3 793,2	121 077	120 918	61 882,53	666,5	589,3	5 724	5 616	3 148,95
Оборотні активи	7 176	8 859,9	105 307	106 187	56 882,48	958,9	980,6	9 346	9 301	5 146,63
Витрати майбутніх періодів	0	63,7	118	120	100,57	0	0	0	0	0,00
Баланс	8 917,9	12 716,8	226 502	227 225	118 840,43	1 625,4	1 569,9	15 070	14 917	8 295,58
Власний капітал	8 097,3	10 937,5	208 604	209 014	109 163,20	1 119	1 168	11 046	10 993	6 081,50
Забезпечення наступних виплат і платежів	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Довгострокові зобов'язання	0	247	5 292	5 492	3 677	34,9	83,7	412	412	235,65
Поточні зобов'язання	820,6	1 532,3	12 606	12 719	6 919,48	471,5	317,4	3 612	3 512	1 978,23
Доходи майбутніх періодів	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Баланс	8 917,9	12 716,8	226 502	227 225	118 840,43	1 625,4	1 569,9	15 070	14 917	8 295,58

За допомогою методу пропорційного розділення визначимо розділи активу та пасиву, які суттєво вплинули на підсумок розділу балансу підприємства 3, а також фактори, які виступають стимуляторами та дестимуляторами. Для цього використовуємо таку формулу:

$$\begin{aligned} \Delta U_a &= (\Delta Y / (\Delta A + \Delta B + \Delta C)) \square \Delta A; \\ \Delta U_b &= (\Delta Y / (\Delta A + \Delta B + \Delta C)) \square \Delta B; \\ \Delta U_c &= (\Delta Y / (\Delta A + \Delta B + \Delta C)) \square \Delta C; \\ \Delta U_d &= (\Delta Y / (\Delta A + \Delta B + \Delta C + \Delta D + \Delta F)) \square \Delta D; \\ \Delta U_f &= (\Delta Y / (\Delta A + \Delta B + \Delta C + \Delta D + \Delta F)) \square \Delta F; \end{aligned}$$

Актив:  
 $\Delta U_a = -159,00$   
 $\Delta U_b = 721,36$   
 $\Delta U_c = 1,99$

Пасив:  
 $\Delta U_a = 566,79$   
 $\Delta U_b = 0,00$   
 $\Delta U_c = 723,00$   
 $\Delta U_d = 97,73$   
 $\Delta U_f = 0,00,$

де  $U$  – валюта балансу;  
 $A$  – висновок I розділу пасиву (активу) балансу;  
 $B$  – висновок II розділу пасиву (активу) балансу;  
 $C$  – висновок III розділу пасиву (активу) балансу;  
 $D$  – висновок IV розділу пасиву балансу;  
 $F$  – висновок V розділу пасиву балансу.

Після проведених розрахунків за допомогою графіків проілюструємо фактори стимулятори та дестимулятори (рис. 1).

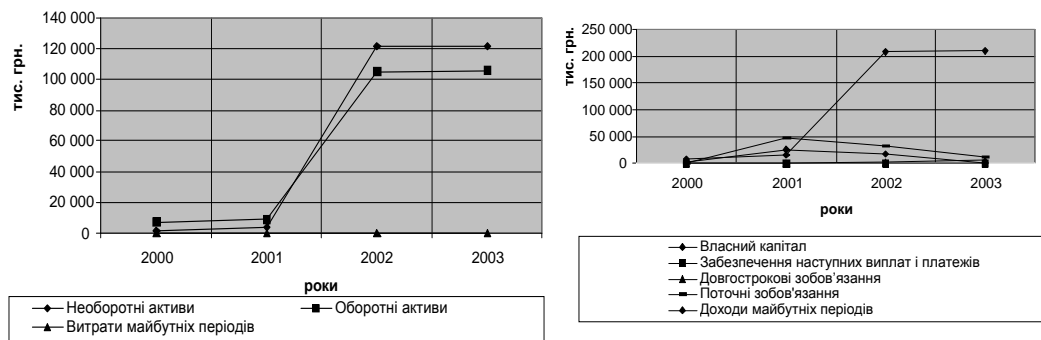


Рис. 1. Динаміка розвитку підприємства

Проаналізувавши графіки, можна сказати, що стимулятором в активі є необоротні активи, в пасиві – власний капітал. Тобто це фактори, які позитивно вплинули на фінансовий стан підприємства. Дестимулятори в активі – витрати майбутніх періодів, в пасиві – доходи майбутніх періодів та забезпечення наступних виплат й платежів.

Використовуючи графіки (рис. 2) визначимо на скільки дане підприємство є конкурентоспроможним на внутрішньому ринку порівняно з іншими підприємствами (табл. 2).

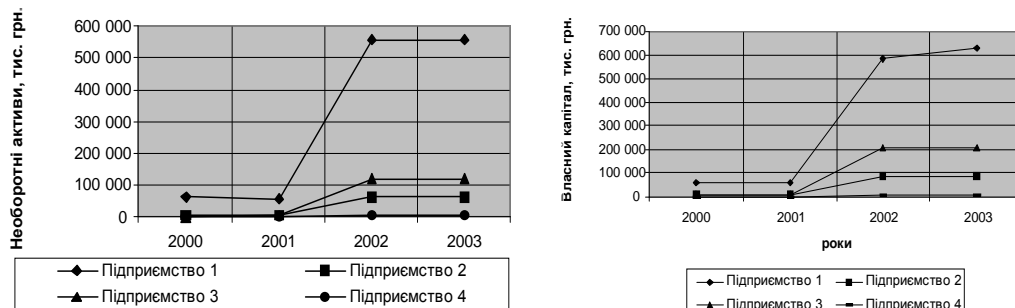


Рис. 2. Місце досліджуваного підприємства на внутрішньому ринку

**Технологія ранжування місця підприємства в галузі  
за його майновим станом**

Етапи	Інструментарій економічного аналізу	Джерела інформації для проведення аналізу
Етапи пріоритетного вираження майнового стану підприємства за активом та пасивом	Прийом порівняння (горизонтальний, вертикальний, трендовий) Метод пропорційного розділення	Вихідні дані ( наведені в табл. 1) Форма № 1 фін. звітності "Баланс"
Визначення стимуляторів та дестимуляторів	Графічний метод	Накопичені досвід та знання
Визначення місця перебування підприємства в галузі	Метод порівняння Графічний прийом	Результати, отримані після проведених розрахунків

Після науково-обґрунтованого економічного аналізу можна сказати, що діяльність підприємства не є збитковою, але автори даної статті для підвищення економічного стану пропонують ряд заходів: розширення об'єму виробництва, впровадження нових видів діяльності; проведення інвестиційної політики; економне використання сировини, палива, енергії, матеріалів для зниження собівартості продукції; зменшення витрат від браку; ліквідація непродуктивних витрат; впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу; своєчасні розрахунки за товари, роботи, послуги з поставальниками; стабільне виконання підприємством зобов'язань перед банком, бюджетом та іншими установами; досягнення раціонального співвідношення між власними і залученими коштами.

Науковою новизною є технологія ранжування місця підприємства в галузі за його майновим станом.

**Література:** 1. Ивахненко В. М. Курс економічного аналізу: Навч. посібник. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання – Прес, 2002. – 190 с. 2. Азаренков Г. Ф. Економічний аналіз: Навч. посібник. – Харків: ХДЕУ, 2003. – 240 с. 3. Баканов М. И. Теория экономического анализа: Учебник / М. И. Баканов, А. Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 416 с. 4. Ивахненко В. В. Модель и методы принятия решений в анализе и аудите: Учебн. пособие. – Харьков: ИНЖЭК, 2004. – 296 с. 5. Кожанова Є. П. Економічний аналіз: Навч. посібник / Є. П. Кожанова, І. П. Отенко. – 2 –е вид. – Харків: ВД " ІНЖЕК", 2005. – 344 с.

**Дідух В. В.**

УДК 657.92

Студент 4 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ФОРМУВАННЯ КОМПЛЕКСУ МЕТОДІВ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ**

Трансформаційні процеси, що почалися в Україні із придбанням нею статусу незалежної держави, не завершилися і нині. Перетворення торкнулися всіх сфер життя суспільства: як окремих суб'єктів економіки, так і національної економіки в цілому. Ринкова трансформація протікає нерівномірно, непослідовно. Причиною цього можуть бути найрізноманітніші фактори, як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. Трансформація національної економіки вимагає одночасного реформування та забезпечення з позиції наукової теорії і реальної практики. У даних умовах економічний аналіз трохи видозмінився під впливом таких наук, як маркетинг, менеджмент, управлінський облік та ін. Але виконання ними своєї фундаментальної ролі є важким без використання методів і прийомів економічного аналізу. Саме в ринковому середовищі найбільшою мірою визначається потреба у проведенні комплексного системного економічного аналізу, різноманітному пошуку на багатокритеріальній основі, рейтинговій оцінці, альтернативних порівняннях [1, с. 55]. У зв'язку з цим тема дослідження є актуальною й своєчасною на сучасному етапі розвитку економіки.

В умовах протікання трансформаційних процесів, що характеризуються особливою мінливістю, усі економічні явища, що протікають на кожному конкретному підприємстві, вимагають особливо ретельної оцінки. Метою написання статті є пошук найбільш оптимальних методів аналізу всіх аспектів виробничо-фінансової діяльності підприємств на підставі докладного вивчення досягнень науки в області розробки різних методів економічного аналізу.

© Дідух В. В., 2008

У цілому всі вчені розглядають приблизно однаковий набір прийомів і методів, що застосовуються при проведенні економічного аналізу. Але кожному з них властиве індивідуальне бачення даного питання, у результаті чого в кожній роботі можна виділити ті чи інші особливості, що відрізняє її від інших і формує усе більш повну картину існуючих в економічному аналізі методів.

Результати порівняння занесені в таблицю, що дає більш наочне уявлення про розмаїтість і багатоплановість методів економічного аналізу.

Таблиця

**Диференціація підходів до розгляду сукупності методів, які використовуються при проведенні економічного аналізу**

Автор	Методи економічного аналізу	Відмінні риси комплексу методів
А. І. Гінзбург [2, с. 83 – 111]	1. Попередній аналіз (його називають іноді "традиційний") містить у собі: суцільне й вибіркове спостереження; порівняння даних; зведення й групування даних; розрахунок абсолютних і відносних величин; розрахунок середніх величин і показників варіації; розгляд рядів динаміки; графічний метод; евристичний метод. 2. Факторний аналіз: індексний метод; спосіб ланцюгових підстановок; спосіб абсолютних різниць; спосіб відносних різниць; спосіб пайової участі; інтегральний спосіб; спосіб логарифмування. 3. Імовірнісний аналіз: метод взаємозалежних паралельних рядів; метод кореляційної таблиці; метод кореляційного аналізу; метод дисперсійного аналізу; метод експертних оцінок; метод тестування	В основу методики проведення аналізу покладений поділ процесу аналізу на кілька етапів, для кожного з яких властиві свої методи й прийоми
В. М. Івахненко [3, с. 21 – 31]	1. Аналітичний метод. 2. Деталізація. 3. Порівняння й моделювання. 4. Балансовий метод. 5. Елімінування (включає ланцюгові підстановки, спосіб абсолютних різниць, відносних різниць). 6. Статистичні методи. 7. Економіко-математичні методи	Виділяє аналітичний метод як самостійний, у той час, як інші автори розглядають його в складі самого поняття "метод економічного аналізу"
Е. П. Кожанова [4, с. 41 – 57]	1. Прийом порівняння (горизонтальний, вертикальний, трендовий). 2. Прийом групувань. 3. Деталізація показників. 4. Прийом відносних величин. 5. Балансовий прийом. 6. Прийом ланцюгових підстановок. 7. Використання середніх величин. 8. Графічний метод. 9. Економіко-математичні методи	Виділяє метод ланцюгових підстановок у якості самостійного, при цьому не розглядає інших методів елімінування
В. П. Багрів [5, с. 6 – 25]	1. Прийом порівняння. 2. Прийом деталізації. 3. Статистичні методи. 4. Застосування середніх величин. 5. Методи елімінування	Виділяє у складі методів елімінування інтегральний прийом, логарифмічний метод
Н. В. Тарасенко [6, стор. 48 – 67]	1. Традиційні (логічні) методи: метод порівняння; елімінування (метод ланцюгових підстановок, різниці абсолютних величин, перерахування даних, участі на паях); статистичні методи (метод середніх величин; метод групувань, індексний метод, динамічні ряди); балансовий метод. 2. Графічний метод: аналітичні графіки, діаграми, метод сіткового графіка. 3. Методи комплексної економічної оцінки: методи детермінованої комплексної оцінки; методи стохастичної комплексної оцінки. 4. Економіко-математичні методи: кореляційно-регресійний аналіз, метод математичного програмування та ін. 5. Методи експертної оцінки: метод "мозкового штурму", морфологічний метод аналізу, метод контрольних питань та ін.	Розділяє всю сукупність методів на кілька більших груп. Дає найбільш розгорнуту класифікацію методів

Таким чином, усі розглянуті методи в сукупності дозволяють зробити найбільш глибокий і докладний аналіз виробничо-господарської діяльності підприємства.

На думку автора статті найбільш важливими є методи, які були розглянуті всіма вченими з тими чи іншими доповненнями. До них відносяться:

1) метод порівняння, тому що для оцінки діяльності підприємства – рівня розвитку всіх виробничо-економічних процесів, що протікають, необхідна наявність адекватного об'єкта для порівняння;



2) метод групувань – необхідний для того, щоб полегшити процес проведення аналізу шляхом об'єднання даних у групи за якою-небудь ознакою;

3) методи елімінування – для виявлення впливу на результативний показник якогось фактору або їх групи;

4) економіко-математичні методи, що дозволяють виявити взаємозв'язок між різними факторами, знаходити співвідношення між різними процесами, що протікають на підприємстві.

Інші методи автор розглядає як такі, що доповнюють вище перераховані, і застосовувати їх треба тільки в тому випадку, якщо попередні сформували не повне подання про виробничо-господарську діяльність підприємства.

Таким чином, трансформація, розширення методів економічного аналізу відповідно до потреб національної економіки може задовольнити вимоги комплексності, системності, оперативності, точності пізнання досліджуваного об'єкта, тенденцій і закономірностей його зміни й розвитку [1, с. 66].

Науковою новизною дослідження є виділення комплексу методів економічного аналізу, за допомогою якого можна оцінювати та аналізувати виробничо-господарську діяльність підприємства.

---

**Література:** 1. Мних Є. Сучасний економічний аналіз: питання методології та організації // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – №1. – С. 61 – 66. 2. Гинзбург А. И. Экономический анализ: Предмет и методы. Моделирование ситуации. Оценка управленческих решений. – СПб: Питер, 2007. – 208 с. 3. Івахненко В. М. Курс економічного аналізу: Навч. посібник. – 4-те вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2004. – 190 с. 4. Кожанова Е. П. Економічний аналіз: Навч. посібник. – 2-е вид., виправ. і доп. – Харків: ВД ІНЖЕК, 2005. – 344 с. 5. Багряні В. П. Економічний аналіз: Навч. посібник / Багряні Й. В. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 160 с. 6. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз: Навч. посібник. – 3-те вид., виправ. і допрац. – Львів: "Магнолія плюс", 2005. – 344 с.

---

**Голякова К. В.**

УДК 65.011.4

Студент 4 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ОЦІНКИ ТА АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки з кожним роком зростає кількість підприємств, які здійснюють ту чи іншу діяльність. Але не всім з них вдається утриматися на ринку через ряд причин, серед яких найсуттєвішою є конкуренція. Виходячи із ситуації, що склалася в таких умовах, сьогодні все більш актуальним є проведення аналізу конкурентоспроможності підприємства на основі застосування відповідної системи показників.

У зв'язку з цим, важливе значення тут має правильний вибір і обґрунтування системи показників для проведення аналізу конкурентоспроможності підприємства, тому що результати аналізу залежатимуть саме від того, наскільки повно та точно дані показники відображатимуть конкурентоспроможний стан підприємства.

Головна мета цієї статті полягає у відображенні найбільш повної системи показників конкурентоспроможності підприємства.

Для аналізу конкурентних переваг підприємства автори Є. О. Полтавська та І. П. Отенко виділяють такі показники-ознаки [1, с. 131]:

кількісні (ціна споживання товарів, продуктивність і т. д.) і якісні (імідж товару, відповідність товару);

залежно від ступеня відображення результатів виділяють досягнуті результати – підсумкові, результативні показники (прибуток);

залежно від значення у процесі оцінки конкурентних переваг показники діляться на регламентовані (за їх допомогою проводиться перевірка обов'язкових вимог) і порівняльні (порівнюються властивості товарів-конкурентів);

залежно від кількості характеристик, що використовуються при оцінці конкурентних переваг підприємства, виділяють одиничні (продажна ціна) та комплексні показники (рівень якості та ін.).

Розробкою даної системи показників займаються й багато інших вчених. Такі показники наведені нижче у таблиці.

---

© Голякова К. В., 2008



**Визначення системи показників, які використовуються  
для аналізу конкурентоспроможності підприємства**

Автор	Фактор та показники, що його характеризують	Відмінні особливості
І. Ансофф [2, с. 57 – 59]	Положення фірми на ринку: конкурентний статус фірми (КСФ)	Оптимальним є КСФ = 1. У цьому випадку ефективніша політика поєднується з оптимальною стратегією фірми і відповідними оптимальними можливостями
А. П. Градов [2, с. 60 - 61]	Положення фірми на ринку: рівень конкурентної переваги фірми	Базується на конкурентному статусі, характеризує забезпеченість фірми ресурсами всіх видів, а також напрямок впливу і ефективність використання фірмою умов зовнішньої середовища
М. Портер [3, с. 15 – 16; 21]	Економічні, технічні, суспільні сподівання, сильні та слабкі сторони підприємства: довгострокова віддача інвестованого капіталу, прибутковість в галузі, показники наявності фінансових ресурсів, стан технології, кількість конкурентів, кількість товарів-замінників	На основі цих показників проводиться глибокий аналіз джерел кожного фактору з метою кращої розробки стратегії конкуренції підприємства
Ю. Б. Іванов [2, с. 93 – 95]	Конкурентоспроможність продукції, що виробляється, ефективність виробничо-економічної діяльності: обсяг продаж, ціна, якість продукції, ресурсозабезпеченість підприємства, частка активної частини основних фондів, строк експлуатації устаткування, структура інвестицій	Дають змогу отримати більш повну оцінку ефективності діяльності підприємства. На їх основі підприємство може ефективно впливати на рівень конкурентоспроможності
А. Е. Воронкова [4, с. 58 – 60]	Конкурентна перевага: темпи зростання ринку, його рентабельності.  Характер розподілу ринкових частин між конкурентами: ступінь концентрації виробництва в галузі – чотиридольний показник CR4  Коефіцієнт варіації	Дають змогу розробляти управлінські рішення із збереження або поліпшення своїх конкурентних позицій. Становить загальну частину 4-х перших підприємств ринку, які регулюють максимальні обсяги продукції у загальному обсязі реалізації продукції на даному сегменті ринку. Чим вище його значення, тим нижче інтенсивність конкуренції
І. П. Отенко, Є. О. Полтавська	Виробнича сфера діяльності: матеріаломісткість, рівень постійних витрат у собівартості реалізованої продукції. Інноваційна сфера діяльності: рентабельність інвестицій на освоєння нових видів виробництва. Сервісна сфера діяльності: період погашення дебіторської заборгованості, гарантійне обслуговування продукції. Маркетингова сфера діяльності: рентабельність продаж, еластичність за ціною, частота оновлення асортименту. Фінансово-інвестиційна сфера діяльності: коефіцієнт стійкості економічного зростання, коефіцієнт рентабельності власного капіталу, прибутковість акцій	Характеризують раціональну структуру, ефективність управління витратами на виробництво та збут продукції. Впливають на кінцеві результати діяльності підприємства при зміні макроекономічних факторів. Характеризують рівень сервісного обслуговування на підприємстві, а також стан розрахунків з покупцями. Характеризують стадії просування на ринок виробничих інновацій підприємства, здійснення прогнозування попиту. Характеризують дохід на одну одиницю вкладених коштів, рівень прибутковості вкладених капіталів

На думку автора, необхідно формування такої системи показників для оцінки та аналізу конкурентоспроможності підприємства:

рівень ресурсозабезпеченості підприємства для здійснення ним своєї діяльності;

показники кількості конкурентів та наявності товарів-замінників;

показники для аналізу стратегії конкуренції підприємства;

цінові та якісні показники реалізованої продукції;

рівень зацікавленості інвесторів відносно вкладання коштів у подальший розвиток та удосконалення діяльності підприємства;



технічні та технологічні показники виробництва;  
показники прибутковості та рентабельності його діяльності.  
Слід звернути увагу, що аналіз конкурентоспроможності підприємства необхідно проводити комплексно за всіма показниками, а не конкретно за кожним з них.

Науковою новизною даної статті є розроблення найбільш повної системи показників для аналізу конкурентоспроможності підприємства.

**Література:** 1. Отенко І. П. Управління конкурентними перевагами підприємства: Наук. видання / І. П. Отенко, Є. О. Полтавська. – Харків: ХНЕУ, 2005. – 210 с. 2. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений. – Харьков: ХГЭУ, 1997. – 246 с. 3. Портер М. Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. – К.: Основи, 1998. – 390 с. 4. Воронкова А. Е. Діагностика стану підприємства, теорія і практика: Монографія / За заг. ред. А. Е. Воронкової. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 448 с.

**Турик О. С.**

УДК 65.012.2

Студент 4 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Формування міцної, стабільної економіки країни неможливе без ефективного функціонування окремих її елементів. Досягнути значних результатів можна лише при узгодженій, ефективній роботі всього економічного механізму. В умовах переходу України до ринкової економіки саме підприємство є однією з базових категорій її розвитку. Воно є рушійною силою розвитку всіх сфер життя суспільства та країни: економічної, соціальної, політичної. Продуктивна робота як окремого підприємства, так і всього підприємницького комплексу загалом є запорукою зростання економічної стабільності держави: збільшення ВВП, дохідної частини бюджету, розвитку потужної промислової бази. Ефективність діяльності підприємства є результатом добре виваженої його виробничої програми. На сьогоднішній день реаліями нашого життя є неефективність розвитку промислового комплексу країни, що не здатний задовольнити всі її потреби. У багатьох випадках причиною цього є незбалансована та неефективна виробнича програма підприємства.

Проблема формування виробничої програми підприємства є однією з головних проблем розвитку потужного виробничого комплексу. Її вирішенням займалися багато вчених-економістів: Є. А. Кобець, А. В. Бандуріна, В. П. Багров, Г. Ф. Азаренков [1 – 4] та ін. Але на сьогоднішній день це питання дуже гостро стоїть ще для багатьох підприємств, які потребують розробки ефективної та результативної методики планування та виконання виробничої програми, яка б відповідала можливостям підприємства та повністю задовольняла його потребам.

Метою даної публікації є розкриття значення виробничої програми в умовах переходу до ринкової економіки та пошуки її збалансування для ефективної роботи підприємства.

Будь-яке підприємство прагне до максимального ефективного роботи: отримання якомога більшого прибутку при мінімальних витратах. Для цього йому потрібно ретельно та виважено спланувати свою діяльність, врахувати всі внутрішні та зовнішні фактори впливу, проаналізувати свою діяльність за останній період та діяльність підприємств-конкурентів, зробити відповідні висновки.

Аналіз діяльності підприємства необхідно розпочати саме з аналізу показників його виробничої програми: обсягу виробництва та реалізації продукції, ритмічності виробництва, номенклатури та асортименту продукції, її якості, цін реалізації, обсягу продукції на експорт, заходів щодо дослідження ринку збуту та освоєння нових ринків.

Щодо самої виробничої програми, то більшість вчених дають їй власне визначення, яке проходить через призму їх досліджень та уявлень і становить бачення даної категорії саме ними. Так Н. В. Тарасенко розуміє під виробничою програмою систему адресних завдань з виробництва й доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості та в установлені терміни згідно з договорами поставки [4, с. 76]. А. В. Бандурін під виробничою програмою розуміє основний розділ річного та бізнес-плану розвитку підприємства, в якому вказуються обсяг виготовлення та випуску продукції за номенклатурою, асортиментом та якістю в натуральному та вартісному визначенні. На думку автора, виробнича програма становить систему економічно

© Турик О. С., 2008



обґрунтованих запланованих показників роботи та розвитку підприємства, в яку входять визначення обсягу майбутнього виробництва та збуту продукції, а також визначення витрат на них з урахуванням його фінансових можливостей.

Для позитивного використання виробничої програми підприємством необхідно економічно обґрунтувати дану програму, тобто проаналізувати можливості та потреби підприємства і ступінь їх збалансованості при її використанні. Важливим показником є відповідність обсягів виробництва, асортименту та якості продукції сучасним вимогам ринку. Адже існує високий рівень ризику несприйняття даного продукту ринком через його надмірне насичення аналогічними продуктами, які мають вищу конкурентоспроможність, або неповний збут.

На основі результатів аналізу ефективності роботи підприємство робить висновки щодо можливості використання додаткових резервів підвищення ефективності як виробництва в цілому, так і окремих його елементів: використання засобів і предметів праці, трудових ресурсів. Також важливим результатом дослідження роботи підприємства є прийняття оптимальних управлінських рішень з формування та виконання виробничої програми.

Науковою новизною дослідження є визначення виробничої програми підприємства, теоретичне обґрунтування її змісту та значення.

---

**Література:** 1. Азаренков Г. Ф. Економічний аналіз: Навч. посібник / Г. Ф. Азаренков, З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко. – Харків: ХДЕУ, 2004. – 238 с. 2. Гинзбург А. И. Экономический анализ. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 208 с. 3. Прокопенко І. Ф. Курс економічного аналізу: Підруч. для вищих навчальних закладів / І. Ф. Прокопенко, В. І. Ганін, З. Ф. Петряєва; [За ред І. Ф. Прокопенко. – К.: Атіка; Харків Легас, 2004. – 380 с. 4. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства. – Львів: ЛБІ НБУ, 2000. – 486 с. 5. Економічний аналіз: Навч посібник / В. П. Багров, І. В. Багорова. – К.: Центр навч. літератури, 2006. – 156 с. 6. Івахненко В. М. Курс економічного аналізу: Навч. посібник. – 4-те вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2004. – 190 с. 7. Пономаренко О. І. Сучасний економічний аналіз: Навч. посіб. для вищ. навч. закладів. Ч 2: Макроекономіка / О. І. Пономаренко, М. О. Пестрюк, В. М. Бурим. – К.: Вища школа, 2004. – 204 с.

УДК 659.11

**Старокожко Т. Ю.**

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ТРИ КИТА УСПЕШНОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

О рекламе можно сказать, что это наука затемняет рассудок человека до тех пор, пока вы не получите от него деньги. Реклама – средство заставит людей нуждаться в том, о чем они раньше не слышали. Ведь именно она объясняет нам, без каких излишеств мы не можем прожить.

На сегодняшний день это динамичная, быстро трансформирующаяся сфера человеческой деятельности. Уже многие столетия, являясь постоянной спутницей человека, она изменяется вместе с ним.

Реклама обеспечивает налаживание связей между субъектами хозяйствования, между производителями и потребителями товаров, стимулируя спрос на товары и услуги, способствует повышению культуры потребления, обновлению ассортимента выпускаемой продукции, повышению ее качества, реклама становится частью социальной среды, которая участвует в становлении определенных стандартов мышления, мировоззрения и социального поведения различных слоев населения в каждой стране и во всем мире. В процессе внедрения новых прогрессивных товаров и технологий она способствует распространению знаний из различных сфер человеческой деятельности, прививает потребителям определенные практические навыки.

Но помимо всех общественных функций реклама имеет огромное значение для успеха отдельной компании, оказывая влияние на всю ее деятельность. Именно она может стать определяющим фактором успеха или провала предприятия, позволив потребителям закрыть глаза на некоторые недостатки товара или свести на нет все его прекрасные качества.

Поэтому для каждого предприятия, каждой организации, занимающейся продажей своих товаров или услуг большое значение имеет успешное и правильное проведение рекламной кампании.

Целью данной статьи является рассмотрение основных условий успешного ее проведения, соблюдение или несоблюдение которых может решить дальнейшую судьбу всей организации.

Итак, для создания успешной рекламы, которая выведет продукцию или услугу на новый уровень потребления, а организацию – на новый уровень эффективности, необходимо соблюдение трех основных условий: ожидаемое послание, неожиданный креатив и точный фокус на торговой марке. При чем эти условия должны выполняться одновременно, ибо только в этом случае они



приведут к желаемому эффекту. Каждое из них является одинаково важным и невыполнение хотя бы одного зачастую сводит на нет все приложенные усилия.

Рассмотрим подробнее важность и значение приведенных условий.

Прежде всего необходимо учитывать, что если в обществе не созрела потребность (ожидание), то даже самое гениальное произведение останется не оцененным современниками. Публика должна чувствовать необходимость, желание получить что-то, услышать что-то, должна созреть эта потребность, должна появиться та незаполненная ячейка, которую вы сможете заполнить, тот внутренний порыв, который устремит публику к предложенному вами продукту. Причем потребность эта может быть как осознанной, так и неосознанной, возникать где-то на подсознании и только при появлении способа удовлетворения этой потребности открывается ее существование.

Если даже вы проведете маркетинговый опрос потребителей о том, что именно они ждут от продукта, они наверняка скажут обычные вещи и редко способны подсказать идею нового товара. Поэтому необходимо отслеживать различные экономические, культурные, модные, религиозные, политические тенденции, которые существуют в обществе, научиться угадывать его скрытые, непонятые им самим потребности и направить именно в это русло свои финансовые, интеллектуальные, материальные и человеческие ресурсы. То есть владение с одной стороны информацией, с другой – неким чутьем, интуицией, некими психологическими способностями, и с третьей – умением использовать все это, является одним из определяющих условий вашего успеха.

При попытке угадать или увидеть ту или иную потребность необходимо учитывать как материальные, так и нематериальные потребности общества. Рассмотрим несколько примеров.

Большинство водителей хочет, чтобы их машина была экономичной, выносливой и быстрой. В рекламе "Audi A4 TDI V6" верблюд тянется в поцелуе к гепарду, который отвечает ему взаимностью. Ясная метафора, в которой читается сообщение, которое ожидает целевая группа.

Стиральный порошок "Дося", например, научит экономии.

Однако, как уже указывалось, ожидания потребителей далеко не всегда находятся только в прагматичной области. Реклама может быть направлена, например, на удовлетворение одной из потребностей людей современного общества – потребность в равных правах на красоту и искусство (примером может служить большие магазины культтоваров с музыкальными дисками, книгами, мультимедиа, которые выдвинули демократичный слоган "Культура не может оставаться у тех, кто ею уже наелся!"), на потребность общения с близкими и друзьями, на повышение самооценки человека, раскрытие его творческого и интеллектуального потенциала, на потребность умения правильно распоряжаться своим временем, на потребность гордости за свою страну и т.д. Например, производители чешской кухонной мебели "Koguna" отказались от показа практических преимуществ товара в рекламе и сосредоточились на том, что любая хозяйка мечтает гордиться своей кухней.

Таким образом, послание может быть направлено на удовлетворение как материальных, так и духовных потребностей людей, однако это послание должно быть и оно должно быть четким, ясным и простым для понимания и запоминания. Сделать его таковым не так просто, как кажется, потому как очень часто люди не в состоянии четко сформулировать свою мысль и донести ее до собеседника. Или иногда перегружают свою речь, свое послание массой второстепенной информации, в которой тонет то, что можно было бы с некоторой натяжкой считать "ожидаемым посланием". Однако сделать это придется, если вы хотите выполнить первую и чуть ли не самую трудную часть триединой формулы успешной рекламы.

Но даже если вы нашли нужное послание, но оно не обладает неожиданной формой, то даже будучи тысячу раз правильным оно не вызовет интереса.

Неожиданный креатив представляет товар по-новому, разрушая традиционные ожидания покупателей о рекламе данного товара, привносит новые нотки, открывает новую сферу использования хорошо известного старого. И этим открывает перед организацией новые горизонты успеха.

При этом не обязательно пытаться сочинить что-то такое, чего никто и никогда не видел. Для рекламы важна не новая идея, а новизна впечатлений. Хорошо известный всем товар можно подать по-новому, придумать ему новую функцию, можно заставить взглянуть на него под немного иным углом и этим поразить даже больше, чем новым продуктом.

Можно попробовать перемещаться по пирамиде Маслоу, удовлетворяя, например, шоколадом не только первоочередную потребность людей в еде, а делая акцент на удовлетворении потребности в самореализации, общении, эффектной подаче себя и т.д.

Иногда нет ничего лучше хорошего контраста. Чтобы ваша реклама не потерялась, как белый платок на снегу или черная кошка на черном покрывале – уроните платок на покрывало, а черную кошку посадите в снег. Примерами такого контраста могут быть комментарии диктора, прямо противоположные тому, что видит зритель, бешено играющая музыка, в то время как на экране мы видим мирно пощипывающую травку лошадку, реклама дрели или пилы, в которой фигурируют исключительно женщины и другое.

Однако после того, как вам, применив вышеперечисленные уловки, удалось создать нечто неожиданное и нестандартное, необходимо теперь ради реализма уменьшить эмоциональный эффект, который, как вам кажется, создает ваша реклама. Потому как идея, которая в макете кажется поразительной и даже шокирующей, может оказаться нормальной и даже слабой на рекламном щите или экране. Все эмоции по поводу рекламы необходимо разделить на 5, а то и на 10 раз.

После того, как вы создали послание и выразили его в оригинальной форме необходимо направить созданную им эмоциональную энергию в одну точку, а именно на торговую марку.

Если проанализировать существующие рекламы, то выяснится, что у 90% этого фокуса нет. Реклама может быть оригинальной, сообщать то, что покупатель хочет слышать, но потребитель



запомнит только рекламу. А какой бренд она рекламирует – забудет. Лишь известнейшие бренды могут позволить себе мелькнуть логотипом в конце ролика. Но для нового или не очень известного бренда такая ситуация гарантирует стопроцентный провал рекламной кампании.

Для наведения фокуса на бренд можно, например, создать персонаж, связанный с именем бренда ("кролик Несквик", "тетя Ася"), создать единый узнаваемый стиль рекламы (например, реклама дезодоранта "АХЕ") или единый слоган ("Где Соса-Cola – всегда праздник", "Макдональдс – я це люблю!", "Бонжур – все заради жіночої втіхи").

В рекламе дезодоранта "АХЕ" происходят всякие чудесные превращения с натурщиками, евнухами и скромными парнями – в них просыпается мужская сила, и их начинают со страшной силой любить девушки. Забавный стиль рекламы наводит довольно точный фокус на бренд. И все конкуренты "АХЕ", которые рискуют рекламироваться подобным образом, работают на него. Положение не изменится, пока "АХЕ" будет придерживаться выбранного пути.

Можно устроить словесную игру вокруг имени бренда, как сделала это компания, производящая сникерс – "Не тормози – сникерсни!", или зарифмовать имя бренда. Такая реклама хорошо запоминается, а если вы занесете туда свое оригинальное послание – успех вам гарантирован.

Еще одним способом наведения фокуса на бренд является скандал вокруг торгового имени. В этом случае фокус на марку наводит уже пресса и все общественное мнение. Даже громкое осуждение за безнравственность может стать началом роста известности марки.

Акцент можно сделать и на оригинальном логотипе (тот же Макдональдс, Nike), упаковке ("Соса-Cola"), адресе или телефоне (особенно это актуально для магазинов, торговых и развлекательных центров), либо использовать фирменный цвет ("Билайн").

Таким образом, способов существует множество и все они помогают компаниям фокусировать внимание публики на своем бренде, что необходимо им как воздух. Нужно всегда помнить, что лучше фокус без креатива, чем креатив без фокуса.

Итак, создав макет рекламы, необходимо внимательно посмотреть на него и дать ответ на несколько вопросов: что сообщает потребителю данная реклама? Интересно ли это с точки зрения потребителя? Похожа ли эта реклама на рекламу в данной товарной группе? Можно ли вместо вашей марки в эту рекламу поставить другую марку? Если сообщение рекламы легко считывается и вызывает любопытство, при этом на два последних из вышеперечисленных вопросов ответ отрицательный – значит, рекламу можно запускать, ибо ее успех гарантирован.

---

**Литература:** 1. Васильева М. Бренд: сила личности / М. Васильева, А. Надин. – СПб.: Питер, 2003. – 208 с.  
2. Олигви Д. Тайны рекламного двора. – СПб.: Питер, 2005. – 432 с.

УДК 330.43

**Жовтий А. І.**

Студент 3 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## **ВИЗНАЧЕННЯ КЛАСТЕРІВ БАНКІВ, ЩО МАЮТЬ СТІЙКИЙ ДОХІД**

Банки є підприємницькою структурою, мета яких – отримання доходу та прибутковості діяльності. Відомими вченими, які вирішували проблему аналізу банківської діяльності, визначено, що аналіз доходів передбачає вивчення динаміки і структури доходів за напрямками та постатейно; оцінку виконання фінансового плану за доходами; оцінку рівня доходів на одну гривню, розміщених в активи коштів; здійснення факторного аналізу та виявлення резервів збільшення дохідності банку; забезпечення ефективного управління доходом з метою зростання прибутковості банківської діяльності [1, с. 352]. Такий аналіз потрібний як для обґрунтування управлінських рішень керівництвом банку, так і для ділових партнерів, клієнтів, акціонерів банку і держави в цілому. Але аналіз банків в сукупності має розпочинатися зі встановлення кластерів, що структурують дану сукупність за результатами діяльності банків; далі аналіз доцільно продовжувати за рекомендованою відомими вченими схемою, етапи якої наведені вище.

У результаті проведених досліджень було визначено, що сукупність банків за критерієм їх доходів слід кластеризувати за допомогою методу багатовимірного статистичного аналізу – кластерного аналізу з реалізацією за алгоритмом Уорда. Така рекомендація науково обґрунтована в роботі [2]. Незважаючи на те, що існує багато обчислювальних процедур кластерного аналізу, в результаті яких отримуються різні види дендрограмм, тобто декілька різних розшарувань об'єктів, наразі існують вже надійні обчислювальні схеми кластерного аналізу, що пройшли багаточисленні перевірки, – це метод Уорда [2].

---

© Жовтий А. І., 2008



Як приклад рекомендації внесення етапу кластеризації банків в сукупності в порівняльному аналізі їх діяльності, розглянемо кластери такої економічно обґрунтованої окремої сукупності банків: Приватбанк (1), "Аваль" (2), Промінвестбанк (3), Укрсоцбанк (4), Укрсиббанк (5), Укрексімбанк (6), Ощадбанк (7), Райффайзенбанк Україна (8), "Надра" (9), Брокбізнесбанк (10), "Фінанси та кредит" (11), Укрпромбанк (12). До системи показників, що характеризують дохідність банків, віднесли основні фінансові показники доходності: чистий процентний дохід ( $X_1$ ), чистий комісійний дохід ( $X_2$ ), торговельний дохід ( $X_3$ ), інший дохід ( $X_4$ ), прибуток від операцій ( $X_5$ ). Етап кластеризації реалізували щоквартально протягом року. Результати одержаних обчислень представлені на рисунку.

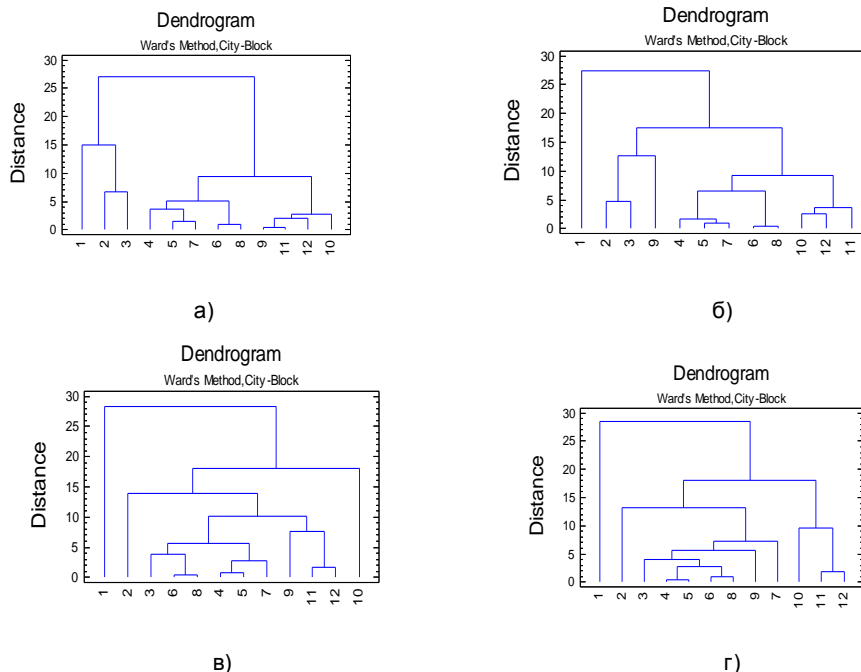


Рис. Дендрограми сукупності банків щоквартально протягом року за критерієм їх доходності

Спостерігається загальна стійкість структури даної сукупності банків, за виключенням окремих банків, це підтверджується й змістом таблиці.

Таблиця

Структура кластерів банків щоквартально протягом року

Кластер	Структура кластеру в 1 кварталі	Структура кластеру в 2 кварталі	Структура кластеру в 3 кварталі	Структура кластеру в 4 кварталі
1 кластер	1	1	1	1
2 кластер	2 3	2 3 9	2	2
3 кластер	4 5 7 6 8	4 5 7 6 8	3 6 8 4 5 7	3 4 5 6 8 9 7
4 кластер	9 11 12 10	10 12 11	9 11 12	10 11 12
5 кластер			10	

Отже, протягом року стійкі доходи мав Приватбанк (1), банк "Аваль" (2), Укрсоцбанк (4), Укрсиббанк (5), Укрексімбанк (6), Ощадбанк (7), Райффайзенбанк Україна (8), "Фінанси й кредит" (11), Укрпромбанк (12), оскільки наведені банки є структуроутворюючими об'єктами у формуванні своїх кластерів. Слід відмітити, що рівень доходів наведених банків різний, але вони стали його мали протягом року. Змінювався стан доходів Промінвестбанку (3), банку "Надра" (9), Брокбізнесбанку (10). У

результаті даного аналізу банків за критерієм стійкості їх доходів визначається стан результатів діяльності кожного окремого банку, що є основою для прийняття рішень ділових партнерів, клієнтів, акціонерів банку.

Визначення стійкості доходів банків на підґрунті стійкості структури кластерів в однорідній економічній групі банків можна розглядати як процедуру експрес-діагностики в аналізі банківської діяльності.

**Література:** 1. Аналіз банківської діяльності: Підручник / За ред. А. М. Герасимовича. – К.: КНЕУ, 2004. – 600 с. 2. Малярєць Л. М. Вимірювання ознак об'єктів в економіці: методологія та практика. Наукове видання. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – 384 с.

УДК 330.43

**Беседовская Т. Б.**

Студент 3 курсу  
факультету менеджменту та маркетингу ХНЕУ

## ОПТИМИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕОРИИ МАТРИЧНЫХ ИГР

В процессе инновационной деятельности предприятия предприниматели вынуждены действовать в условиях риска и неопределенности [1]. Неопределенность вызвана отсутствием информации об условиях, в которых осуществляются инновации, так как зависят не от сознательных действий участников соглашений, а от объективной действительности, которую можно назвать природой и применить к решению таких задач теорию игр, а именно игру с природой. В играх с природой игрок А использует минимаксную стратегию, позволяющую минимизировать риск [2]. Второй игрок В (природа) действует совершенно случайно, возможные стратегии определяются в зависимости, например, от условий погоды, спроса на определенную продукцию, объема перевозок, от сочетания производственных факторов на данный момент и т. д.

Условия игры задаются в виде платежной матрицы

$$\Pi = \begin{matrix} & \begin{matrix} B1 & B2 & \dots & Bn \end{matrix} \\ \begin{matrix} A1 \\ A2 \\ \vdots \\ Am \end{matrix} & \begin{vmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{m1} & a_{m2} & \dots & a_{mn} \end{vmatrix} \end{matrix}; \quad \Pi = \{a_{ij}\}_{[m \times n]}$$

Игрок А выбирает свои стратегии (строки) A1, A2, ..., Am, игрок В (природа) – свои стратегии B1, B2, ..., Bn – столбцы. Элемент платежной матрицы a<sub>ij</sub> – это выигрыш игрока А, если он использует стратегию A<sub>i</sub> в состоянии природы B<sub>j</sub>.

При решении матричной игры можно использовать матрицу рисков  $R_{[m \times n]} = \{r_{ij}\}$ . Элементы матрицы r<sub>ij</sub> – разность между выигрышем, который получил бы игрок А, если бы знал B<sub>j</sub> и выигрышем, который он получит, выбирая стратегию A<sub>i</sub>, то есть r<sub>ij</sub> = β<sub>j</sub> – a<sub>ij</sub>, где β<sub>j</sub> = max<sub>i</sub> a<sub>ij</sub>.

Существует ряд критериев для принятия решения [3]:

1. Максимум математического ожидания выигрыша M(V) или минимум математического ожидания риска M(V<sub>p</sub>).

Если обозначить Y1, Y2, ..., Yn – вероятности состояний природы B1, B2, ..., Bn – то

$$M(V) = \max_i \sum_{j=1}^n a_{ij} Y_j, \quad M(V_p) = \max_i \sum_{j=1}^n r_{ij} Y_j, \quad \sum_{j=1}^n Y_j = 1.$$

2. Максиминный критерий Вальда.

Выигрыш  $V = \max_i \min_j a_{ij}$ .

3. Критерий минимального риска Северджа.

Величина риска  $V = \min_i \max_j r_{ij}$ .

#### 4. Критерий Гурвица.

Решение о выборе стратегии принимается по величине выпуклой линейной комбинации чисел  $\min_j a_{ij}$  и  $\max_j a_{ij}$ , то есть  $V = \max(\lambda \min_j a_{ij} + (1-\lambda) \max_j a_{ij})$ , где  $0 \leq \lambda \leq 1$ . Значение  $\lambda$  выбирается на основании субъективных факторов, а именно, чем меньше риск, тем  $\lambda$  больше.

Предположим, что предприниматель может модернизировать одно из предприятий: A1 – жилищное строительство, A2 – выпуск товаров первой необходимости, A3 – машиностроительное предприятие.

Эффективность работы предприятий зависит от ряда факторов: B1 – неопределенное состояние спроса; B2 – возможности освоения дополнительных капиталовложений предприятиями; B3 – неопределенность цен на энергоносители; B4 – стабильность работы смежных предприятий. Пусть экономическая эффективность задана матрицей

	B1	B2	B3	B4	$\alpha$
A1	6	3	9	5	$\alpha_1 = 3$
A2	2	3	4	10	$\alpha_2 = 2 \quad \alpha = \max(3, 2, 3) = 3$
A3	7	5	3	12	$\alpha_3 = 3$
$\beta$	$\beta_1$	$\beta_2$	$\beta_3$	$\beta_4$	$\beta = \min(7, 5, 9, 12) = 5$
	7	5	9	12	

Проверим, нет ли седловой точки. Вычислим  $\alpha_1 = \min_j a_{1j} = 3$ ,  $\alpha_2 = \min_j a_{2j} = 2$ ,  $\alpha_3 = \min_j a_{3j} = 3$ . Нижняя граница игры  $\alpha = \max(3, 2, 3) = 3$ . Вычислим  $\beta_1 = \max_i a_{i1} = 7$ ,  $\beta_2 = \max_i a_{i2} = 5$ ,  $\beta_3 = \max_i a_{i3} = 9$ ,  $\beta_4 = \max_i a_{i4} = 12$ . Верхняя граница игры  $\beta = \min(7, 5, 9, 12) = 5$ , так как  $\alpha \neq \beta$  – игра без седловой точки и ее требуется решать в смешанных стратегиях.

По критерию Вальда поскольку  $\alpha = \max_i \min_j a_{ij} = 3$  для двух стратегий игрока А, а именно, A1, A3, то можно модернизировать предприятие A1 – жилищное строительство при возможности освоения дополнительных капиталовложений или A3 – машиностроительное предприятие при условии неопределенных цен на энергоносители.

Для критерия Севиджа построим матрицу рисков  $r_{ij} = \beta_j - a_{ij}$

$$R = \begin{pmatrix} 7-6 & 5-3 & 9-9 & 12-5 \\ 7-2 & 5-3 & 9-4 & 12-10 \\ 7-7 & 5-5 & 9-3 & 12-12 \end{pmatrix}, \quad R = \begin{pmatrix} 1 & 2 & 0 & 7 \\ 5 & 2 & 5 & 2 \\ 0 & 0 & 6 & 0 \end{pmatrix}.$$

$\max_j r_{ij} \quad 5 \quad 2 \quad 6 \quad 7$

В соответствии с критерием Севиджа найдем  $\min_i \max_j r_{ij} = \min(5, 2, 6, 7) = 2$ , то есть следует вводить инновации в A1 – жилищное строительство или в A2 – выпуск товаров первой необходимости при возможности освоения дополнительных капиталовложений. Воспользуемся критерием Гурвица. Выберем  $\alpha = 0,5$ , тогда  $\max_i \left\{ \lambda \min_j a_{ij} + (1-\lambda) \max_j a_{ij} \right\} = \max_i (4, 3, 5, 3) = 4$ , то есть следует принять решение о выделении инновации в A1 жилищное строительство.

Для критерия 1  $\max M(V)$  требуется найти вероятности  $y_1, y_2, y_3, y_4$ . рассмотрим платежную матрицу и выполним ее преобразование, то есть найдем доминирующие столбцы и доминантные строки:

$$\Pi = \begin{array}{c} \begin{array}{c} A_1 \\ A_2 \\ A_3 \end{array} \begin{array}{c} B_1 \quad B_2 \quad B_3 \quad B_4 \\ \left( \begin{array}{cccc} 6 & 3 & 9 & 5 \\ 2 & 3 & 4 & 10 \\ 7 & 5 & 3 & 12 \end{array} \right) \end{array} \\ \hline P: y_1 \quad y_2 \quad y_3 \quad y_4 \end{array}$$

B4 – доминирующий столбец по отношению к B2, его вычеркиваем, строка A2 доминантная по отношению к A1, ее вычеркиваем, столбец B1 – доминирующий к B2, его вычеркиваем. Остается простейшая матричная игра и ее решаем:

$$X = \frac{\begin{matrix} жд & 9ц \\ жс & 3ш \end{matrix}}{P: y_2 \quad y_3}$$

Вероятности  $y_1 = y_4 = 0$





$$\begin{cases} 3y_2 + 9y_3 = V \\ 5y_2 + 3y_3 = V \\ y_2 + y_3 = 1 \end{cases}, \quad \begin{cases} -y_2 + 3y_3 = 0 \\ y_2 + y_3 = 1 \end{cases}$$
$$y_3 = \frac{1}{4}, \quad y_2 = \frac{3}{4}$$

то есть  $Y_{от} \left( 0, \frac{3}{4}, \frac{1}{4}, 0 \right)$ .

Можно решить задачу симплекс-методом.

Найдем математическое ожидание выигрыша для всех трех предприятий

$$M_1 = 3 \cdot \frac{3}{4} + 9 \cdot \frac{1}{4} = \frac{18}{4} = \frac{9}{2};$$

$$M_2 = 3 \cdot \frac{3}{4} + 4 \cdot \frac{1}{4} = \frac{13}{4};$$

$$M_3 = 5 \cdot \frac{3}{4} + 5 \cdot \frac{1}{4} = \frac{18}{4} = \frac{9}{2}.$$

Так как  $M_1, M_3$  — максимальны, то следует выбрать или стратегию  $A_1$  — жилищное строительство, или  $A_3$  — машиностроительное предприятие.

Таким образом, по всем четырем критериям предпочтение отдается предприятию  $A_1$  — жилищное строительство. На этом предприятии в первую очередь следует вводить инновации.

**Литература:** 1. Пономаренко О. І. Сучасний економічний аналіз. Мікроекономіка / О. І. Пономаренко, М. О. Перестук, В. М. Бурим. – К.: Вища школа, 2004. – 262 с. 2. Внукова Н. М. Економічна оцінка ризику діяльності підприємств / Н. М. Внукова, В. А. Смолук. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 180 с. 3. Кузнецов Ю. Н. Математическое программирование / Ю. Н. Кузнецов, В. И. Кузубов, А. Б. Волощенко. – М.: Высшая школа, 1980. – 302 с.

УДК 637.305.1

**Місєвра В. Ю.**

Студент 1 курсу  
факультету міжнародних економічних відносин ХНЕУ

## СКІЛЬКИ КОШТУЄ КРЕДИТ

У сфері бізнесу завжди велику роль відігравав імідж. Для молоді людина, яка шукає своє перше місце роботи, особливо важливо справити приємне враження на роботодавця, зацікавити, сподобатися. Зрозуміло, що потім на перший план виступають ділові якості людини, її знання та професійні навички, але спочатку треба, щоб тебе вибрали, дали шанс проявити себе. Таким іміджевим фактором для молоді людини стає власний автомобіль [1]. По-перше, він символізує певний фінансовий стан людини, і такій людині вже якось незручно запропонувати неprestижну роботу, малу зарплату. По-друге, наявність машини додає нової якості майбутньому співробітнику – мобільності. Отже, машина для ділової людини розглядається як великий плюс. Але як її придбати, якщо власних коштів не вистачає? Найбільш простим способом розв'язання цієї проблеми видається кредит, тим більше, що реклама з усіх боків лагідно шепоче: "Придбай". Спробуємо розібратися, скільки коштує кредит. Саме це питання і є предметом даного дослідження.

Спочатку з'ясуємо, що таке кредит. Кредит – це процес руху ссудного капіталу, тобто надання в користування на певний час вільних грошових коштів. Основні принципи кредитування полягають у його терміновості, сплатності та повертаємості. Розрізняють такі види кредитів: комерційний; банківський; громадянський; державний; міжнародний. Молода людина, якщо він уже є підприємцем і володіє певною власністю, може скористатися комерційним кредитом, тобто позичити на певних умовах вільні кошти у іншого підприємця. Також можна зайняти кошти у батьків або знайомих. Але нас цікавитиме банківський кредит, як найбільш поширена і найбільш доступна форма кредиту, тобто гроші на придбання автомобіля будемо брати в комерційному банку.

Цікавим різновидом кредиту є автокредит [2]. Автокредит – це спеціальна форма кредиту, за якою саме автомобіль і є запорукою до повної виплати суми боргу. Банк може наполягати на продажі автомобіля у випадку неповернення кредиту.

Основний принцип кредитування полягає в тому, що незалежно від терміну кредитування кредитор завжди повинен отримувати прибуток від своєї фінансової послуги. Отже, треба розуміти, що плата за користування кредитом враховує інфляцію, яка відбувається за цей час, та безпосере-



дньо винагороду банкові за надання кредиту. Щоб дізнатися про умови кредиту достатньо прочитати угоду, яку пропонує підписати банк. Необхідно проаналізувати всі варіанти і прийняти виважене рішення, оскільки ваші інтереси та інтереси банку є прямо протилежними.

Які витрати пов'язані з кредитом? Не будемо розглядати витрати на укладання договору, відкриття й обслуговування вашого рахунку та інші – ці витрати входять окремими пунктами у договори кредитування. Розглянемо тільки суму щомісячних відрахувань, яка визначається вартістю автомобіля, терміном кредитування, рівнем інфляції, що передбачається на цей час, та рівнем винагороди, який хоче отримати банк безпосередньо за надання кредиту. Виникає запитання, на який термін брати кредит. З одного боку, краще було б, якби кредит був короткостроковий (розрахуватися і забути), але щоб швидко розрахуватися за кредит теж потрібні кошти. Якщо кредит довгостроковий, то за нього прийдеться сплачувати більшу суму. Перевіримо, чи це так. Для обчислення загальної суми щомісячних витрат скористуємося знаннями, які нам дає навчальна дисципліна "Вища математика для економістів", а саме її розділи "Ряди" та "Диференціальне числення" (щодо дослідження функції на екстремум).

Розглянемо конкретний приклад. Нехай вартість автомобіля  $A_0$ , який бажаємо придбати, зараз дорівнює 90 тис. грн. Термін кредитування  $n$  становить 5 років. Найбільш вигідним є кредит безпосередньо від виробника [3]. Щорічний відсоток  $\alpha$  за цим кредитом становить 9,9% ( $\approx 10\%$ ) при кредитуванні у національній валюті, щорічний відсоток інфляції  $\beta$  приймемо 15%, що відповідає середнім прогнозам. Вважатимемо  $\alpha$  і  $\beta$  сталими величинами протягом терміну кредитування. Тоді внесок за кредитом  $S_i$ , який треба сплачувати клієнту наприкінці  $i$ -го року ( $i = \overline{1, n}$ ), можна вважати співвідношенням:  $S_i = \frac{A_0}{n} \left( 1 + \frac{\alpha + \beta}{100} \right)^i$ . Це співвідношення визначає  $S_i$  як загальний член ряду. Загальну суму  $S_n$ , яка буде сплачена за весь термін дії кредиту, визначаємо як суму перших  $n$  членів ряду, що утворюють геометричне прогресію [4 та ін.]:

$$S_n = \sum_{i=1}^n S_i = \frac{b_1(1-q^n)}{1-q},$$

де  $b_1 = S_1 = \frac{A_0}{n} \left( 1 + \frac{\alpha + \beta}{100} \right)$  – перший член геометричної прогресії;

$q = 1 + \frac{\alpha + \beta}{100}$  – знаменник геометричної прогресії.

За вихідними умовами маємо:

$$S_5 = \frac{90\,000}{5} \left( 1 + \frac{10+15}{100} \right) \frac{(1-(1+0,25)^5)}{(1-(1+0,25))} = 184\,658,20 \text{ (грн)}.$$

Отже, за п'ять років клієнт сплатить вартість двох машин. Перевіримо, чи можна оптимізувати цю величину за терміном кредиту. Для цього візьмемо першу похідну [4] від функції  $S_n = f(n)$  як функції від  $n$  (область визначення  $D(f) = N$ ):

$$S'_n = \frac{A_0 q}{1-q} \cdot \left( \frac{-n \cdot q^n \cdot \ln q - (1-q^n)}{n^2} \right).$$

З необхідної умови екстремуму  $S'_n = 0$  випливає рівняння:

$$-n \cdot q^n \cdot \ln q - 1 + q^n = 0 \Rightarrow 1 - n \cdot \ln q = q^{-n},$$

розв'язавши яке з урахуванням монотонності функцій, що складають його ліву та праву частини, отримаємо єдиний розв'язок:  $n = 0$ . Оскільки на області визначення  $S'_n \neq 0$ , тобто не виконується необхідна умова екстремуму, то оптимізація за терміном дії кредиту неможлива. Звідси можна зробити висновок: чим раніше клієнт повертає кредит, тим менше він йому коштуватиме.

Однак при розрахунках загальної суми щорічних виплат за кредитом ми не прийняли до уваги те, що інфляція впливає і на ті кошти, які знаходяться в кишені клієнта. Більш коректно описує виплати таке співвідношення:

$$S_n = \frac{A_0}{n} \left( \frac{100 + \alpha + \beta}{100 + \beta} + \dots + \frac{(100 + \alpha + \beta)^n}{(100 + \beta)^n} \right).$$

Звідси маємо загальну суму виплат за п'ять років:

$$S_5 = \frac{A_0}{5} \left( \frac{100 + \alpha + \beta}{100 + \beta} \right) \cdot \left( \frac{1 - \left( \frac{100 + \alpha + \beta}{100 + \beta} \right)^5}{1 - \frac{100 + \alpha + \beta}{100 + \beta}} \right) = 116\,922,72 \text{ (грн)}.$$

Отже, з урахуванням інфляції не так багато, як здавалось спочатку, коштуватиме нова машина, яку клієнт отримає зараз, а не через п'ять років.

**Література:** 1. [http://bin.com.ua/templates/analytic\\_article.shtml?id=63848](http://bin.com.ua/templates/analytic_article.shtml?id=63848) 2. <http://www.bank-klient.ru/vopros/avtofaq/> 3. Сивцов С. Кредит от производителя // Аргументы и факты в Украине. – 2008. – №6 – С. 21. 4. Травкін Ю. І. Математика для економістів: Підручник / Ю. І. Травкін, Л. М. Малярець. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2005. – 816 с.

УДК 658.153

**Локтєва Ю. Г.**

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## УДОСКОНАЛЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ЗАХОДІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОБІГОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне господарювання підприємства забезпечується ефективним використанням його економічних та фінансових ресурсів, і в першу чергу — обігових коштів. Наявність у підприємства обігових коштів у достатньому обсязі є головною передумовою його нормального функціонування в умовах ринкової економіки.

У зв'язку з цим особливе значення набуває дослідження заходів, пов'язаних з підвищенням ефективності використання обігових коштів підприємств, оскільки незалежно від форм власності, галузевих і технологічних особливостей, масштабів виробництва, рух вартості ресурсів і їх кругообіг стають можливими тільки завдяки обслуговуванню цих процесів обіговими коштами.

У сучасній економічній літературі [1; 2] представлена достатньо велика кількість пропонованих фахівцями різноспрямованих заходів, що направлені на покращення ефективності використання обігових коштів.

Однак, вище визначена сукупність потребує упорядкування, з метою підвищення ефективності управлінських рішень, що приймаються у сфері управління обіговими коштами.

Тому, на погляд автора, заходи, спрямовані на більш ефективне використання обігових коштів, можна класифікувати за такими ознаками (таблиця).

Таблиця

**Класифікація заходів, спрямованих на підвищення ефективності  
використання обігових коштів підприємства**

Класифікаційна ознака	Зміст заходів
1. Спрямованість та зміст заходів	Виробничо-технічні заходи; організаційно-економічні заходи
2. Мета управлінських дій	Заходи, спрямовані на прискорення оборотності обігових коштів; заходи, спрямовані на економію обігових коштів
3. Стадія процесу виробництва та реалізації продукції	Заходи, що реалізуються на стадії забезпечення виробництва ресурсами; заходи, що реалізуються на стадії незавершеного виробництва; заходи на стадії обігу

© Локтєва Ю. Г., 2008



Розглянемо детальніше зміст означених заходів.

Залежно від спрямованості та змісту заходів слід виділити виробничо-технічні та організаційно-економічні заходи.

До виробничо-технічного спрямування відносяться такі заходи:

- 1) якісна підготовка сировини до його виробничого використання;
- 2) удосконалення конструкцій машин, обладнання та виробів;
- 3) використання більш економічних видів сировини, палива;
- 4) впровадження нової техніки та прогресивної технології, що забезпечують максимально

можливе зменшення технологічних відходів і втрат матеріальних ресурсів в процесі виробництва виробів, з максимально можливим використанням вторинних матеріальних ресурсів.

До основних організаційно-економічних заходів відносяться:

1) комплекс заходів, пов'язаних з підвищенням наукового рівня нормування і планування матеріаломісткості промислової продукції, розробкою і впровадженням технічно обґрунтованих норм і нормативів витрат матеріальних ресурсів;

2) комплекс заходів, пов'язаних зі встановленням прогресивних пропорцій, що полягають у прискореному розвитку виробництва нового, ефективнішого вигляду сировини і матеріалів.

Залежно від цілі управлінських дій необхідно виділити заходи, спрямовані на прискорення оборотності обігових коштів, та заходи, спрямовані на економію обігових коштів.

Шляхи прискорення оборотності обігових коштів:

- 1) впровадження економічно обґрунтованих норм запасу;
- 2) наближення постачальників сировини, напівфабрикатів до споживачів;
- 3) широке використання прямих тривалих зв'язків;
- 4) розширення складської системи матеріально-технічного забезпечення, а також оптової торгівлі матеріалами і устаткуванням;

5) комплексна механізація і автоматизація навантажувально-розвантажувальних робіт на складах.

Одним з головних напрямків економії матеріальних ресурсів на кожному конкретному підприємстві є збільшення виходу кінцевої продукції з однієї і тієї ж кількості сировини і матеріалів на робочих місцях, що залежить від технічного оснащення виробництва, рівня майстерності працівників, рівня організації матеріально-технічного забезпечення, норм витрати і запасів матеріальних ресурсів, обґрунтованості їх рівня.

Залежно від стадії процесу виробництва та реалізації продукції слід виділити заходи, що реалізуються на стадії забезпечення виробництва ресурсами, заходи, які реалізуються на стадії незавершеного виробництва, заходи на стадії обігу.

На стадії забезпечення виробництва ресурсами об'єктом управлінських впливів виступають виробничі запаси. До основних шляхів скорочення виробничих запасів необхідно віднести такі заходи:

- 1) раціональне використання виробничих запасів;
- 2) ліквідація наднормативних запасів матеріалів;
- 3) удосконалення нормування;
- 4) поліпшення організації постачання, шляхом встановлення чітких договірних умов постачань, налагодженої роботи транспорту.

На стадії незавершеного виробництва застосовуються такі заходи:

1) прискорення науково-технічного прогресу (впровадження прогресивної техніки і технології, особливо безвідходної);

2) розвиток стандартизації, уніфікації, типізації;

3) удосконалення форм організації промислового виробництва, застосування дешевших конструктивних матеріалів;

4) збільшення питомої ваги продукції, що має підвищений попит.

На стадії обігу слід використовувати такі заходи:

1) наближення споживачів продукції до її виробників;

2) удосконалення системи розрахунків;

3) збільшення об'єму реалізованої продукції внаслідок виконання замовлень за прямими зв'язками, дострокового випуску продукції;

4) ретельний і своєчасний добір відвантаженої продукції за партіями, асортименту, відвантаження у строгій відповідності до укладених договорів.

Таким чином, наукова новизна дослідження полягає у виділенні класифікаційних ознак щодо заходів підвищення ефективності використання обігових коштів, що забезпечить якість фінансових рішень у сфері управління ними.

---

**Література:** 1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: Учебный курс. – К.: Ника-Центр Эльга, 1999. – 292 с.  
2. Финансы підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 460 с.

## АНАЛІЗ ВИДАТКІВ БЮДЖЕТУ В ІСТОРИЧНОМУ АСПЕКТІ

Провідне місце в системі регулювання економіки держави, створення сприятливого фінансового середовища для швидкого розвитку ринкових відносин, забезпечення макроекономічної рівноваги в економіці належить бюджету [1 – 6]. Він є невід'ємною частиною ринкових відносин і одночасно важливим інструментом реалізації державної політики.

Бюджет як одна з ланок фінансової системи відображає виробничі відносини, відтворює відносини розподілу і перерозподілу, опосередковує рух грошової маси.

Бюджет є складною економічною категорією, оскільки становить систему економічних відносин, які складаються в суспільстві у процесі формування, розподілу і використання централізованого грошового фонду країни, призначеного для задоволення суспільних потреб.

Актуальність проблеми формування доходів місцевих бюджетів і використання їх коштів зростає у зв'язку зі змінами, які стосуються місцевого самоврядування. Без бюджетної самостійності місцевих бюджетів з її чисельними складовими і врахуванням податкового потенціалу кожного району побудова й розвиток ефективної та дійової бюджетної системи України може зволікатися на невизначений час. Необхідно зосереджувати увагу на питаннях підвищення ефективності формування доходів місцевих бюджетів, розподілу бюджетних ресурсів між рівнями влади.

Визначальними для місцевих бюджетів є власні доходи.

Добробут залежить від того, наскільки точно й прогнозовано спланована дохідна частина місцевих бюджетів.

Сьогодні все частіше звертаються до досвіду країн, де рівень життя вищий, ніж в Україні, і це цілком природно, але звернемось до історії та порівняємо два бюджети, а саме Лубенського повіту Полтавської губернії 1914 року та Вовчанського району у 2006 році, і подивимось, з яких статей вони склалися і які статті займали найбільш питому вагу (таблиця).

Таблиця

**Зміст бюджету у різні роки та питома вага окремих статей бюджету (%)**

Стаття	Лубенський повіт	Вовчанський район
	1914 рік	2006 рік
Витрати на утримання коней і стаціонарних пунктів, роз'їзні гроші чинам поліції і судовим слідчим, на видачу квартирних мировим суддям	4,6	-
Соціальний захист та соціальне забезпечення	4,9	16,2
На утримання ув'язнених і нагляд за ними	0,1	-
Дорожня повинність за рахунок сум повітовогеземського збору і за рахунок сум дорожнього капіталу	2,9	-
Освіта	38,5	42,8
Охорона здоров'я	20,3	21,3
Органи місцевого самоврядування	4,9	9,3
Сприяння економічному добробуту	11,9	-
Сплата боргів різним особам і установам	4,4	-
Різні витрати, в тому числі на утримання та розвиток телефонної мережі	7,6	6,4
На утворення оборотного капіталу	5,6	-
На утворення запасної суми	0,9	-
Фізична культура і спорт	-	2,3
Будівництво	-	1,7

У 1914 році бюджет був розрахований з точністю до царської копійки, а в 2006 році – до тисячі українських гривень.

Виходячи з даних таблиці бачимо, що є статті, які притаманні лише тому часу – 1914 р., а саме: витрати на утримання коней і стаціонарних пунктів, роз'їзні гроші чинам поліції і судовим слі-



дчим, на видачу квартирних мировим суддям; сплата боргів різним особам і установам; на утворення оборотного капіталу; дорожня повинність за рахунок сум повітового земського збору і за рахунок сум дорожнього капіталу; на утримання ув'язнених і нагляд за ними. Спільні ж статті – це витрати на охорону здоров'я, органи місцевого самоврядування; освіта; соціальний захист та соціальне забезпечення населення.

Стаття "Соціальний захист та соціальне забезпечення" у 1914 році складала 4,9% видатків бюджету повіту, в 2006 році ця стаття займає 16,2%, отже на 11,3% населення стало більш захищеним владою у наші часи. Але дуже цікавими є видатки на "Освіту": у 1914 році питома вага цієї статті складала 38,5%, у 2006 році — 42,8%. Структура бюджету не змінилась не зважаючи на 92 роки, як і тоді зараз є дуже актуальним питання освіти, тому ця стаття займає таку велику питому вагу. Кошти, виділені на "Охорону здоров'я", залишилися незмінними у 1914 р. складала 20,3%, в наш час це 21,3%; видатки на "Органи місцевого самоврядування" у 1914 році складала 4,9%, у 2006 році – 9,3%.

Аналіз видатків бюджету за 1914 рік у Лубенському повіті та Вовчанському районі дає можливість зробити висновок, що майже за 100 років структура видатків бюджету залишається незмінною.

Необхідно зазначити про нові у наш час види податків, таких, як податок на додану вартість, акцизний збір, податок з доходів фізичних осіб, податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів, плата за землю та мито.

З усього переліку податків виділимо два: податок з доходів фізичних осіб є основним джерелом надходжень до бюджету району, питома вага його у власних і закріплених доходах складає близько 63%.

На думку автора, вже давно назріла необхідність прийняття податку на нерухомість, що збільшить доходи бюджету, тому що від цього податку не можна "сховатись", навіть якщо все майно перевести у власність родичів.

Слід також вказати на приватизацію, а саме щоб кошти від приватизації певної територіальної одиниці, у даному випадку Вовчанського району, залишались на місцях і йшли на розвиток регіону, а для того, щоб діяла ця система, необхідна передача влади в органи місцевого самоврядування, тоді райони стануть більш самостійними і самодостатніми.

---

**Література:** 1. Азаров М. Бюджет – економічна основа фінансової стабільності // Казна. – 2004. – №1. – С. 5  
2. Економічна демократія та розвиток місцевого самоврядування в Україні: Зб. наук. ст. / За ред. Я. А. Жаліла – К.: НІСД, 2003. – С. 26. 3. Жемеренко Є. В. Використання коштів місцевих бюджетів України // Фінанси України. – 2005. – №8 – С. 12. 4. Запатрина І. В. Стабілізаційний фонд і видатки розвитку // Фінанси України. – 2006. – №6. – С. 3. 5. Кириленко О. П. Місцеві бюджети України (історія, теорія, практика). – К.: НІОС, 2000. – С. 323. 6. Павлюк К. В. Видатки бюджетів на розвиток людського капіталу як чинник економічного зростання // Фінанси України. – 2006. – №9. – С. 30.

**Галєєва Н. С.**

УДК 330.322.1

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ АБСОЛЮТНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ**

Теорія абсолютної ефективності капітальних вкладень виходить з передумови, що реалізації чи впровадженню підлягає такий інвестиційний проект, який забезпечує виконання встановлених інвестором нормативів ефективності використання інвестицій. До таких нормативів відноситься одержання заданої норми прибутку на капітал. Проект підлягає впровадженню, якщо очікуване значення показника буде рівним нормативному значенню чи більшим за нього. Проблема визначення ефективності інвестиційних проектів є актуальною на сьогоднішній момент, бо від цього залежить ефективність вкладень і майбутній прибуток підприємства.

Метою даної роботи є вдосконалення існуючої системи оцінки інвестиційних проектів за допомогою методу економічних коефіцієнтів.

Визначення економічної ефективності інвестиційного проекту передбачає розрахунок показника, рівного відношенню результату на одиницю витрат. В економічній теорії розрізняють два підходи до оцінки ефективності: затратний та ресурсний. Особливістю затратного підходу є те, що затратами виступають поточні витрати живої й уречевленої праці за визначений період часу (наприклад, за рік, за амортизаційний період), а результатом — обсяг продукції за той самий період.

---

© Галєєва Н. С., 2008

Ресурсний підхід передбачає, що витрати будуть подані в ресурсному вигляді. Результатом, тобто наслідком цих витрат, буде виступати продукція.

На сьогодні порушуються принципи формування показника економічної ефективності інвестиційної діяльності. За результат береться прибуток чи грошовий потік, результати підміняють витратами. Результати (у вигляді витрат) розраховуються за рік, а витрати розраховуються у ресурсному вигляді (змішаний підхід). Порушення принципу відповідності результатів і витрат призводить до методичних неточностей.

Автор вважає, що економічну ефективність інвестиційного проекту треба розраховувати на кожній фазі (табл. 1). Фазу підготовки та проектування й забезпечення фінансування проекту можна об'єднати, тому що результатом цих фаз є вартість проектної документації.

Таблиця 1

**Цілеполягання, взаємозв'язок для входу і виходу для системи  
"оцінка економічної ефективності інвестиційних проектів"**

Фаза інвестиційного проекту	Мета	Вхід (витрати, грн)	Вихід (результати)
Фаза підготовки та забезпечення фінансування	Підготовка попереднього інформаційного меморандуму	Витрати на підготовку попереднього інформаційного меморандуму та відкриття фінансування	Вартість попереднього інформаційного меморандуму
Фаза проектування	Підготовка проектної документації	Витрати на підготовку проектної документації	Вартість проектної документації
Фаза будівництва	Виконання будівельних, монтажних, пусконаладжувальних робіт	Витрати (авансовані інвестиції) на будівництво, монтаж та пусконаладжувальні роботи	Ринкова вартість об'єкта будівництва
Фаза експлуатації	Випуск продукції (виконання робіт, послуг), що задовольняє вимоги ринку	Витрати (споживані або застосовані інвестиції) на випуск продукції	Обсяг продукції, що випускається в натуральному або вартісному обчисленні

Фази підготовки та проектування. Економічну ефективність на цих фазах автор пропонує визначати за формулою:

$$E_n = \frac{CdLt}{B_n + Bd} \geq E_{n,n}, \quad (1)$$

де  $E_n$  – показник економічної ефективності інвестиційного проекту, відн. од.;

$B_n$  – витрати на підготовку попереднього інформаційного меморандуму та відкриття фінансування, грн;

$Bd$  – майбутня вартість проектної документації, грн;

$E_{n,n}$  – нормативний показник економічної ефективності, відн. од.

Оскільки проектна документація може бути реалізована зі зміщенням у часі порівняно з витратами, її вартість слід привести до дійсної вартості шляхом множення на коефіцієнт дисконтування:

$$Lt = \frac{I}{(I+i)^t}, \quad (2)$$

де  $i$  – дисконтований коефіцієнт;

$t$  – рік отримання доходу.

Критерієм вибору служить умова  $E_n \geq E_{n,n}$ .

Ідея полягає в тому, що проектна документація має ринкову вартість. Реалізуючи цю документацію, інвестор хотів би не лише покрити здійснені витрати, але й отримати вигоду ( $W$ ), що не нижча за нормативний (заданий) рівень:

$$W = CdLt - E_{n,n} \times (B_n + Bd) \geq 0. \quad (3)$$

Фаза будівництва. Економічну ефективність інвестиційного проекту на фазі будівництва ( $E_b$ ) автор пропонує визначати за допомогою показника, рівного ринковій вартості об'єкта будівництва (приведеній до дійсної вартості) ( $Ср$ ) до сукупних витрат ( $Вс$ ), що включають витрати на підготовку попереднього меморандуму і відкриття фінансування ( $Вп$ ), витрати на підготовку проектної документації ( $Вд$ ), витрати на будівництво, монтаж та пусконаладжувальні роботи ( $Вб$ ):

$$E\bar{b} = \frac{CdLt}{(Bn + Bd + B\bar{b})ak} \geq Eн.б, \quad (4)$$

де  $Eн. б$  – нормативний показник економічної ефективності, відн. од., встановлюється інвестором з урахуванням умов покриття рівня інфляції, компенсації ризику, одержання економічної вигоди.

Критерієм вибору варіанта будівництва є умова  $E\bar{b} \geq Eн. б$ .

Автор вважає, що сукупні витрати ( $Bc$ ) треба розраховувати з урахуванням втрат від заморожування шляхом множення на коефіцієнт компаундування ( $ak$ ):

$$ak = (I + iz)^{(T\bar{b} - tp)}, \quad (5)$$

де  $iz$  – ставка, що враховується від заморожування інвестицій на фазах підготовки, проектування і будівництва;

$T\bar{b}$  – період будівництва, роки;

$tp$  – роки будівництва.

Ринкова вартість об'єкта будівництва має бути не меншою за величину, рівну

$$Cpat \geq Eн.б \times (Bn + Bd + B\bar{b})ak. \quad (6)$$

Фаза експлуатації проекту. Для того щоб визначити, яких форм набувають витрати і результати інвестиційної діяльності на стадії експлуатації проекту, необхідно звернутися до процесу кругообігу інвестицій.

Інвестор авансує в початковий період суму грошей, рівну вартості основних ( $Co$ ) і обігових ( $Соб$ ) коштів. На ці кошти він здобуває засоби і предмети праці, наймає робочу силу. З'єднавши засоби і предмети праці, робоча сила виготовляє товарну продукцію ( $Vt$ ) за один оборот обігових коштів. Основні кошти беруть участь у цьому обороті всією своєю вартістю. У міру обернення обігових коштів основні кошти почнуть погашатися частинами шляхом перенесення своєї вартості у вигляді амортизаційних відрахувань.

Товарна продукція (за один оборот оборотного капіталу) – це результат авансованих коштів. Вона виготовлена в натуральному вигляді і ще не реалізована. У річному численні вона буде містити витрати на виробництво, що включають економічні елементи: амортизаційні відрахування ( $Va$ ), матеріальні та інші витрати ( $Vm$ ), витрати на оплату праці ( $Vzn$ ). Товарна продукція це продуктивний капітал [1], рівний  $Vt = Va + Vm + Vzn$ . Виготовлений продукт збільшиться у вартості після реалізації. Інвестор кинув в обіг вартість коштів ( $Co + Соб$ ), а отримав товарну продукцію. Потім він виводить на ринок товарну продукцію, реалізує її, отримує нові гроші, одержавши прибуток ( $П$ ). За рік ця сума буде дорівнювати:

$$Vp = Va + Vm + Vzn + П, \quad (7)$$

де  $П$  – річний прибуток, грн.

Деякі дослідники вважають, що виготовлена продукція, яка знаходиться на складі, за вартістю вже містить прибуток. Більше того, у практиці економічних розрахунків прийнято вважати, що товарна продукція враховується в діючих чи порівняльних оптових цінах, тобто передбачається, що вона містить прибуток. Однак автор показав, що фактично прибуток буде отриманий тільки після реалізації товарної продукції. Таким чином, не беруться до уваги особливості кругообігу інвестицій на різних стадіях. Виготовлена за певний період продукція включає амортизаційні відрахування як частину вартості основних засобів і вартість обігових коштів, що зробили якусь кількість оборотів за цей самий період. Прибутку тут немає. Фактично він з'являється після реалізації продукції.

Звідси впливає припущення, що товарну продукцію треба вимірювати (планувати) за фактичною (плановою) собівартістю продукції, для цілей планування прибутку – за оптовими цінами (діючими чи порівняльними).

Основні кошти, включаючи нематеріальні активи, авансуються повністю, на весь термін їх функціонування. У процесі використання основні засоби зношуються, потребують ремонту, поліпшення, модернізації. Свою вартість вони відшкодовують частинами (щомісяця) шляхом переносу частини вартості на продукт, що виготовляється. Таким чином, кругообіг основних засобів відбувається не речовинно, а лише по своїй вартості, та й то лише частинами і поступово [1].

Обігові кошти переносять на продукт усю свою вартість, споживаються в кожному виробничому циклі. Протягом року вони роблять кілька оборотів (при тривалості одного обороту менше року). Отже, фінансові ресурси, що обертаються протягом одного року, відрізняються від авансованих ресурсів тому, що обігові кошти протягом року роблять кілька оборотів. "Оборот вартості авансованого капіталу відокремлюється в часі від його дійсного відтворення, чи від реального обороту його складових частин" [1].

Автор вважає, що треба розрізняти інвестиції споживані і застосовані в процесі виробництва. Споживані інвестиції є авансованими. Застосовані інвестиції можуть бути авансованими і використовуваними (табл. 2).



## Характеристики застосованих авансованих і використовуваних інвестицій

Витрати		Результати за рік	
інвестиції споживані за один оборот обігових коштів, грн	інвестиції, застосовані за рік, грн./рік	грн/рік	од./рік
споживані авансовані інвестиції: вартість основних і обігових коштів, $C_0 + C_{\text{Спок}} + C_{\text{Соб}}$	застосовані авансовані інвестиції: бухгалтерські витрати, $V = \text{На}[(C_0 + C_{\text{Спок}}) + \text{ноб}]_{\text{Об}}$ ; $V = V_a + V_m + V_{\text{Зп}}$	товарна продукція, $V_t$	товарна продукція, $Q_t$
	застосовані використовувані інвестиції: економічні витрати, що включають, крім бухгалтерських витрат, нормативний прибуток, $V_{\text{ек}} = V + \text{Пн}$ ; $V_{\text{ек}} = \text{На}[(C_0 + C_{\text{Спок}}) + \text{ноб}]_{\text{Соб} + C_n}$	реалізована продукція, $V_{p \geq V + \text{Пн}}$	реалізована продукція, $Q_p$

Під споживаними авансованими інвестиціями розуміють основні і обігові кошти, що втягнуті у процес обороту. Застосовані у процесі виробництва за рік авансовані інвестиції включають частину вартості основних коштів, перенесену на продукцію, що виготовляється у вигляді амортизаційних відрахувань, і вартості обігових коштів, що роблять за рік  $n$  оборотів, перенесених на продукцію у вигляді матеріальних витрат і витрат на оплату праці.

Застосовані у процесі виробництва авансові інвестиції (бухгалтерські витрати) можна розрахувати за річною кількістю оборотів обігових коштів та за кількістю оборотів, здійснених за амортизаційний період (табл. 3).

Таблиця 3

## Взаємозв'язок входу і виходу щодо авансованого капіталу на стадії експлуатації інвестиційного проекту

Вхід		Вихід	Показники абсолютної економічної ефективності споживаних авансових інвестицій
Спожитий авансуємий капітал, грн	Застосований авансовий капітал, грн/період		
інвестиції, авансовані за один оборот оборотного капіталу, $C_a = C_0 + C_{\text{Спок}} + C_{\text{Соб}}$	річні бухгалтерські витрати виробництва, $V = \text{На}[(C_0 + C_{\text{Спок}}) + \text{ноб}]_{\text{Об}}$ ; $V = V_a + V_m + V_{\text{Зп}}$  бухгалтерські витрати за амортизаційний період, $V_{\text{об}} = (V_a + V_m + V_{\text{Зп}}) \cdot \text{Пн}$ ; $V_{\text{об}} = [\text{На}[(C_0 + C_{\text{Спок}}) + \text{ноб}]_{\text{Соб} + C_n}] \cdot \text{Пн}$ ; $V_{\text{об}} = C_0 + C_{\text{Спок}} + \text{ноб} \cdot \text{Пн}$	товарна продукція: за рік $V_t$ грн/рік; $Q_t$ од./рік.  за один оборот обігових коштів $V_t/\text{ноб}$ грн/об.; $Q_t/\text{ноб}$ од./об.  товарна продукція за амортизаційний період, $V_t \cdot \text{Пн}$ грн; $Q_t \cdot \text{Пн}$ од.	$E_1 = V_t / C_a \geq E_{n1}$ $E_2 = Q_t / C_a \geq E_{n2}$ $E_3 = (V_t/\text{ноб})/C_a \geq E_{n3}$ $E_4 = (Q_t/\text{ноб})/C_a \geq E_{n4}$ $E_5 = (V_t \cdot \text{Пн})/C_a \geq E_{n5}$ $E_6 = (Q_t \cdot \text{Пн})/C_a \geq E_{n6}$

За величиною вартість споживаних у процесі виробництва основних і обігових коштів, тобто вартість споживаного авансованого капіталу, не збігається з вартістю застосованих авансованих основних і обігових коштів.

Результатом оборотності споживаних авансових інвестицій є товарна продукція (у грошовому чи натуральному вигляді). Вона ще не реалізована. За своєю вартістю містить тільки бухгалтерські витрати. Обсяг товарної продукції розраховується за рік, за один оборот обігових коштів і за амортизаційний період (див. табл. 3).

Застосовані у процесі виробництва використані інвестиції включають амортизаційні відрахування, матеріальні витрати, витрати на оплату праці і прибуток, тобто економічні витрати. Застосовані використовувані інвестиції, відповідно, можна розрахувати за річною кількістю оборотів обігових коштів і за кількістю оборотів, здійснених протягом амортизаційного періоду.



Як показники абсолютної економічної ефективності споживаних авансованих інвестицій пропонується взяти відношення товарної продукції до їх величини:

$$E = \frac{V_T}{C_o + C_{\text{пок}} + C_{\text{об}}} \geq E_n; \quad (8)$$

$$E = \frac{Q_T}{C_o + C_{\text{пок}} + C_{\text{об}}} \geq E_n, \quad (9)$$

де  $E$  – показники ефективності споживаних авансованих інвестицій;

$V_T$  ( $Q_T$ ) – річний обсяг товарної продукції, грн/рік (од./рік);

$C_o$  – вартість основних засобів і нематеріальних активів, грн;

$C_{\text{пок}}$  – витрати на капітальний ремонт, модернізацію і поліпшення основних коштів, грн;

$C_{\text{об}}$  – вартість основних обігових коштів, грн.

При розрахунку абсолютної ефективності варіанта, показники економічної ефективності порівнюються з нормативом  $E_n$ , що був на підприємстві до прийняття рішення про інвестування проекту. Таким чином, якщо  $E \geq E_n$ , проект вважається вигідним (див. табл. 3).

В економічних розрахунках необхідно враховувати фактор часу. Під фактором часу в економіці прийнято розуміти явище зміни економічних показників, причиною якої є час. Облік фактора часу заснований на розрахунку альтернативної величини вкладень, інвестованих на весь амортизаційний період. За цей час можуть змінюватись економічні умови випуску продукції, ціни, обсяг випуску. Отже, фактор часу позначається не тільки на витратах, але й на результаті виробництва.

Показник абсолютної економічної ефективності інвестиційного проекту за термін експлуатації, що дорівнює амортизаційному періоду, з урахуванням фактора часу пропонується визначити за формулою:

$$E_b = \left[ \sum_1^{T_n} C_T \times Q_T \right] : \left[ C_a \times (1+i)^{T_n} \right] \geq E_{n.b}, \quad (10)$$

де  $C_T$  – ціна одиниці товарної продукції, грн;

$Q_T$  – річний обсяг товарної продукції, од./рік;

$i$  – відсоткова ставка, частки од.;

$T_n$  – амортизаційний період, роки;

$E_{n.b}$  – нормативний показник абсолютної економічної ефективності, відн. од.

Автор вважає, що при визначенні показників економічної ефективності не буде помилкою використання замість товарної продукції – продукції реалізованої. Хоча певний відступ від раніше проголошених принципів буде наявним. У цьому випадку зміниться критерій, тобто нормативний показник економічної ефективності.

Показником економічної ефективності застосованих авансованих інвестицій є: відношення річного обсягу товарної продукції до бухгалтерських витрат ( $E = V_T/V$  чи  $E = Q_T/B = \max$ ):

$$E = \frac{V_T}{N_a \times (C_o + C_{\text{пок}}) + \text{поб} \times C_{\text{об}}} \geq I + E_n, \quad (11)$$

де  $N_a$  – середньозважена амортизація, од./рік;

$\text{поб}$  – річна кількість оборотів обігових коштів на рік.

Кількість оборотів обігових коштів відрізняється від коефіцієнта оборотності обігових коштів. Кількість оборотів рекомендується визначити діленням результату оборотності обігових коштів (матеріальних та інших витрат і витрат на оплату праці з відрахуваннями на соціальні заходи).

Критерієм вибору варіанта служить умова, що  $E \geq I + E_n$ .

Показником економічної ефективності застосованих використовуваних інвестицій є відношення річного обсягу реалізованої продукції до економічних витрат ( $E = V_p/V_{\text{ек}}$  чи  $E = Q_p/V_{\text{ек}} = \max$ ).

Можна визначити ефективність кожного виду фінансових результатів. Однак у полі зору цього дослідження перебувають тільки споживані ресурси, інвестовані у проект, "кинуті в оборот" інвестором. В оборот були втягнуті у первинний період авансовані споживчі ресурси. Витратами авансованих інвестицій є основні й оборотні кошти, результатом – товарна продукція.

З метою аналізу споживаних інвестицій пропонується розраховувати такі коефіцієнти:

1. Коефіцієнт використання авансованих застосованих інвестицій:

$$K_{в.з} = \frac{V_{\text{ек}}}{B} = \frac{B + \Pi}{B} = 1 + \frac{\Pi}{B}, \quad (12)$$

де  $B$  – бухгалтерські витрати, грн/рік;

$V_{\text{ек}}$  – економічні витрати, грн/рік;

$\Pi$  – прибуток, грн/рік.

2. Коефіцієнт застосування авансованих інвестицій:

$$\text{за рік: } K_{з.а} = \frac{B}{Ca}; \quad (13)$$

$$\text{за період } T_n: K_{Iз.а} = \frac{B \times T_n}{Ca}, \quad (14)$$

де  $Ca$  – авансовані споживані інвестиції, грн.

3. Коефіцієнт застосування використаних інвестицій:

$$\text{за рік: } K_{з.в} = \frac{Bек}{Ca}; \quad (15)$$

$$\text{за період } T_n: K_{з.в} = \frac{Bек \times T_n}{Ca}. \quad (16)$$

Для більш точного і детального аналізу використання споживаних і застосованих інвестицій автор пропонує використовувати коефіцієнти, запропоновані у табл. 4.

Таблиця 4

**Запропоновані у статті показники використання споживаних і застосованих інвестицій**

Споживані інвестиції	Застосовані інвестиції	Коефіцієнт застосування споживаних інвестицій
авансовані, $Ca = Co + Cпок + Cоб$	Авансовані: за рік $B = Ba + Bм + Bзп$ за період $T_n$ $B \square T_n$ .  Використані: за рік $Bек = B + П$ за період $T_n$ $Bек \square T_n$ .  Коефіцієнт використання авансованих застосованих інвестицій $Кв.з = Bек/B = B+П/B$	Коефіцієнт застосування споживаних інвестицій: за рік $K_{з.а} = B/Ca$ за період $T_n$ $K_{з.а} = B \square T_n / Ca$ .  Коефіцієнт застосування використаних інвестицій: за рік $K_{з.в} = Bек/Ca$ ; за період $T_n$ $K_{з.в} = Bек \square T_n / Ca$

Таким чином, за допомогою методу економічних коефіцієнтів доведена можливість удосконалення існуючої системи оцінки інвестиційних проектів.

**Література:** 1. Кныш М. И. Стратегическое планирование инвестиционной деятельности: Учеб. пособие. / М. И. Кныш, Б. А. Перекатов, Ю. П. Тютиков. – СПб.: Изд. дом "Бизнес-Пресса", 1998. – 320 с. 2. Майорова Т. Н. Инвестиционная деятельность: Навч. посіб. – К.:ЦУЛ, 2003. – 376 с. 3. Савлук В. П. Анализ и разработка инвестиционных проектов: Учеб. пособие / В. П. Савлук, С. И. Прилипко, Е. Г. Величко. – К.: Абсолют-В; Эльга. 2006. – 304 с. 4. Растяпін А. В. Методика оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів // *Фінанси України*. – 2007. – №2. – С. 111 – 118. 5. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом. – К.: ТОВ "Лібра", 2002. – 472 с.

УДК 336.7(477)

**Грищенко Є. В.**

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

**ПОРІВНЯННЯ БАНКІВ ЗА УМОВАМИ КРЕДИТУВАННЯ**

Ринок кредитних послуг на сучасному етапі розвивається зі швидкістю 40–50% на рік, така ж тенденція прогнозується експертами і на 2008 рік. Майже усі фінансові установи пропонують на ринку свої продукти за багатьма напрямками кредитування, але є доцільним розглянути це питання на прикладі декількох пропозицій банківських установ на ринку нерухомості з кредитування фізичних осіб.

© Грищенко Є. В., 2008



З метою висвітлення заданої теми було обрано три банки, які активно рекламують свої продукти: Укрсиббанк, ТАС-Комерцбанк та Укрпромбанк [1].

Рекламування банками переваг співпраці саме з ними призвело до деякої нерівномірності та неповноти їхньої інформації з кредитування, тому для розгляду конкретних пропозицій є доцільним розробити загальну класифікацію за такими спільними ознаками [1 – 3]:

1. Валюта кредитування та річна процентна ставка залежно від строку кредитування та мінімальний власний внесок залежно від обсягів кредитування.

2. Комісія банку за надання кредиту та його обслуговування.

3. Періодичність сплати процентів і заборгованості за кредитом.

4. Можливість дострокового повернення кредиту.

5. Комісія за дострокове повернення кредиту.

6. Умови страхування.

Отже, порівнюючи пропозиції Укрпромбанку та Укрсиббанку по валютах кредитування встановлено, що банки надають можливість вибору між національною валютою, євро та доларами США, у свою чергу Укрсиббанк надає кредити ще й у швейцарських франках.

Річні процентні ставки Укрпромбанку є досить різноманітними і залежать від трьох факторів: строку кредитування, власного внеску позичальника та власне від валюти кредитування, і знаходяться в межах від 10,0% до 11,8% для долара США; 8,0% – 11,0% для євро та 13,3% – 13,6% для гривні при розмірах власних внесків до 5%; 5 – 20%; від 20%. Спостерігається залежність розміру відсоткової ставки від строку кредитування та розміру власного внеску, тобто чим менший строк кредитування і більший власний внесок, тим менша відсоткова ставка за кредитом і навпаки.

В Укрсиббанку річні відсоткові ставки фіксовані і складають: долар США – 12,9%; євро – 12,4%; гривня – 14,5%; швейцарський франк – 9,99%. Але слід зазначити, що позичальник не завжди може обрати валюту кредитування, яка його цікавить, тому що банком накладаються додаткові умови за особистим внеском позичальника та його фінансовим станом, а саме:

при розмірах внесків, рівних 0%, 5% та 10% відповідно вимогам до майнового стану позичальника (частка платежу по кредиту у сукупному доході) 50%, 60% та 70%, банк пропонує такі умови кредитування: строк кредитування до 21 року при погашенні кредиту ануїтетними платежами та до 30 років при погашенні кредиту за стандартною схемою (тобто за розробленим графіком) з кредитуванням у гривнях та доларах США;

при розмірі внеску 15% і вимозі до майнового стану позичальника 70%: строк кредитування – до 21 року як ануїтетними платежами, так і за стандартною схемою, валюта кредитування – євро та швейцарський франк;

при розмірі внеску 30% і вимозі до майнового стану 70%: строк кредитування – до 21 року як ануїтетними платежами, так і за стандартною схемою, валюта кредитування – гривня, долар США, євро та швейцарський франк.

Розглянувши умови ТАС-Комерцбанку [1] бачимо, що ця фінансова установа, на відміну від Укрсиббанку, також пропонує набір з трьох валют, а саме національну валюту та іноземну валюту – долари США та євро з річними відсотковими ставками:

за авансовою схемою кредитування: 14,5% у гривнях, 11,9% у доларах США та 11% у євро;

за безавансовою схемою кредитування: 15,5% у гривнях, 12,5% у доларах США та 12% у євро.

Отже, пропозиції кожного з банків, що розглядаються, є різноманітними, і кожен позичальник має змогу отримати кредит на прийнятних для нього умовах, але найбільш привабливою виглядає пропозиція Укрпромбанку. У ній річні відсоткові ставки нижче за кожною з розглянутих валют.

Не менш важливим питанням при оформленні кредиту є і комісія банку за надання кредиту та його обслуговування.

В Укрпромбанку позичальник сплачує комісію за надання кредиту в розмірі 1% від суми кредиту одноразово та щомісячно при строках кредитування до 10 років – 0,15% за кожним з видів валют і 0,10% при строках від 10 до 31 років від загальної суми кредиту.

Більш прийнятні умови з відкриття та обслуговування рахунку для позичальника пропонує Укрсиббанк, а саме: відкриття рахунку – 30 грн, комісія банку за розрахунково-касові операції залежно від валюти кредитування:

1,5% — у доларах США;

1,2% — у євро та гривнях;

2% — у швейцарських франках.

Але найбільш прийнятні умови з комісії банку пропонує ТАС-Комерцбанк. Позичальник сплачує одноразово лише 1% від загальної суми кредитування.

Не менш актуальним є питання періодичності сплати процентів і заборгованості за кредитом. В усіх банках, що розглядаються, стандартним періодом для розрахунків є календарний місяць.

Безумовно, можливість дострокового повернення кредиту може стати вирішальним фактором при виборі банку-позикодавця, тому розглянемо це питання більш детально: Укрпромбанк та ТАС-Комерцбанк дозволяють позичальнику дострокове повернення кредиту без будь-яких обмежень, а в умовах Укрсиббанку дана можливість не обумовлена взагалі.

Комісія за дострокове повернення кредиту в Укрпромбанку становить: 1% від суми достроково поверненої частини кредиту у випадку повного або кожного часткового дострокового повернення в перший рік користування кредитом, але не менше 10 грн; 0,5% від суми достроково поверненої частини кредиту у випадку повного або кожного часткового дострокового повернення в другий рік користування кредитом, але не менше 10 грн.



Умови дострокового повернення кредиту у ТАС-Комерцбанку є найбільш вигідними, адже будь-яка комісія не нараховується. Банк також надає можливість відстрочки сплати основної суми боргу на строк до 6 місяців.

Укрпромбанк надає кредит у разі виконання таких умов страхування:

у випадку досягнення позичальником 50-річного віку протягом строку дії договору необхідно застрахувати життя позичальника до закінчення договору (за власний рахунок);

майна за тарифом 0,278% від його вартості в рік.

При кредитуванні в ТАС-Комерцбанку позичальник сплачує додатково 0,3 – 0,6% страхових платежів від оціночної вартості майна, а в Укрсиббанку – 0,3% від вартості. Отже, всі страховики-партнери банків пропонують приблизно однакові умови страхування майна.

На рисунку розглянуто розміри виплат з обслуговування кредиту за кожним з банків.

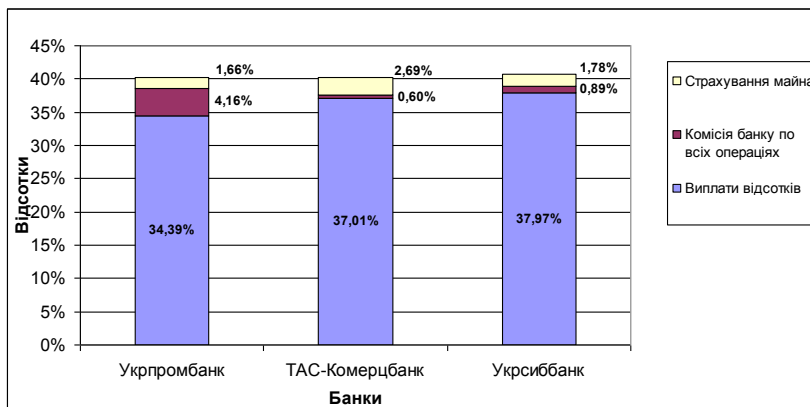


Рис. Структура витрат за кредитом до сукупного платежу

З рисунка видно, що не завжди низька відсоткова ставка за кредитом повинна бути вирішальним фактором при виборі тієї чи іншої банківської установи. Навіть після розрахунку повної вартості кредиту не завжди найкращим варіантом є той, де сума виявилася меншою.

Найбільш прийнятним може бути той варіант, коли банк пропонує додаткові умови, такі, як можливість дострокового повернення кредиту без додаткової комісії, можливість відстрочки платежів та інші, але остаточний вибір споживач повинен робити для себе сам.

**Література:** 1. Бюлетень продукту "Кредит на купівлю житлової нерухомості на вторинному ринку" // ТАС-Банк. – 2007. 2. Кредити для придобання жилой недвижимости // Укрсиббанк. – 2007. 3. Умови кредитування фізичних осіб на придбання нерухомості на первинному та вторинному ринках // Укрпромбанк. – 2007.

УДК 336.02

**Лимаренко Н. К.**

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ МІЖБЮДЖЕТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Проблеми удосконалення бюджетного процесу лежать у трьох площинах: правовій, організаційній та економічній. Правове поле до цього часу все ще не є досконалим, особливо з питання розподілу повноважень між центральною владою та органами місцевого самоврядування. Проблема організаційного характеру полягає у такому: забезпечення фінансових управлінь висококваліфікованими кадрами; неузгодженість дій між ланками різних рівнів місцевого самоврядування.

Низький рівень вирішення означених питань зокрема негативно впливає на економічну складову, яка і є основним фактором, що забезпечує реальне надходження та ефективний розподіл і використання бюджетних коштів. У контексті перерахованих проблем особливої уваги потребує врегулювання міжбюджетних відносин. Із наукових робіт, присвячених вказаній проблемі, найбільш обґрунтованою є робота професора І. Я. Чугунова [1]. Його методику можна використати для оцінки та

© Лимаренко Н. К., 2008



аналізу бюджетного регулювання на обласному рівні. Результати досліджень, щодо оцінки стану міжбюджетного регулювання між обласними та районними ланками представлені у таблиці (для ілюстрації обрано 5 районів Харківської області). Для розрахунку коефіцієнта було використано формулу:

$$Y_{ij} = X_{ij} + \beta(1 - X_{ij}),$$

де  $X_{ij}$  – співвідношення питомої ваги надходжень податків та зборів до зведеного бюджету на території  $i$ -го району Харківської області в  $j$ -му році в надходження податків та зборів по області у відповідному році та питомої ваги населення  $i$ -го району в  $j$ -му році у загальній чисельності населення Харківської області у відповідному році;

$Y_{ij}$  – співвідношення питомої ваги видаткової частини бюджету  $i$ -го району в  $j$ -му році у видатковій частині місцевого бюджету у відповідному році та питомої ваги населення  $i$ -го району в  $j$ -му році у загальній чисельності населення Харківської області у відповідному році;

$\beta$  – коефіцієнт міжбюджетного регулювання.

Таблиця

**Коефіцієнт міжбюджетного регулювання за районами Харківської області**

Райони	2005 рік	2006 рік	2007 рік
Борівський	-1,27	1,92	0,875
Дергачівський	-0,375	-0,93	0,441
Зміївський	-0,5	-0,5	0,537
Кегичівський	2,26	3,3	0,821
Харківський	-0,39	-4,75	0,394

Як свідчать дані таблиці у 2005 році спостерігається недерегулювання надходжень до більшості районних бюджетів, окрім Кегичівського району, за яким було суттєве перевиконання. У 2006 році спостерігається перерегулювання за Кегичівським та Борівським районами. Що стосується 2007 року, то регулювання розподілу коштів між бюджетами районів було ефективним. Як наслідок, районні адміністрації, що недоотримують кошти для виконання своїх функціональних обов'язків не в змозі здійснювати повноцінний соціальний захист своїх мешканців.

Для збалансування надходжень до бюджетів районів з їх потребами, а як наслідок і вирішення певних проблем на державному рівні, необхідно вдаватися до таких заходів:

дотримуватися норм та принципів, визначених законодавством України;

проводити семінари та наукові конференції;

навести жорстку фінансову дисципліну та підвищити вимоги до обґрунтування додаткового фінансування районів понад науково обґрунтовані суми;

посилити контроль за цільовим використанням бюджетних коштів;

бюджетні зобов'язання повинні братись тільки в межах виділених асигнувань тощо.

Таким чином, можна зробити загальний висновок, що розв'язання питань удосконалення міжбюджетного регулювання все ще є не тільки актуальним, а й достатньо нагальним.

**Література:** 1. Чугунов І. Я. Теоретичні основи системи бюджетного регулювання: Навч. посібник. – К.: НДФІ, 2005. – 260 с.

**Березкіна С. С.**

УДК 336.773

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ІПОТЕЧНЕ КРЕДИТУВАННЯ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Можливість отримання іпотечного кредиту громадянами України в умовах гострої потреби в забезпеченні житлом важко переоцінити. Тому проблеми іпотеки потребують першочергового вирішення. Вивчення досвіду зарубіжних країн, визначення ролі банківських установ у цій справі, напрацювання власних процедур упровадження механізму іпотеки є сьогодні нагальними державними питаннями.

© Березкіна С. С., 2008



На банківському ринку України основна активна операція — кредитування. Це підтверджує показник співвідношення обсягу кредитного портфеля й активів банку, розрахований як відношення суми середніх кредитних вкладень в економіку за певний період до середніх активів. За банківською системою України в цілому зазначений показник сягає рівня 70% [1] та має довгострокову динаміку зростання. Так, у 2006 році він становив 64,3%, а у 2007 році — 69,2%. Це пов'язано, з одного боку, з об'єктивним перетіканням капіталу у сфери, де найвища норма прибутку, а з іншого — зі станом фінансового ринку і його схильністю до ризиків.

Як свідчить практика впровадження іпотеки, у країнах Європи, де фінансові системи є зорієнтованими на банки, особливу роль відіграють іпотечні банки, які емітують іпотечні облигації. Для того щоб не виникало проблем з перенасиченням ринку такими цінними паперами, необхідно регулювати їх обіг. Таке регулювання засновано на основних принципах:

емісія має бути підтримана відповідними нормативними актами;

емітентом повинна бути кредитна установа;

у разі банкрутства емітента власники іпотечних облигацій повинні мати пріоритетне право вимоги на активи, які є забезпеченням облигацій;

покриття облигацій має бути достатнім, щоб забезпечити вимоги власників іпотечних облигацій протягом усього терміну їх обігу;

емісія повинна підлягати спеціальному пруденційному нагляду.

Таким чином, на Україні слід розробити такі нормативно-правові акти, які б ґрунтувалися на таких принципах та сприяли розвитку такого фінансового інструменту, як іпотечні облигації.

На погляд автора, ключовим сегментом ринку іпотечного кредитування є житлова іпотека. На підтвердження цього слід зазначити, що на вирішення житлових проблем сьогодні націлені іпотечні ринки всіх країн Європи.

У 15 країнах ЄС у 2007 р. частка житлових іпотечних кредитів у ВВП становила в середньому більше 40% [2]. Необхідно звернути увагу на те, що в країнах з розвинутою економікою така частка коливається від 51,3% (Німеччина) до 98,4% (Великобританія). Такі країни, як Данія та Швейцарія, мають найбільшу частку житлових іпотечних кредитів, яка складає 100,8% та 101,9% відповідно (рисунк). Це пов'язано з високим рівнем життя населення та турботою держави про своїх громадян.

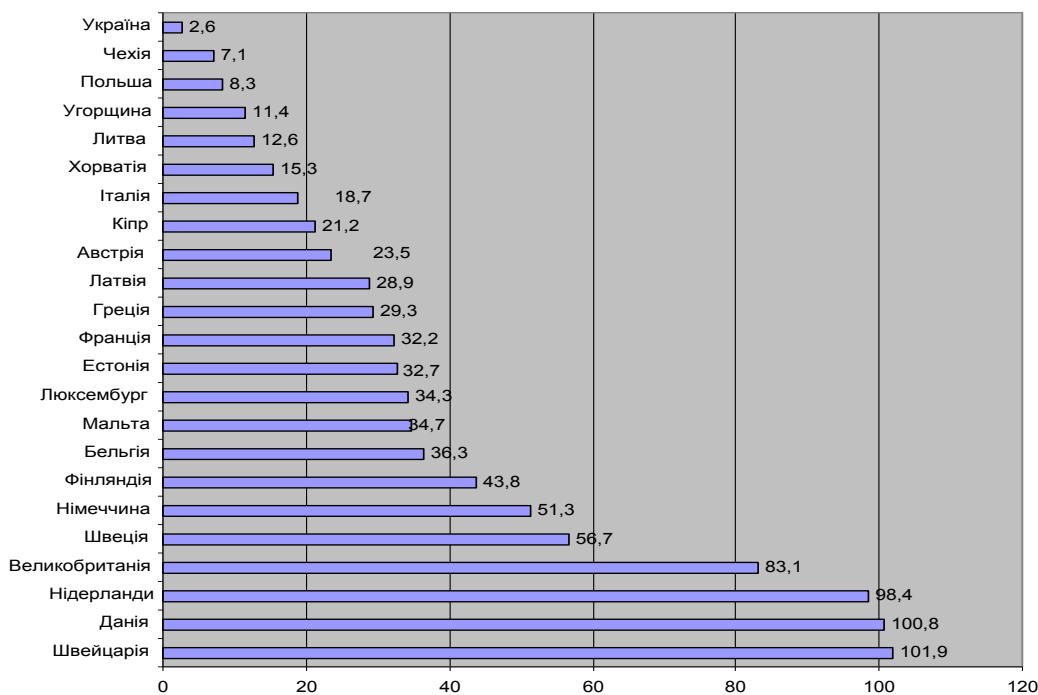


Рис. Частка житлових іпотечних кредитів у ВВП

Зауважимо, що в економіках країн, які перебувають на стадії реформування і становлення, значення цього показника набагато нижче від середньоєвропейського рівня (від 2,6% до 11,4%) [2]. Найнижчу частку житлових іпотечних кредитів у ВВП має Україна, вона складає 2,6%. В Угорщині даний показник на кінець 2007 року становив близько 11,4%. У таких країнах, як Литва, Хорватія, Італія, Кіпр, Австрія, Латвія, Греція, Франція, Естонія, Люксембург, Мальта, Бельгія, Фінляндія частка житлового іпотечного кредитування у ВВП коливається від 12,6% до 43,8%.

З огляду на викладене, актуальним для України є питання розвитку вторинного іпотечного ринку. Це можливо лише після врегулювання законодавчих аспектів щодо емісії іпотечних цінних паперів.



Підсумовуючи огляд іпотеки закордонних країн та України, треба зазначити, що, по-перше, проблеми правового регулювання іпотеки є актуальними. Особливо це стосується країн, що розвиваються, оскільки проблеми іпотеки (в соціальному її аспекті) вони ще вирішили не повністю, перш за все, через недостатню врегульованість нормативної бази.

По-друге, розвиток іпотеки стимулює фінансовий ринок країни. Активізація іпотечного кредитування для банків дає можливість залучати до активної діяльності додаткові грошові ресурси (насамперед, населення), для інвесторів є привабливим розвиток вторинного іпотечного ринку, який надає привабливі інструменти інвестування (іпотечні облигації).

По-третє, завдяки розвитку вторинного іпотечного ринку банки отримують можливість поліпшити свої показники ліквідності. Таким чином досягається здешевлення іпотечних кредитів, вирівнюється структура активів і зобов'язань банку за строками, що врешті-решт приводить до зростання стабільності банківського сектору.

---

**Література:** 1. Берегуля О. Іпотечне кредитування як банківська операція: теоретичні основи й умови проведення // Вісник НБУ. – 2007. – №10(140). – С. 46 – 48. 2. Матеріали Європейської іпотечної федерації // [www.hypo.org](http://www.hypo.org).

**Найдьонова К. В.**

УДК 336.012.23

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **АКТУАЛІЗАЦІЯ ПЕРІОДИЧНОСТІ РОЗРАХУНКУ ІНДИКАТОРІВ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Динамічність економічного середовища, яка притаманна сучасному розвитку фінансової системи України, потребує адекватної реакції управлінського персоналу не тільки на макроекономічному рівні, а й на рівні суб'єктів підприємництва. Особливого значення ця проблема набуває за умови посилення інтеграційних тенденцій у всіх сферах життєдіяльності українського суспільства. Тому посиленої уваги потребують питання щодо якості прийняття управлінських рішень, підвищення якої безпосередньо пов'язане із обґрунтованістю процесу їх прийняття, а, отже, й підтримання інформаційного забезпечення підприємницької діяльності в актуалізованому стані.

Наукові аспекти оцінювання рівня фінансової безпеки досліджуються у працях українських та російських учених, серед яких: І. А. Александров [1], Є. А. Орлова [1], А. В. Половян [1], В. М. Геєць [2], М. О. Кизим [2], Т. С. Клебанова [2], О. І. Черняк [2], К. В. Горячева [3], Ф. І. Євдокімов [4], О. В. Мізіна [4], О. О. Бородіна [4]. Однак певні теоретичні та практичні питання, які пов'язані із зазначеною проблемою, залишаються дискусійними і вимагають додаткового вивчення.

З огляду на це, метою даної роботи є викладення методики актуалізації періоду розрахунку індикаторів фінансової безпеки підприємства.

Зауважимо, що якість результату управлінської праці визначається його практичною актуальністю та достовірністю, під якою розуміється відповідність висновків, які зробила особа, що приймає рішення (ОПР), адекватністю отриманого ним знання щодо об'єкта управління. У свою чергу, достовірність управлінських рішень залежить як від якості даних, так і від коректності висновків, які зроблено на підґрунті цих даних, тобто від якості, у нашому випадку, фінансової інформації, професійної кваліфікації фінансового аналітика та його знань щодо організації процесу управління фінансовою безпекою підприємства. Для того, щоб сукупність інформаційних повідомлень була базою для прийняття управлінського рішення, отримана фінансовим аналітиком інформація має характеризуватися валідністю, тобто високою ймовірністю відсутності теоретичних помилок.

Слід зазначити, що отримані дані можна вважати обґрунтованими, якщо є правильними теоретичні положення, які лежать у підґрунті процедури їх отримання. Тобто фінансова інформація має відображати саме ту якість об'єкта, за якою приймається управлінське рішення.

Однією зі складових, що підвищує валідність інформаційного забезпечення процесу управління фінансовою безпекою суб'єкта підприємництва, є його актуальність не тільки з огляду на відповідність поточному моменту, а й з огляду на періодичність отримання інформації.

Для перевірки обґрунтованості тієї чи іншої періодичності представлення статистичних даних необхідно провести аналіз фактичних звітних даних за ряд періодів з точки зору істотності розходжень між ними. З цією метою скористаємось методами оцінки істотності розходження серед-

---

© Найдьонова К. В., 2008



ніх [5]. Графічне представлення алгоритму визначення періодичності отримання статистичних даних щодо розрахунку стану фінансової безпеки підприємства подано на рисунку 1.

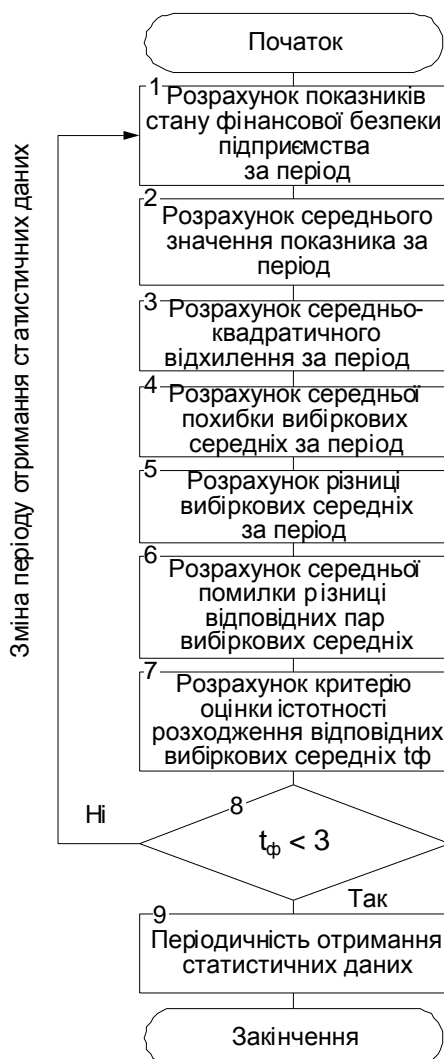


Рис. Алгоритм визначення періодичності отримання даних

Після проведення всіх розрахунків оцінюємо істотність розходження між даними різних періодів, використовуючи критерій оцінки істотності розходження відповідних вибірових середніх – блок 7. Для цього скористаємося формулою:

$$t\phi = \frac{\tilde{X}_n - \tilde{X}_{n-1}}{\mu_n},$$

де  $t\phi$  – істотність розходження між даними різних періодів.

Якщо  $t\phi < 3$ , то істотної різниці між показниками за суміжні звітні періоди не буде. У такому разі можна зробити висновок про недоцільність встановлення такого звітного періоду для показника, що аналізується, і необхідність зміни періодичності його представлення в бік збільшення звітного періоду, що тягне за собою скорочення потоку статистичної інформації.

Якщо  $t\phi > 3$ , то можна говорити, що інформація містить у собі деяку цінність, бо різниця між даними суміжних періодів є суттєвою. У такому разі можна зробити висновок, що обрана періодичність є обґрунтованою, хоча це і не значить, що вона є оптимальною і потребує подальших розрахунків.

Для оцінки стану фінансової безпеки підприємства було обрано такі показники: коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт поточної (швидкої) ліквідності, коефіцієнт загальної ліквідності (коефіцієнт покриття), коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт оборотності активів,



коефіцієнт обороту дебіторської заборгованості, коефіцієнт оборотності готової продукції, коефіцієнт оборотності матеріальних запасів і коефіцієнт рентабельності продукції, а також розраховано їх квартальні значення за 2004 – 2007 рр.

Згідно з наведеним алгоритмом визначимо на прикладі коефіцієнту абсолютної ліквідності, чи є обґрунтованою обрана періодичність отримання даних, для чого проаналізуємо його критерій узгодження за різними кварталами. Результати розрахунків представлено в табл. 1.

Таблиця 1

**Оцінка істотності розходження інформації  
за коефіцієнтом абсолютної ліквідності**

Квартал	Значення за роками											
	2004			2005			2006			2007		
	$x$	$x - \tilde{x}$	$(x - \tilde{x})^2$	$x$	$x - \tilde{x}$	$(x - \tilde{x})^2$	$x$	$x - \tilde{x}$	$(x - \tilde{x})^2$	$x$	$x - \tilde{x}$	$(x - \tilde{x})^2$
1	0,03	0	0	0,05	0,02	0,0004	0,02	-0,01	0,0001	0,03	0,00	0
2	0,02	-0,02	0,0004	0,05	0,02	0,0004	0,04	0,01	0,0001	0,03	-0,01	0,0001
3	0,02	-0,01	0,0004	0,08	0,05	0,0025	0,02	-0,01	0,0001	0,01	-0,02	0,0004
4	0,04	0	0	0,04	0	0	0,06	0,02	0,0004	0,02	-0,02	0,0004
Квартал	$\tilde{x}$	$\sum (x - \tilde{x})^2$	$\frac{\sum (x - \tilde{x})^2}{n - 1}$	$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \tilde{x})^2}{n - 1}}$	$\nu = \frac{\sigma * 100}{\tilde{x}}$	$\mu = \frac{\sigma}{\sqrt{n}}$						
1	0,03	0,0005	0,0002	0,01	39,72	0,01						
2	0,04	0,0010	0,0003	0,02	52,16	0,01						
3	0,03	0,0034	0,0011	0,03	103,58	0,02						
4	0,04	0,0008	0,0003	0,02	40,82	0,01						

Розрахуємо такі різниці вибірових середніх за кварталами для коефіцієнту абсолютної ліквідності:

$$\begin{aligned} \tilde{x}_2 - \tilde{x}_1 &= 0,01; \\ \tilde{x}_3 - \tilde{x}_2 &= -0,01; \\ \tilde{x}_4 - \tilde{x}_3 &= 0,01. \end{aligned}$$

Розрахуємо середні похибки різниці відповідних пар вибірових середніх для коефіцієнту абсолютної ліквідності:

$$\begin{aligned} \mu_1 &= \sqrt{0,0002} \approx 0,01; \\ \mu_2 &= \sqrt{0,0005} \approx 0,02; \\ \mu_3 &= \sqrt{0,0005} \approx 0,02. \end{aligned}$$

Знайдемо критерій оцінки істотності розходження відповідних вибірових середніх для коефіцієнту абсолютної ліквідності:

$$\begin{aligned} t\phi &= \frac{0,01}{0,01} \approx 1; \\ t\phi &= \frac{-0,01}{0,02} \approx -0,5; \\ t\phi &= \frac{0,01}{0,02} \approx 0,5. \end{aligned}$$

Наведені дані свідчать про те, що розходження значень коефіцієнту абсолютної ліквідності за кварталами незначні. Тому можна зробити висновок, що такі дані ніякої додаткової інформації не містять і така періодичність не є обґрунтованою. Отже, для коефіцієнту абсолютної ліквідності немає необхідності збирати дані за кожний квартал, оскільки зміни його за цей період незначні. Аналогічно коефіцієнту абсолютної ліквідності обчислюємо критерій оцінки істотності розходження даних для всіх обраних показників, що характеризують стан фінансової безпеки підприємства.

Результати аналізу істотності розходження показників фінансової безпеки підприємства представлено в табл. 2.

**Результати аналізу істотності розходження показників фінансової безпеки підприємства за квартальною звітністю**

Показник	Оцінка істотності розходження між кварталами		
	1 і 2	2 і 3	3 і 4
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1	-0,5	0,5
Коефіцієнт поточної (швидкої) ліквідності	0,9	-2,1	-1,1
Коефіцієнт загальної ліквідності (коефіцієнт покриття)	1	-2,1	-1,3
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	2,2	-1,1	-0,9
Коефіцієнт оборотності активів	1,5	1,5	2,8
Коефіцієнт обороту дебіторської заборгованості	1,8	2	1,2
Коефіцієнт оборотності готової продукції	0,4	1,08	-0,1
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	1,2	1,1	1,5
Коефіцієнт рентабельності продукції	-2,3	-2,3	2,5

Результати аналізу свідчать про те, що за всіма показниками розходження за 1, 2, 3, 4 кварталами незначні. Якщо немає істотних розходжень між суміжними кварталами, то можна зробити висновок, що такі дані ніякої додаткової інформації не містять і така періодичність не є обґрунтованою. Отже, для обраних показників фінансової безпеки підприємства немає необхідності збирати дані за кожний квартал, оскільки зміни за цей період незначні. Можна стверджувати, що за даними показниками цілком достатньо мати дані за рік.

Таким чином, проведення аналізу фактичних звітних даних за 2004 – 2007 рр. з точки зору істотності розходжень між ними дозволило обґрунтувати систему показників, яка містить актуальні характеристики фінансової безпеки підприємства. Саме тому отриману систему параметрів може бути використано для інтегральної оцінки стану фінансової безпеки підприємства, з чим і пов'язане подальше дослідження.

**Література:** 1. Александров И. А. Оценка финансовой безопасности промышленного предприятия / И. А. Александров, Е. А. Орлова, А. В. Половян // Научные работы Донецкого технического университета. – 2002. – №46. – С. 12 – 19. 2. Моделирование экономической безопасности: держава, регион, предприятие: Монография / В. М. Геєць, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк; [За ред. В. М. Гейця. – Харків: Вид. "ІНЖЕК", 2006. – 240 с. 3. Горячева К. Финансовая безопасность предприятия. Суть и место в системе экономической безопасности // Экономист. – 2003. – №8. – С. 65 – 67. 4. Євдокімов Ф. І. Узагальнююча оцінка фінансової складової рівня економічної безпеки підприємства / Ф. І. Євдокімов, О. В. Мізіна, О. О. Бородіна // Научные работы ДГУ. – 2002. – №46. – С. 6 – 12. 5. Саати Т. Математические методы исследования операций: Пер. с англ. / Под ред. проф., д. т. н. А. П. Гришина. — М.: Военное изд. Мин-ва обороны СССР, 1963. — 420 с.

УДК 330.142

**Мудра Н. Ю.**Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ЗА КРИТЕРІЄМ МАКСИМІЗАЦІЇ РІВНЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВЛАСНОГО ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ

Будь-яке підприємство для фінансування своєї діяльності потребує достатнього обсягу фінансування. Управління фінансуванням оборотним капіталом підприємства підкорене цілям забезпечення необхідної потреби в них відповідними фінансовими ресурсами та оптимізації структури джерел фінансування цих ресурсів.

Оптимізація структури джерел фінансування оборотного капіталу є одним із важливих і складних завдань, що вирішуються в процесі фінансового управління підприємством.

У літературі вирішення проблеми оптимізації джерел фінансування оборотного капіталу пропонується з точки зору ставлення керівників підприємства до фінансових ризиків і не приділяється



увага максимізації рентабельності власного оборотного капіталу, тобто більш ефективному використанню власного оборотного капіталу.

Метою статті є розгляд методики визначення оптимальної структури джерел фінансування оборотного капіталу за критерієм максимізації рівня рентабельності власного оборотного капіталу.

Оптимальна структура капіталу становить таке співвідношення використання власного і залученого капіталу, за якого забезпечується найбільш ефективна пропорція між коефіцієнтом рентабельності й коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства і максимізується його ринкова вартість [1].

Рішення даної проблеми полягає, на думку автора, у розробці оптимізаційних моделей та їх практичному застосуванні.

Для вирішення питання оптимізації структури джерел фінансування оборотного капіталу з позиції максимізації рентабельності власного оборотного капіталу пропонується використовувати показник фінансового левериджу, який характеризує використання підприємством позикових засобів, що впливає на зміну коефіцієнта рентабельності власного капіталу, і дозволяє оцінити, на скільки відсотків зміниться величина чистого прибутку підприємства при зміні доходу до сплати відсотків і податків на один відсоток [2].

Ефект фінансового левериджу для оборотного капіталу можна розрахувати за формулою [3]:

$$ЕФЛ_{OK} = (1 - C_{III}) \times (KBP_{OA} - PK) \times ЗОК / ВОК, \quad (1)$$

де  $C_{III}$  – ставка податку на прибуток підприємства;

$KBP_{OA}$  – коефіцієнт валової рентабельності оборотних активів;

$PK$  – середній розмір відсотків за кредит, які сплачує підприємство за залучення оборотного капіталу, %;

$ЗОК$  – середня величина залученого оборотного капіталу підприємства;

$ВОК$  – середня величина власного оборотного капіталу підприємства.

Для оцінки ефективності залучення додаткових обсягів позикових коштів розраховуються показники економічної рентабельності (валової рентабельності оборотного капіталу) та рентабельності власного оборотного капіталу.

Валова рентабельність оборотних активів визначається за формулою:

$$KBP_{OK} = \frac{ВП}{OA}, \quad (2)$$

де  $ВП$  – сума валового прибутку без урахування витрат на сплату відсотків за кредит;

$OA$  – середня сума оборотних активів, що використовується.

Рентабельність власного оборотного капіталу розраховується за формулою:

$$P_{ВОК} = \frac{ЧП}{ВОК}, \quad (3)$$

де  $ЧП$  – сума чистого прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства після сплати податків;

$ВОК$  – сума власного оборотного капіталу.

Для визначення оптимальної структури джерел фінансування оборотного капіталу автором було побудовано вісім оптимізаційних моделей, які передбачали перебір фактично можливих структур джерел фінансування оборотного капіталу підприємства. Графічне зображення параметрів моделі оптимізації структури джерел фінансування оборотного капіталу подано на рисунку.

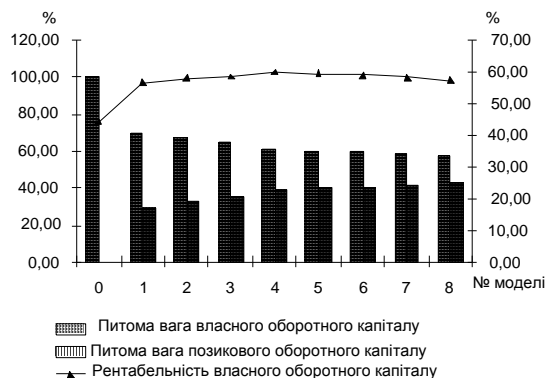


Рис. Графічне зображення параметрів моделі оптимізації структури джерел фінансування оборотного капіталу підприємства

Як видно з рисунку зі збільшенням долі позикового капіталу, яка йде на фінансування оборотного капіталу, відбувається збільшення рентабельності власного оборотного капіталу.

Найбільша рентабельність власного оборотного капіталу (60,15%) досягається при співвідношенні власного і позикового оборотного капіталу 60,70% до 39,30% (модель 4). Подальше збільшення частки позикового оборотного капіталу приводить до зменшення рентабельності власного оборотного капіталу.

Таким чином, підприємство може залучати більше короткострокових кредитів для фінансування оборотного капіталу, а власний оборотний капітал можна направити на придбання основних засобів або капітальне будівництво.

Однак, необхідно відмітити, що зі збільшенням позикового оборотного капіталу збільшується ризик, який пов'язаний з тим, що підприємство не зможе виплатити відсотки за кредит. Для розв'язання даної проблеми і оцінки платоспроможності підприємства необхідно розрахувати:

а) показник середньоквадратичного відхилення доходу, який характеризує статистичну міру розсіювання значень можливих доходів:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum (D_i - \bar{D})^2}{n}}, \quad (4)$$

де  $\delta$  – середньоквадратичне відхилення;

$D_i$  – отриманий дохід підприємства за  $i$ -м варіантом моделі;

$\bar{D}$  – середній дохід за всіма варіантами моделі;

$n$  – кількість варіантів моделі;

б) коефіцієнт варіації, який характеризує зв'язок абсолютного розкидання результатів доходу від середнього значення доходу:

$$v = \frac{\delta}{\bar{D}} \times 100\%. \quad (5)$$

Оскільки коефіцієнт варіації дорівнює 8,6%, можна зробити висновок про незначне відхилення доходу від значення доходу, що очікується.

В якості критерію для визначення максимальної ризиковості неплатоспроможності підприємства нами був використаний показник Чебишева, який розраховується за формулою:

$$LV = v \times E\PhiЛ. \quad (6)$$

Показник Чебишева дозволяє визначити вірогідність банкрутства підприємства при значенні  $LV \rightarrow 100\%$ . Причому даний показник є досить надійним, через те, що він характеризує стан підприємства після сплати всіх обов'язкових платежів.

За допомогою показника Чебишева автор оцінив ризик усіх імітаційних моделей і виявив, що найбільш оптимальною за розраховану структуру є структура, де співвідношення власних та позикових джерел фінансування оборотного капіталу 60,70% та 39,30%. Рентабельність власного оборотного капіталу в даному випадку становить 60,15%. Показник Чебишева дорівнює 5,57%,  $E\PhiЛ$  – 15,97%.

Отже, розглянута методика дозволяє удосконалити процес формування оптимальної структури джерел фінансування оборотного капіталу. Використання даної методики щодо оптимізації джерел фінансування дозволить підприємству більш ефективно використовувати власний оборотний капітал.

---

**Література:** 1. Петренко Ю. В. Оптимізація джерел фінансових ресурсів підприємства // Фінанси України. – №6. – 2000. 2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: Учебный курс. – К.: Ника-Центр, Эльга, 1999. – 528 с. 3. Дропа Я. Б. Визначення оптимальної структури оборотного капіталу за критерієм максимізації рівня фінансової рентабельності // Вісник Львівської державної фінансової академії: збірник наукових статей. Економічні науки. – 2005. – №9. – С. 361 – 368. 4. Бланк И. А. Управление активами. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2000. – 720 с.

Студент 5 курсу  
 фінансового факультету ХНЕУ

## МОДЕЛЮВАННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Традиційно автори праць з економіки та менеджменту приймають за аксіому те, що підприємства намагаються максимізувати свій прибуток або ж приписують їм нечіткі цілі, а потім припускають, що діяльність підприємства направлена на досягнення саме цих цілей [1].

Дане дослідження направлене на отримання та аналіз лінійної багатофакторної моделі взаємозв'язку прибутку та доданої вартості, що базується на методах, викладених в роботах С. А. Айвазяна, К. А. Багриновського, К. Ланцоша та інших, і проведення гармонійного аналізу питомої ваги доданої вартості та прибутку у виручці від реалізації АТЗТ "Завод "Червоний жовтень" з метою визначення ролі доданої вартості в управлінні підприємством по відношенню до прибутку.

Як прибуткові, так і збиткові підприємства, насправді, залишаються із значним господарським ефектом – створеною доданою вартістю. Тобто керівництво підприємства задовольняє, що воно може розпоряджатися значним фондом оплати праці та амортизаційними відрахуваннями на відновлення раніше придбаних основних засобів. А акціонери-працівники підприємства, не маючи прибутку, задоволені заробітною платою, яка виплачується їм підприємством.

Так, на високотехнологічному підприємстві, яке навіть має збиткові основні засоби (у зв'язку із неповним завантаженням виробництва), величині прибутку належить далеко не ключова роль при плануванні результатів роботи, якщо порівняти малий прибуток із значними амортизаційними відрахуваннями та фондом оплати праці. Прибуток буде необхідний, якщо суми нарахованої амортизації та фонду оплати праці буде недостатньо для розвитку підприємства.

Поряд із випадковими факторами формування прибутку (зміню ринковою кон'юнктури, умови постачальників, тарифи на енергоресурси та інші екзогенні причини) великі підприємства можуть систематично коригувати прибуток з наступних причин [2]:

в період приватизації низька рентабельність компанії полегшує керівництву отримати контроль над компанією, скоротивши кількість зовнішніх претендентів на значні пакети акцій та дешево викупивши акції у дрібних акціонерів;

підприємство намагається оптимізувати оподаткування, в тому числі, знизити оподаткований прибуток до рівня, необхідного для власного розвитку;

підприємство при певній фінансовій схемі роботи з партнером може бути зацікавлене в продажу йому своєї продукції навіть за собівартістю, з наступним виведенням прихованого таким чином прибутку через "офшорне підприємство";

працівники-співвласники можуть запропонувати, щоб керівництво підприємства, в першу чергу, накопичувало витрати виробництва за рахунок фонду оплати праці та знижувало тим самим прибуток;

висока переоцінена вартість основних засобів підприємства створює можливість формувати значні амортизаційні відрахування, достатні для поточного відновлення обладнання без залучення прибутку;

оскільки особи, що приймають рішення, не є єдиними отримувачами доходів підприємства, вони можуть домагатися не стільки максимізації загального доходу, скільки максимізації своєї частки в ньому.

Як альтернатива нестабільному прибутку критерієм ефективності промислового підприємства може стати більш стабільна щодо частки в обсязі реалізації умовно-чиста продукція (або додана вартість), оскільки вона включає прибуток як частину знову створеної вартості та інші елементи доданої вартості (амортизацію, соціальні відрахування, витрати на оплату праці, податки, інші витрати). При цьому слід урахувати, що мета досягнення прибутку підприємства реальна лише тією мірою, якою номінальні власники зможуть змусити керівництво виходити у своїх рішеннях винятково із інтересів власників, а фактична стратегія та практична діяльність фірми будуть представляти "політичний компроміс, розроблений менеджерами" [3].

Для побудови моделі прибутку були використані дані АТЗТ "Червоний жовтень" за 5 років в розрізі півріччя, а загальний вигляд моделі представлений як лінійне регресійне рівняння з використанням технотехнічних показників підприємства:

$$Y = a_1 + a_2U + a_3T_0 + a_4(Q/n),$$

де  $a_1$  – постійний член регресії;

$a_2, a_3, a_4$  – коефіцієнти регресії;

$U$  – економічний рівень технології, що розраховується як добуток питомої ваги віддачі основних засобів та чисельності персоналу;

$T_0$  – технологічна віддача, що розраховується як частка доданої вартості та чисельності персоналу;

$Q/n$  – продуктивність створення доданої вартості;

$n$  – чисельність персоналу.

Для дослідження використаємо методи регресійного аналізу, реалізовані в пакеті Statistica. Регресійний аналіз в системі Statistica проводиться в модулі Множинна регресія. Загалом завдання полягає в тому, щоб за незалежними змінними, або предикторами (U, To, Q/n), та незалежною змінною (Y):

- оцінити параметри моделі;
  - побудувати довірчі інтервали для параметрів моделі;
  - перевірити гіпотезу про значущість регресії;
  - оцінити ступінь адекватності моделі.
- Вихідні дані для аналізу подані в табл. 1.

Таблиця 1

**Прибуток і технодинамічні показники діяльності підприємства за 2003 – 2007 рр. в розрізі півріч**

Прибуток (Y)	Технологічна віддача (To)	Економічний рівень технологій (U)	Продуктивність створення доданої вартості (Q/n)
-515,90	0,46	5,06	9,33
-518,57	0,54	5,19	9,59
125,69	0,68	6,68	11,97
284,44	0,99	9,90	12,78
281,55	0,97	9,47	12,03
60,58	0,67	7,67	11,43
136,55	0,87	9,96	12,40
162,63	0,95	10,86	12,58
144,59	0,86	9,62	11,20
103,48	0,87	6,12	7,79

Мінімальна кількість спостережень n, що дозволяє при заданих m факторах отримати самостійну оцінку прибутку Y визначити за умовою  $(n-m)^2 > (n+m)$ , тоді для n = 10 та m = 3 отримаємо  $(10-3)^2 > (10+3)$ , тобто оцінка моделі буде суттєвою. У табл. 2 представлені результати багатofакторної моделі прибутку з використанням технодинамічних показників.

Таблиця 2

**Результати багатofакторної моделі регресії прибутку**

Коефіцієнт множинної кореляції	0,9214
Коефіцієнт детермінації	0,8490
F-тест (3,6)	11,246
p-статистика	0,0071
Стандартна помилка оцінки	140,5

Результати багатofакторної моделі вказують на сильний взаємозв'язок вибраних в модель даних (коефіцієнт множинної кореляції становить 92,14); коефіцієнт детермінації складає 0,849, що вказує на те, що незалежні змінні (економічний рівень технологій, технологічна віддача, продуктивність створення доданої вартості) пояснюють 84,9% варіації прибутку. Альтернативна гіпотеза F-тесту та p-статистики стверджують, що в генеральній сукупності між незалежними змінними та прибутком підприємства існує прогнозований зв'язок. У даній моделі значення помилки оцінки складає 140,5, що вказує на те, що фактичний прибуток в даних спостереженнях, як правило, відхиляється від прогнозованих тарифів не більше ніж на 140,5 тис. грн.

Виходячи із параметрів моделі прибутку, рівняння регресії має такий вигляд:

$$Y = -1672,84 + 1717,87T_o - 68,99U + 88,33(Q/n).$$

У табл. 3 наведені коефіцієнти кореляції прибутку з кожною із змінних.

Таблиця 3

**Абсолютні значення коефіцієнтів регресії моделі прибутку**

Змінна	Технологічна віддача (To)	Економічний рівень технологій (U)	Продуктивність створення доданої вартості (Q/n)	Прибуток (Y)
Технологічна віддача (To)	1	0,846675	0,504613	0,890516
Економічний рівень технологій (U)	0,846675	1	0,799719	0,780931
Продуктивність створення доданої вартості (Q/n)	0,504613	0,799719	1	0,601627
Прибуток (Y)	0,890516	0,780931	0,601627	1



З точки зору взаємозв'язку з прибутком (без поправки на інші незалежні змінні), технологічна віддача ( $T_0$ ) має найбільш абсолютне значення кореляції, 0,891. Слід зазначити також і високу кореляцію між економічним рівнем технології та технологічною віддачею підприємства. Тобто із зростанням технологічної віддачі зростає економічний рівень технологій, та, у свою чергу, технологічна віддача пояснює зміну прибутку на 89,1%. Можна стверджувати, що ці змінні несуть практично ідентичну інформацію, тобто має місце мультиколеніарність. Дане явище виникає у зв'язку з тим, що багатofакторна модель регресії не в змозі розрахувати вплив однієї змінної від впливу іншої змінної.

Таким чином, можна проігнорувати в моделі таку змінну, як економічний рівень технологій, оскільки не має значення, яку змінну можна залишити через те, що кожна із двох змінних робить вагомий внесок у зростання прибутку підприємства.

Результати багатofакторної моделі після виключення фактора економічного рівня технологій підприємства показують, що регресія залишається значущою за всіма критеріями (коефіцієнт кореляції = 90,78%, коефіцієнт детермінації = 82,41%, а F-тест за всіма критеріями є значущим).

Таким чином, гіпотеза про сильний лінійний взаємозв'язок економічного рівня технологій підприємства та технологічної віддачі, які є технoдинамічними показниками, є статистично доведеною.

Слід також зазначити, що в табл. 1 прослідковуються відхилення технoдинамічних показників та прибутку на заданому часовому інтервалі і мають деякий діапазон відхилень від середнього багаторічного рівня.

Для того, щоб виявити циклічні, періодичні компоненти в моделі прибутку, розробленої для АТЗТ "Червоний жовтень", варто провести спектральний аналіз прибутку підприємства. Метою аналізу є виділення сезонних коливань різної довжини шляхом розкладу часового ряду на функції синусів та косинусів різних частот, для виявлення тих, поява яких особливо суттєва. У табл. 4 подані вихідні дані для спектрального аналізу прибутку АТЗТ "Червоний жовтень". Зокрема, для аналізу візьмемо такі показники, як технологічна віддача, питома вага доданої вартості та прибутку у виручці від реалізації продукції підприємства за 5 років в розрізі півріч.

Таблиця 4

Вихідні дані для спектрального аналізу прибутку підприємства

Додана вартість/Виручка	Технологічна віддача	Прибуток/Виручка
1,333	0,46	-0,173
0,743	0,54	-0,096
0,918	0,68	0,022
0,934	0,99	0,045
1,039	0,97	0,040
1,130	0,67	0,008
1,035	0,87	0,018
0,745	0,95	0,018
0,853	0,86	0,017
0,881	0,87	0,013

Внаслідок того, що багатofакторна модель прибутку підприємства вказує на сильну залежність прибутку від технологічної віддачі, то спектральний аналіз технологічної віддачі дасть змогу виділити періодичність цього впливу.

На рис. 1 зображена періодограма технологічної віддачі за періодом.

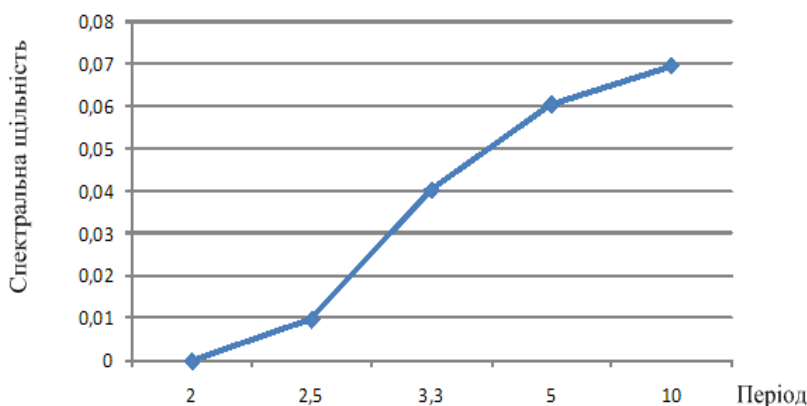


Рис 1. Графік спектральної щільності технологічної віддачі

Так, згідно з рис. 1 змінна – технологічна віддача – АТЗТ "Червоний жовтень" складається з трьох періодичностей: перша – 5 років, друга – 2,5 років, а третя – 1 рік та 8 місяців.



Аналогічним чином побудовані періодограми для таких змінних, як питома вага доданої вартості (рис. 2) та прибутку (рис. 3) у виручці від реалізації.

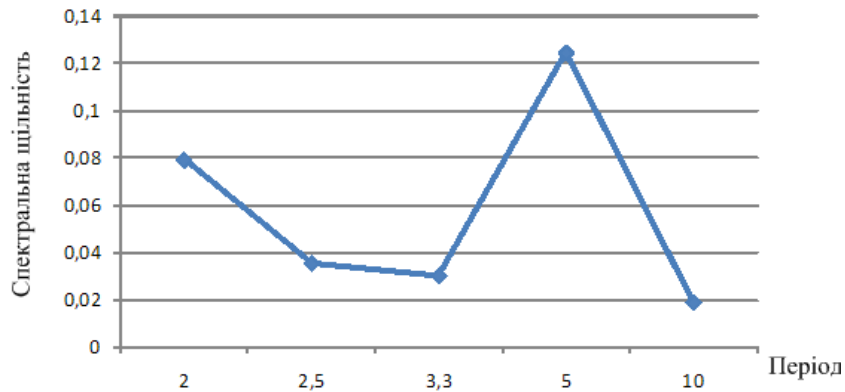


Рис. 2. Графік спектральної щільності питомої ваги доданої вартості у виручці від реалізації продукції

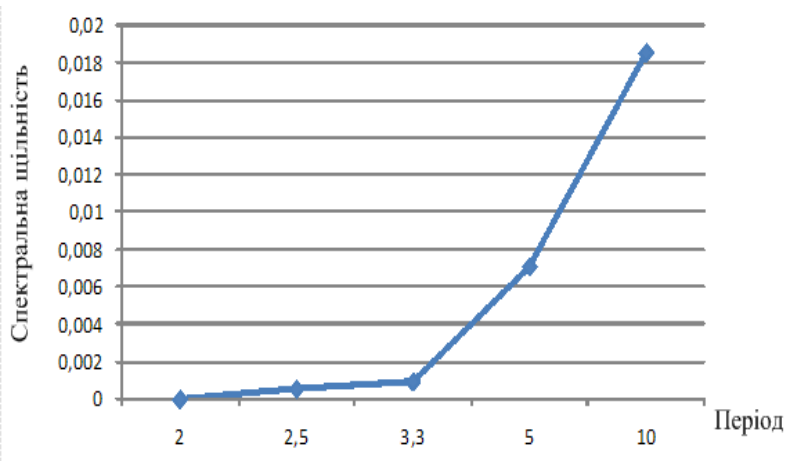


Рис. 3. Графік спектральної щільності питомої ваги прибутку у виручці від реалізації продукції

Таким чином, спектральний аналіз дає змогу стверджувати, що прибуток і технологічна віддача на підприємстві підлягає стратегічному управлінню, а додана вартість – оперативному плануванню та поточному управлінню.

Отже, спектральний аналіз питомої ваги доданої вартості та прибутку у виручці АТЗТ "Червоний жовтень" показав, що відношення доданої вартості до виручки протягом 5 років підлягало більш стійкому управлінню через кожен рік-півтора на початку аналізованого періоду. Але потім, при нормалізації фінансового стану, додана вартість припинила бути стратегічним об'єктом управління. Що стосується прибутку, то в його створенні задіяні довгі гармонійні цикли (де 5-ти річні цикли більш вагомі). Гармонійний аналіз технологічної віддачі вказує на те, що він повторює цикл прибутку та підтверджує той факт, що між даним показником та рівнем прибутку на підприємстві існує стійка залежність.

Так, динаміку прибутку визначають довгострокові цикли, які не містять в собі короткий цикл технологічної віддачі в 1,6 року. Слід зазначити, що технологічна віддача направляє своїми короткочасними циклами прибуток, і високі частоти прибутку в довгостроковому періоді припиняють наслідуватися технологічною віддачею, стримуючись у процесі поточного управління підприємством. Позитивним моментом є той факт, що керівництво підприємства вважає за краще керуватися середніми і довготривалими циклами динаміки прибутку при поточних та середніх циклах доданої вартості. Таким чином, довгі та середні цикли прибутку наслідують цикли технологічної віддачі (технодинамічного показника), який у свою чергу залежить від доданої вартості, що може означати цілеспрямоване періодичне формування прибутку підприємством для модернізації.

Як показав аналіз, прибуток підприємства є першочерговим показником у довготривалому періоді, оскільки в короткостроковому періоді визначальним показником є додана вартість.



На основі проведеного дослідження можна припустити, що на практиці підприємства прийшли до забезпечення стійкої питомої ваги доданої вартості в обсязі реалізації продукції та усвідомлення першочергової ролі управління доданою вартістю і другорядності прибутку.

Подальше дослідження пов'язано з розробленням методичних засад управління підприємства, які б базувалися на такому більш стабільному критерії промислового підприємства, як додана вартість.

**Література:** 1. Боди Зви. Финансы / Зви Боди, Роберт Мертон: Пер. с англ. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2004. – 592 с. 2. Ласточкин Ю. В. Модели управления добавленной стоимостью и прибылью в крупных производственных компаниях / Ю. В. Ласточкин, И. И. Ицкович // Экономика и математические методы. – №2. – 2005. – С. 64 – 73. 3. Ландош К. Практические методы прикладного анализа. – М.: ГИФ МЛ, 1961. – 244 с. 4. Айвазян С. А. Прикладная статистика: исследование зависимостей / С. А. Айвазян, И. С. Енюков. – М.: Финансы и статистика, 1985. – 176 с. 5. Боровиков В. П. Популярное введение в программу Statistica. – М.: КомпьютерПресс, 1998. – 268с. 6. Боровиков В. П. Statistica: статистический анализ и обработка данных в среде Windows / В. П. Боровиков, И. П. Боровиков. – М.: Информационно-издательский дом "Филинь", 1998. – 608 с. 7. Сигел Эндрю Ф. Практическая бизнес-статистика. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2002. – 1056 с.

**Онопко А. М.**

УДК 336.0303

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА ЗА МЕТОДИКОЮ SPACE

Стратег повинен вміти оцінювати найбільш вигідне стратегічне положення підприємства, привабливість галузі його діяльності, здатність конкурувати на ринку. Бізнес-організації є ключовим механізмом забезпечення інтересів суб'єктів даної організації. Тому оцінка бізнесу як непривабливого може притягнути за собою зміну інтересів. Обираючи механізми забезпечення інтересів необхідно також співвіднести їх з положенням підприємства.

Метою дослідження є розробка науково обґрунтованих рекомендацій щодо управління фінансовим потенціалом підприємства за допомогою методики SPACE.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних питань формування та удосконалення системи управління фінансовим потенціалом підприємства за допомогою методики SPACE.

Об'єктом є процес управління фінансовим потенціалом підприємства за методикою SPACE.

Дослідження проводилися на базі науково-дослідного університету екологічних проблем України.

Управління фінансовим потенціалом підприємства розглядають такі автори, як О. В. Белов, А. Г. Грязнова, Майкл Мексон, Б. А. Райзберг, В. О. Кунцевич [1 – 5].

Основним методом подібних оцінок є матриця стратегічного положення та оцінки дій (SPACE).

Метод SPACE полягає в тому, що для підприємства оцінюються чотири групи факторів. Кожний фактор оцінюється експертом за шкалою від 0 до 6 (таблиці 1 – 4).

Оцінивши значення кожного фактора, необхідно обчислити середнє значення факторів усереднені кожної із груп, а потім відкласти отримані значення на осях координат.

Таблиця 1

**Фактори стабільності обстановки (ES)**

Фактор	Рівні	Шкала оцінювання							Рівні
		0	1	2	3	4	5	6	
Технологічні зміни	мало		*						багато
Темпи інфляції	низькі					*			високі
Мінливість попиту	мала			*					велика
Діапазон цін конкуруючих продуктів	малий		*						великий
Перешкода для доступу на ринок	мало		*						багато
Тиск конкурентів	слабкий			*					сильний
Цінова еластичність попиту	негнучка				*				гнучка

© Онопко А. М., 2008

Оцінивши фактор стабільності обстановки експертно, розраховуємо середнє значення:

$$ES = 1 + 1 + 1 + 2 + 2 + 3 + 4 / 7 = 2.$$

Таблиця 2

#### Фактори промислового потенціалу (IS)

Фактор	Рівні	Шкала оцінювання							Рівні
		0	1	2	3	4	5	6	
Потенціал росту	малий						*		великий
Потенціал прибутку	малий		*						великий
Фінансова стабільність	низька			*					висока
Рівень технології	проста						*		складна
Ступінь використання ресурсів	неефективний				*				ефективний
Капіталоефективність	велика						*		мала
Легкість доступу на ринок	легко		*						важко
Продуктивність, залучення виробничих потужностей	низька						*		висока

Оцінивши експертним шляхом фактори промислового потенціалу, розраховуємо середнє значення:

$$IS = 1 + 1 + 2 + 3 + 5 + 5 + 5 + 5 / 8 = 3,38.$$

Таблиця 3

#### Фактори конкурентних переваг (CA)

Фактор	Рівні	Шкала оцінювання							Рівні
		0	1	2	3	4	5	6	
Частина ринку	велика		*						невелика
Якість продукції	висока		*						низька
Життєвий цикл продукта	початковий				*				кінцевий
Цикл заміни продукта	фіксований			*					змінний
Лояльність покупців	сильна			*					слабка
Використання потужностей конкурентами	сильне					*			слабке
Вертикальна інтеграція	висока				*				низька

Розраховуємо середнє значення фактора конкурентних переваг:

$$CA = 1 + 1 + 2 + 2 + 3 + 3 + 4 / 7 = 2,29.$$

Таблиця 4

#### Фактори фінансового потенціалу (FS)

Фактор	Рівні	Шкала оцінювання							Рівні
		0	1	2	3	4	5	6	
Прибуток на вклад	низький								високий
Фінансова залежність	незбалансована		*						збалансована
Ліквідність	незбалансована				*				збалансована
Необхідний / наявний капітал	великий						*		малий
Поток коштів	слабкий				*				сильний
Легкість виходу з ринку	мала			*					велика
Ризик підприємства	великий		*						малий

Оцінивши експертним шляхом фактори фінансового потенціалу підприємства, розраховуємо середнє значення даного фактора:

$$FS = 1 + 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 / 7 = 3,14.$$

Отримавши середнє значення чотирьох факторів наносимо показники на осі координат. У результаті отримаємо чотирикутник одного із видів, показаних на рис. 1.

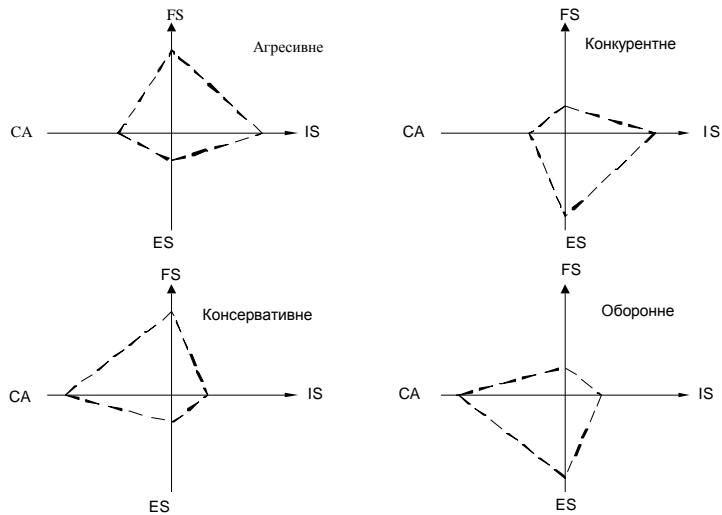


Рис. 1. Графічне зображення стратегічних станів

Якщо максимально віддаленою від центру координат є сторона в квадранті FS-IS, то підприємство знаходиться в агресивному стратегічному стані. Якщо максимально віддалена сторона в квадранті IS-ES, то підприємство знаходиться в конкурентному стратегічному стані. Якщо максимально віддалена сторона в квадранті CA-FS, то підприємство знаходиться в консервативному стратегічному стані. Якщо максимально віддалена сторона в квадранті CA-ES, то підприємство знаходиться в оборонному стратегічному стані.

Оцінивши значення кожного з чотирьох факторів та розрахувавши їх середнє значення, відложивши їх на осях координат (рис. 2), бачимо, що дане підприємство потрапило в квадрант агресивного стратегічного стану.

За підприємством, що аналізується матриця стратегічного стану має вигляд (рис. 2).

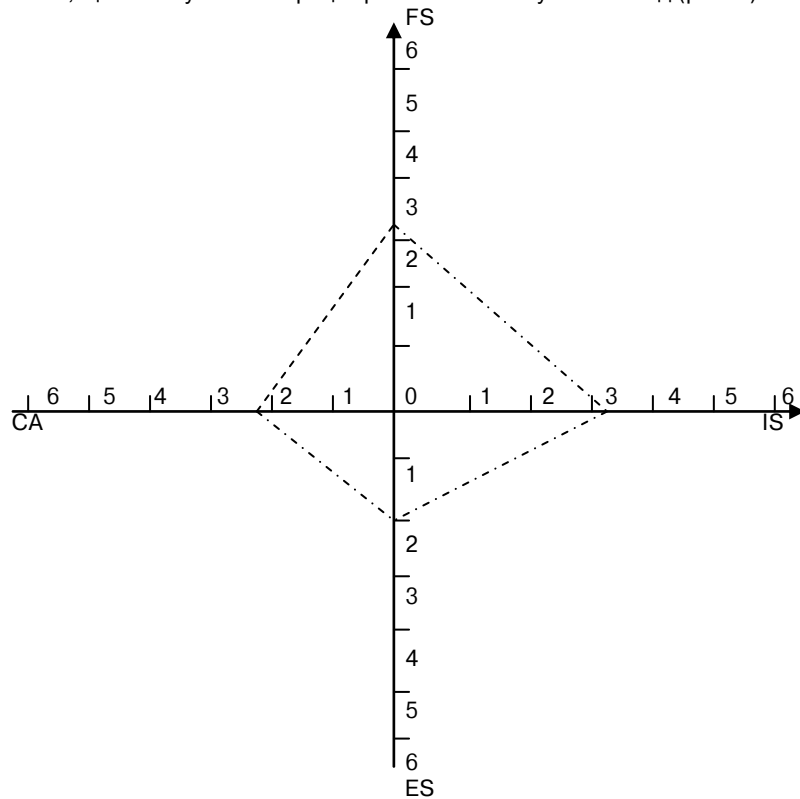


Рис. 2. Матриця стратегічного стану та оцінка дій

Даний стан підприємства є типовим з незначною невизначеною обстановкою. Можна сказати, що дане підприємство отримує значні конкурентні привілеї, які воно може зберігати та збільшувати.



вати за допомогою фінансового потенціалу. Загрози для підприємства в даному випадку незначні, але даному підприємству необхідно сконцентруватися на забезпеченні усіх інтересів.

Таким чином, можна зробити висновок, що для успішного розвитку даного підприємства необхідно розробити стратегічний план, що буде спрямований на виконання таких дій:

- розширення виробництва та продажу;
- цінова війна з конкурентами;
- освоєння нових секторів ринку;
- просування брендів.

Подальше дослідження передбачає розроблення науково-методичного забезпечення щодо аналізу антикризового потенціалу підприємства.

---

**Література:** 1. Белов О. В. Визначення фінансового потенціалу підприємства // Регіональні перспективи. – 2002. – №5(24). – С. 98 – 104. 2. Кунцевич В. О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №1 (43). – С. 68 – 74. 3. Майкл Мескон. Основы менеджмента: Глоссарий к книге. – СПб.: Питер, 2007. – 246 с. 4. Райзберг Б. Современный экономический словарь / Б. Райзберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева. – 3-е изд., перер. и допол. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 780 с. 5. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / Под общ. ред. А. Г. Грязновой. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 510 с. 6. Барнгольд С. Б. Copyright © Аналитический центр "Концепт", 10.02.2005 // www. ukr. net.

УДК 656.13

**Рибалка Є. А.**

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## **ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ БЮДЖЕТУВАННЯ НА АВТОДОРОЖНЬОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

В умовах ринку зростає значущість фінансового планування на мікрорівні, оскільки кожний крок підприємств пов'язаний з ризиком приносити доходи або витрати й має бути попередньо розрахований, обґрунтований у різних варіантах, перш ніж буде прийнято рішення.

Одним із найдієвіших підходів до удосконалення фінансового менеджменту є використання системи бюджетування.

Бюджетування – це адаптований до нових умов господарювання процес планування діяльності підприємства шляхом розробки системи взаємопов'язаних бюджетів, відмітною особливістю яких є орієнтація на ринкові потреби, а також чітке встановлення та постійне порівняння усіх видів фінансових витрат, джерел їх покриття та очікуваних результатів [1, с. 48].

Метою даної статті є формування механізму складання системи бюджетів і прогнозних форм звітності для автодорожнього підприємства.

Для вирішення завдання зі складання бюджету діяльності автодорожнього підприємства доцільно використовувати операційні бюджети:

- бюджет виробництва (продажів);
- бюджет прямих витрат на матеріали;
- бюджет прямих витрат на оплату праці;
- бюджет загальновиробничих накладних витрат;
- бюджет адміністративних або управлінських витрат.

Первинним розробляється так званий бюджет продажів, тобто базою для бюджету виробництва є пакет замовлень на виконання робіт, надання послуг. Інформація обробляється з урахуванням наступних застережень, до уваги приймаються показники минулих періодів у динаміці.

Продовженням виробничого бюджету є бюджети прямих витрат на матеріали, прямих витрат на оплату праці та загальновиробничих накладних витрат. Саме за елементами, які складають ці бюджети, здійснюється як контроль, так і планування операційної діяльності підприємства.

Необхідним доповненням до цих бюджетів в рамках операційної діяльності є бюджет управлінських витрат. Склавши до загалу ці бюджети, підприємство матиме змогу оперувати такими поняттями, як маржинальний та операційний прибуток. Ці показники є індикаторами ефективності поточної діяльності підприємства і саме вони потребують постійного моніторингу з боку управлінського персоналу [2, с. 14].

---

© Рибалка Є. А., 2008



Після розробки операційних бюджетів складаються такі фінансові бюджети:  
бюджет доходів і витрат (або звіт про прибутки і збитки);  
бюджет грошових коштів (руху грошових коштів);  
прогнозний баланс.

Визначившись з переліком бюджетів слід чітко ідентифікувати статті цих бюджетів. Тобто мова йде про необхідність визначення мінімальної одиниці деталізації фінансового плану. Наприклад, бюджет прямих витрат на матеріали може включати такі статті:

- пальне;
- мастильні та інші матеріали;
- запасні частини та матеріали;
- знос і ремонт автомобільної гуми;
- амортизація рухомого складу;
- технічне обслуговування і ремонт рухомого складу.

Після затвердження форматів операційних бюджетів слід визначити процедури порядку складання таких бюджетів. Тільки отримавши всю необхідну інформацію, яка має міститися у операційних бюджетах, можна складати три основні бюджети — бюджет доходів та витрат (або прогнозний звіт про прибутки і збитки), бюджет руху грошових коштів та баланс [3, с. 20].

При складанні бюджету продажів базисом повинен виступати загальний обсяг послуг, які підприємство планує надавати, і його розподіл усередині бюджетного періоду. Особливістю роботи автодорожніх підприємств є відсутність поняття "запаси готової продукції", а тому всі продажі є поточними.

Після цього варто розрахувати або прийняти відомі норми прямих витрат на одиницю продукції. Слід зазначити, що за відсутності інформації про норми прямих витрат на матеріали або витрат на оплату праці можна використовувати методи економіко-математичного моделювання. Так, дослідження на прикладі філії "Чугуївське ДЕП" довели існування тісного зв'язку між обсягом виконаних робіт і величиною прямих матеріальних витрат та витрат на оплату праці, що дозволяє застосувати кореляційно-регресійний метод при розрахунку цих витрат.

Складання бюджетів значною мірою обумовлено технологічними можливостями наявної служби бухгалтерського обліку та вимогами стандартів бухгалтерського обліку. Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність" [1] встановлено мінімальний звітний період на рівні кварталу. Однак, для цілей управлінського обліку така інформація вже буде "мертвою", тобто неактуальною, а навіть якщо її і можна буде використати, то результати побачимо лише через квартал. Оптимальним періодом вважається один місяць, однак використовуючи комп'ютеризовану систему управління ресурсами підприємства, можливо визначати собівартість навіть щоденно.

Базою для формування всіх бюджетів є розробка плану реалізації послуг, виконання робіт на бюджетний період. В економічних джерелах для розробки плану реалізації пропонується широкий спектр методів (кореляційно-регресійне моделювання, експонентне згладжування, екстраполяція та ін.), але на практиці найбільш достовірний прогноз одержують завдяки розрахунково-аналітичному методу планування. Цей метод полягає в тому, що на основі аналізу досягнутого розміру фінансового показника, прийнятого за основу, та індексів його зміни в плановому періоді розраховується плановий розмір цього показника. Даний метод планування широко застосовується в тих випадках, коли відсутні техніко-економічні нормативи, а взаємозв'язок між показниками може бути встановлений явно, на основі їх динаміки і зв'язків. В основі цього методу лежить експертна оцінка.

На основі планованих сум виручки і коефіцієнтів оплати за виконані роботи, послуги розраховується графік надходження грошових коштів. Цей бюджет є одним із найважливіших, адже в ньому визначається основна маса надходжень грошових коштів.

Надходження грошових коштів складаються з надходжень від погашення дебіторської заборгованості, яку підприємство мало на початок планового періоду, і надходження грошових коштів від поточної діяльності в плановому періоді. Графік складається з урахуванням коефіцієнтів оплати за товар. Зауважимо, що сума надходжень в майбутньому місяці заноситься до балансу на кінець поточного місяця як дебіторська заборгованість.

Графік платежів за матеріали будується на підставі суми закупівель і планованих коефіцієнтів оплати за матеріали. Коефіцієнти оплати за матеріали визначаються на підставі ув'язаних з поставальниками договорів або, у випадку їх відсутності, аналізу кредиторської заборгованості й передоплати за строками давнини.

Сума закупівель у бюджеті споживання матеріалів планується без ПДВ, а сума оплати в графіку платежів – з ПДВ.

Далі складається бюджет накладних витрат – це кількісне вираження планів відносно всіх витрат підприємства, пов'язаних з виробництвом продукції (виконанням робіт), за винятком прямих витрат на матеріали і оплату праці.

Виробничі накладні витрати включають постійну і змінну частини. Постійна частина (амортизація, поточний ремонт і т. д.) планується залежно від реальних потреб виробництва з використанням даних минулих періодів, а змінна частина використовує підхід, заснований на нормативах [4, с. 68].

При плануванні сплати накладних витрат із загальної суми витрат віднімається амортизація, бо вона є не грошовою статтею витрат. Сума ПДВ до відшкодування за накладними витратами планується окремо від суми витрат, оскільки при розрахунку собівартості ПДВ не враховується, а при плануванні оплат його слід врахувати.

Бюджет собівартості є розрахунковим, він формується на підставі даних щодо суми матеріальних витрат, витрат на оплату праці, бюджету накладних витрат.

У бюджеті управлінських витрат більшість витрат має постійний характер, змінна частина планується за допомогою нормативу, в якому базовим показником є обсяг виконаних робіт, послуг. У цьому бюджеті окремо планується сума нарахованих витрат без ПДВ для занесення у звіт про прибутки і оплати з ПДВ за врахуванням амортизації для занесення в бюджет руху грошових коштів [4, с. 73].

Склавши наведені вище операційні бюджети, можна переходити до процесу формування фінансових бюджетів. Схема формування фінансових бюджетів автодорожнього підприємства на підставі даних операційних бюджетів наведено на рисунку.

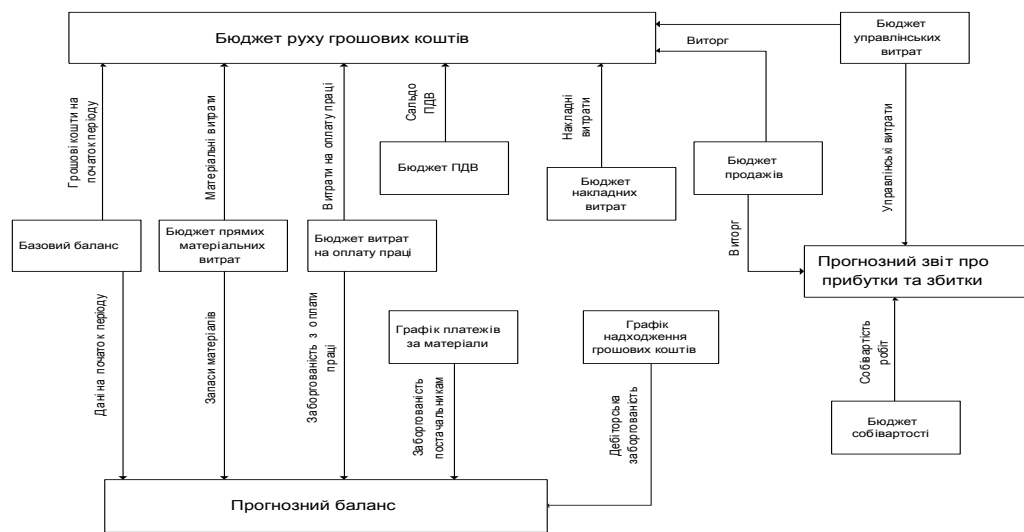


Рис. Схема формування фінансових бюджетів автодорожнього підприємства

Прогнозний звіт про прибутки і збитки необхідний, щоб визначити й урахувати виплату податку на прибуток у відтоку коштів у відповідному бюджеті. Такий звіт складається на основі даних бюджетів продажів, собівартості реалізованої продукції й поточних витрат, а також інформації про інші прибутки, витрати й величину податку на прибуток.

Бюджет ПДВ — плановий документ, у якому зводяться всі суми ПДВ до сплати й відшкодування з операційних бюджетів і визначається сальдо за платежами ПДВ.

Сальдо за платежами ПДВ розраховується як різниця між ПДВ отриманим і сплаченим. Якщо сальдо позитивне — підприємство має борг перед державою, якщо негативне — то навпаки.

При формуванні бюджету руху грошових коштів надходження і витрачання грошових коштів формується на підставі підсумкових сум операційних бюджетів (всі суми заносяться з ПДВ).

Позитивне сальдо ПДВ відображається в рядку "сплачено сальдо ПДВ" з урахуванням місячної відстрочки платежу (сума нараховується в поточному місяці, а сплачується в наступному), як і оплата праці основного персоналу і сума податку на прибуток.

Оплата праці, податку на прибуток і ПДВ в першому бюджетному місяці розраховується з початкового балансу (сума заборгованості на початок місяця).

Останнім формується прогнозовий баланс, який є формою фінансової звітності, що вміщує інформація про майбутній стан підприємства на кінець прогнозного періоду.

Прогнозовий баланс підприємства базується на непрямому методі розкриття планових джерел формування і надходження фінансових ресурсів та їх використання. Непрямий метод полягає у представленні зведених показників формування і використання фінансових ресурсів через приріст (збиток) активів, зобов'язань, власного капіталу [4, с. 79].

Особливостями формування прогнозного балансу є такі:

грошові кошти на кінець періоду розраховуються на підставі залишку на початок періоду і чистого грошового потоку;

рахунки дебіторів переносяться із графіка платежів покупців за роботи, послуги – сума продажів поточного місяця, яка оплачується в наступному;

запаси матеріалів планованого періоду розраховуються на підставі даних бюджетів споживання матеріалів і собівартості відповідно;

заборгованість постачальникам визначається із графіка платежів за матеріали за тим же принципом, що і рахунки до отримання;

заборгованість із заробітної плати визначається із бюджету оплати праці основного персоналу як сума нарахованої заробітної плати в поточному місяці (зарплата нараховується в поточному, а сплачується в наступному місяці);

заборгованість перед бюджетом за ПДВ і податок на прибуток визначається із бюджету ПДВ і прогнозного звіту про прибутки та збитки відповідно як сума, нарахована в поточному місяці; нерозподілений прибуток відображається в балансі із прогнозного звіту про прибуток.

Після формування зазначених бюджетів доцільно оцінити прогнозовий фінансовий стан за допомогою розрахунку коефіцієнтів, які характеризують фінансову стійкість, платоспроможність і рентабельність підприємства в прогнозованому році.

Разом з впровадженням механізму бюджетування на автодорожньому підприємстві очікуються такі позитивні зрушення, як підвищення фінансової об'єктивності прийнятих управлінських рішень на всіх рівнях керування; зростання ефективності використання наявних у розпорядженні підприємства і його окремих структурних підрозділів активів як у матеріальній, так і нематеріальній формах, а також ресур-



сів; зростання можливостей чіткої регламентації взаємин між підрозділами організації; підвищення рівня керуваності підприємства за рахунок жорсткості фінансової дисципліни, а також за рахунок сполучення стимулювання більш ефективної роботи структурних підрозділів в інтересах всієї організації.

Зважаючи на факт неподібності різних підприємств одне до одного, не існує готової форми або шаблону щодо застосування системи бюджетування. Але ефект від впровадження такої системи повною мірою компенсує понесені витрати на її впровадження завдяки створенню середовища, яке дозволяє уникати невизначеності при веденні діяльності на рівні планування.

**Література:** 1. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність" від 11 травня 2000 року №1707-III // [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua) 2. Бень Т. Г. Бюджетування як інструмент удосконалення фінансового менеджменту підприємств // *Фінанси України*. – 2000. – №7. – С. 48 – 55. 3. Білобловський С. В. Модель бюджетування операційних витрат на підприємстві (на прикладі автотранспортного підприємства) (Частина 1) // *Економіка, фінанси, право*. – 2004. – №8. – С. 7 – 15. 4. Киселева Т. К. Методическое пособие по расчету показателей финансового плана, формирование бюджета. – Запорожье: ЦНТЭИ, 2007. – 94 с. 5. Білобловський С. В. Модель бюджетування операційних витрат на підприємстві (на прикладі автотранспортного підприємства) (Частина 2) // *Економіка, фінанси, право*. – 2004. – №9. – С. 18 – 25. 6. Ковтун С. Бюджетування на сучасному підприємстві, чи як ефективно керувати фінансами: Метод. матеріал. – Харків: Фактор, 2005. – 322 с.

**Огієнко В. М.**

УДК 658.14

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ЗМІСТУ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Питання фінансового забезпечення завжди є актуальними в системі діяльності підприємства. Саме фінансове забезпечення є основою при створенні передумов для розвитку суб'єктів господарювання. Тому діяльність, спрямована на формування та оптимізацію джерел фінансування, є тим напрямом роботи на підприємстві, який вимагає особливої уваги і відповідного теоретичного та методичного забезпечення.

В умовах ринкової економіки важливим напрямом діяльності будь-якого підприємства має бути фінансова діяльність. Від неї багато в чому залежить своєчасність та повнота фінансового забезпечення виробничо-господарської діяльності та розвитку підприємства, виконання фінансових зобов'язань перед державою та іншими суб'єктами господарювання.

Дослідження теоретичних та методичних основ фінансової діяльності підприємства та системи управління фінансовою діяльністю дозволило виявити вчених, що зробили найбільш значний внесок в розкриття проблеми фінансової діяльності: О. Бандурка, М. Коробов., А. Поддєрьогін, О. Терещенко, Є. Стоянова та ін.

Управління процесами формування й використання централізованих і децентралізованих грошових фондів, які утворюються для опосередкування розподільних відносин на всіх стадіях суспільного відтворення, складає зміст фінансової діяльності як держави в цілому, так і окремих суб'єктів господарювання. Під кутом зору визначення фінансової діяльності підприємства як управлінської функції та її меж важливе значення має те, що розуміється під терміном "фінансові ресурси підприємства". Згідно з визначенням, наведеним О. М. Бандуркою, "фінансові ресурси підприємств – це грошові фонди цільового призначення, які формуються у процесі розподілу й перерозподілу національного багатства, сукупного суспільного продукту та національного доходу і використовуються у статутних цілях підприємств" [1, с.18].

У нормативних актах, науково-практичній літературі, безпосередньо в контексті фінансово-господарської діяльності підприємств, їх фінансовій звітності оперують дефініціями "фінансова діяльність", "інвестиційна діяльність" та "операційна діяльність" суб'єктів господарювання.

Згідно з П(С)БО, інвестиційна діяльність — це придбання та реалізація необоротних активів та фінансових інвестицій, які не є складовою еквівалентів грошових коштів. Отже, ця діяльність пов'язана з ефективним вкладенням залученого капіталу. Під інвестиційними можна розуміти всі вкладення підприємства (як довгострокового, так і поточного характеру), що здійснюються з метою забезпечення приросту вартості його майна. Дезінвестиції — це повернення (вивільнення) заморожених у конкретних майнових об'єктах коштів. Вони можуть здійснюватися через реалізацію чи ліквідацію фінансових інвестицій, необоротних активів, майнових комплексів.

© Огієнко В. М., 2008



Операційна діяльність — це основна діяльність підприємства, пов'язана з виробництвом та реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечує основну частку його доходу, а також інші види діяльності, які не підпадають під категорію інвестиційної чи фінансової діяльності (грошові надходження від продажу товарів, робіт, послуг; грошові виплати постачальникам за товари і послуги; грошові виплати з оплати праці; сплата податків).

Успішна інвестиційна та операційна діяльність можлива лише за наявності надійного фінансового фундаменту, тобто достатнього обсягу капіталу. Мобілізація підприємством необхідних для виконання поставлених перед ним планових завдань фінансових ресурсів називається фінансуванням. З іншого боку, система використання різних форм і методів для фінансового забезпечення функціонування підприємств та досягнення ними поставлених цілей називається фінансовою діяльністю [2]. Згідно з П(С)БО фінансова діяльність — це діяльність, яка веде до змін розміру і складу власного та позичкового капіталу підприємства (який не є результатом операційної діяльності). Отже, основний зміст фінансової діяльності (у вузькому розумінні) полягає у фінансуванні підприємства. Рух грошових коштів у результаті фінансової діяльності визначається на основі змін у статтях балансу за розділами: "Власний капітал"; "Довгострокові зобов'язання"; "Поточні зобов'язання". До типових прикладів руху коштів у результаті фінансової діяльності слід віднести: надходження власного капіталу; отримання позичок; погашення позичок; сплата дивідендів.

Фінансова діяльність (фінансування) має вирішальний вплив на процеси генерування вартості підприємства. Так, оптимізація структури капіталу (оптимізація фінансування) веде до зменшення затрат на його залучення і створює фінансову базу для успішної операційної та інвестиційної діяльності.

У теорії і практиці досить часто зміст фінансової діяльності трактується ширше, ніж фінансування. У широкому значенні під фінансовою діяльністю розуміють усі заходи, пов'язані з мобілізацією капіталу, його використанням, примноженням (збільшенням вартості) та поверненням. Інакше кажучи, фінансова діяльність (у широкому розумінні) включає весь комплекс функціональних завдань, здійснюваних фінансовими службами підприємства і пов'язаних з фінансуванням, інвестиційною діяльністю та фінансовим забезпеченням (обслуговуванням) операційної діяльності суб'єкта господарювання. Узагальнення визначень фінансової діяльності підприємства наведено на рисунку.

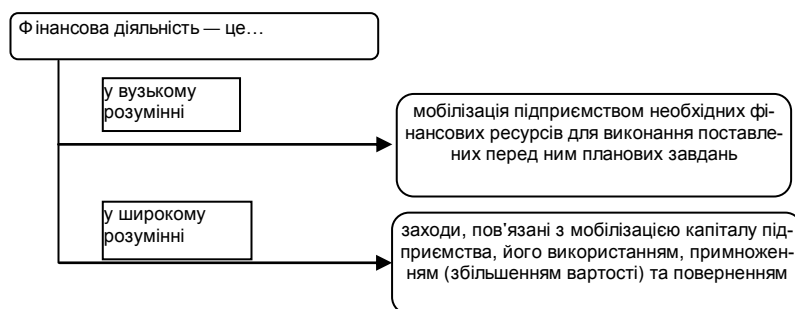


Рис. Визначення змісту фінансової діяльності підприємства

Процес управління фінансовою діяльністю на підприємстві характеризує поняття "фінансовий менеджмент". Він включає такі основні фази: планування, управління імплементацією, контроль. Фінансовий менеджмент — це цілеспрямоване управління всіма грошовими потоками на підприємстві, тобто процес управління формуванням, розподілом та використанням фінансових ресурсів суб'єкта господарювання з метою досягнення фінансово-економічних цілей підприємства.

Зміст управління фінансовою діяльністю полягає у виробленні управлінських рішень щодо найефективнішого використання фінансового механізму для досягнення тактичних і стратегічних завдань підприємства.

Питання управління фінансовою діяльністю мають бути першочерговими при формування стратегічних та тактичних управлінських рішень.

**Література:** 1. Бандурка О. М. Фінансова діяльність підприємства: Підручник / О. М. Бандурка, М. Я. Коробов, П. І. Орлов, К. Я. Петрова. — К.: Либідь, 1998. — 312 с. 2. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: навч. Посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 554 с. 3. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. посібник — К.: Тов. "Знання", КОО, 2000. — 368 с. 4. Фінансовый менеджмент: теория и практика. Учебник / Под ред. Е. С. Стояновой. — М.: Перспектива, 1998. — 656 с. 5. Финанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. — 2-ге вид., перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 1999. — 368 с. 6. Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / А. М. Поддєрьогін, Л. Д. Буряк, Н. Ю. Калач. — К.: КНЕУ, 2001. — 294 с.

Студент 5 курсу  
 фінансового факультету ХНЕУ

## МОДЕЛЮВАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ОЗНАК ТА ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки одним із пріоритетів державної політики є оздоровлення господарського середовища. Від діяльності держави за цим напрямом залежить, насамперед, поліпшення бізнес-середовища та інвестиційного іміджу країни [1]. Наприклад, цьому сприяє ефективне функціонування інституту банкрутства [2 – 5]. Можна стверджувати, що він є невід'ємним атрибутом механізму державного регулювання економіки, а процедура банкрутства використовується для очищення ринку від неефективних суб'єктів господарської діяльності. Якщо ж економіка виводиться з кризового стану, то потрібний механізм противаги, спрямований на відновлення платоспроможності підприємств-боржників. Для цього необхідно визначити ймовірність банкрутства стратегічних, містоутворюючих та соціально важливих підприємств, заздалегідь застосовувати заходи з випереджувальної фінансової санації та організаційної реструктуризації. Зокрема, відновленню платоспроможності підприємств сприяє Закон України від 30 червня 1999 р. №784-XII "Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом".

Щоб більш результативно запобігати банкрутству, необхідно вирішити завдання запровадження ефективних, адаптованих до вітчизняних умов механізмів визначення ймовірності банкрутства ще до виникнення явних ознак неплатоспроможності підприємства [6; 7], у чому й полягає мета роботи.

Аналіз літературних джерел [2 – 10] показує, що у даний час найбільш широкого застосування набули такі методичні підходи до побудови методів прогнозування банкрутства:

визначення незадовільної структури бухгалтерського балансу підприємства за допомогою методів коефіцієнтного аналізу [2; 3], формування комплексної бальної оцінки фінансового стану підприємства [11], визначення рейтингового числа [12], інтегральної рейтингової оцінки підприємства [8] тощо;

система показників У. Бівера для оцінки фінансового стану з метою діагностики банкрутства [6; 13] та інші подібні системи показників;

моделі інтегральної оцінки загрози банкрутства підприємства, засновані на обліку найважливіших показників, що допомагають виявити кризовий фінансовий стан підприємства, двофакторна модель [6], Z-рахунки Е. Альтмана [14], спеціальні багатофакторні регресійні моделі на основі використання прийомів статистичного методу, який називають "аналізом множинних дискримінант", тощо [15].

Зауважимо, що коефіцієнт У. Бівера базується на інваріантному аналізі і був розроблений ще у 1966 р., а з того часу з'явилося чимало нових методичних підходів до побудови моделей, що застосовуються для виявлення ймовірності банкрутства: багатофакторна регресія, дискримінантний аналіз, логістична регресія та аналіз ризиків (hazard analysis) [15]. Деякі із зазначених методичних підходів критично проаналізовані у статтях [6; 7].

Проте ще рано стверджувати про повне вирішення проблеми. Наприклад, у праці У. Бівера [15] розглядається принципово нова модель:

$$\ln h_j(t) = \alpha(t) + BX_j(t), \quad (1)$$

де  $h_j(t)$  – показник ризику банкрутства для компанії  $j$  на момент часу  $t$ ;

$B$  – вектор постійних коефіцієнтів;

$X_j$  – матриця спостережень фінансових коефіцієнтів, що змінюються з часом.

Як фінансові коефіцієнти використовуються показники ROA (відношення чистого прибутку до вартості повних активів), LTA (відношення повних зобов'язань до вартості повних активів) та ETL (відношення прибутку до сплати податків, відсотків, обліку знецінювання плюс амортизація /EBITDA/ до вартості повних активів).

Авторами була запропонована загальна формула для побудови інтегрального показника – індикатора фінансового стану підприємства [16]:

$$I = k_1^{\gamma_1} k_2^{\gamma_2} \dots k_n^{\gamma_n} = \prod_{i=1}^n k_i^{\gamma_i}, \text{ при } \sum_{i=1}^n \gamma_i = 1, \quad (2)$$

де  $k_i$  – індекс  $i$ -го ключового фінансового коефіцієнта – відношення поточної фактичної величини фінансового коефіцієнта до його критичної (нормативної, середньогалузевої або середньої для групи підприємств) величини;

$\gamma_i$  – показник вагомості (значущості)  $i$ -го ключового фінансового коефіцієнта, у частках одиниці;

$n$  – загальна кількість фінансових коефіцієнтів, визначених як ключові для оцінки фінансового стану та прогнозування ймовірності банкрутства підприємства.

У зв'язку з тим, що запропонована формула має спільні риси з формулою (1), оскільки  $\ln I = \gamma_1 \ln k_1 + \gamma_2 \ln k_2 + \dots + \gamma_n \ln k_n$ , можна застосувати формулу (2) для аналізу фінансового стану вітчизняних підприємств. Зокрема, практична формула матиме такий вигляд:

$$I_x = K_K^{-0,678} K_D^{2,178} K_R^{-0,5}, \quad (3)$$

де  $I_x$  – індекс інтегрального показника – індикатора фінансового стану підприємства;

$K_K$  – індекс коефіцієнта поточної ліквідності (відношення поточної фактичної величини коефіцієнта до його критичної (нормативної) величини, що дорівнює 1,5);

$K_D$  – індекс частки позикових коштів у пасивах підприємства (відношення поточної частки позикових коштів до її критичної (нормативної) величини, що дорівнює 0,6);

$K_R$  – індекс показника валової рентабельності активів підприємства.

Показник валової рентабельності активів підприємства обчислювався за такою формулою:

$$R = ((\text{Чистий прибуток} + \text{Амортизація}) / \text{Середня вартість активів}) \times 100\%. \quad (4)$$

Індекс показника валової рентабельності активів підприємства розраховувався за формулою:

$$K_R = \frac{100 + R}{100 + 5}, \quad (5)$$

де  $R$  та  $5$  – відповідно поточна та критична (нормативна) величина валової рентабельності активів підприємства, %.

Для моделі (3) за методикою [16] визначені такі інтервали оцінки ймовірності банкрутства:

$I_x < 0,20$  – ймовірність банкрутства мала (менше 25%);

$0,20 \leq I_x \leq 0,40$  – ймовірність банкрутства середня (50%);

$0,40 < I_x \leq 1,00$  – ймовірність банкрутства підвищена (до 75%);

$I_x > 1,00$  – ймовірність банкрутства велика (до 100%).

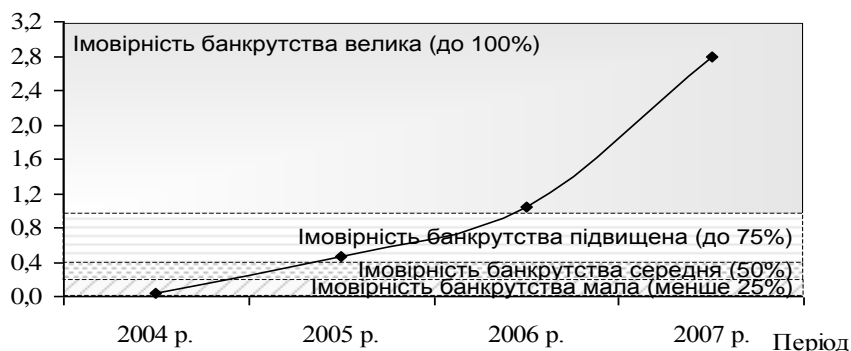
Результати розрахунків інтегрального показника – індикатора фінансового стану ТОВ "Інтерпрокат" подано у таблиці.

Таблиця

**Динаміка фінансових індексів та рівня інтегрального показника – індикатора фінансового стану ТОВ "Інтерпрокат"**

Індекс	Значення за роками			
	2004	2005	2006	2007
індекс коефіцієнта поточної ліквідності ( $K_K$ )	0,75	0,59	0,32	0,17
індекс частки позикових коштів у пасивах ( $K_D$ )	0,18	0,58	0,68	0,87
індекс показника валової рентабельності активів ( $K_R$ )	0,93	0,91	0,81	0,79
інтегральний індекс ( $I_x$ )	0,03	0,46	1,04	2,80

Графічне зображення динаміки інтегрального показника – індикатора фінансового стану ТОВ "Інтерпрокат" подано на рисунку.



**Рис. 1. Динаміка індикатора фінансового стану**

Отже, як видно з рисунка, якщо у 2004 р. ТОВ "Інтерпрокат" мало ще малу ймовірність банкрутства (менше за 25%), то у 2005 р. ймовірність банкрутства підприємства – була підвищеною, а упродовж 2006 – 2007 рр., коли значення індикатора фінансового стану сягнуло вище одиниці, ймовірність банкрутства мала стовідсоткову величину.

Таким чином, виявлені методологічні переваги апробованої у роботі моделі інтегрального показника – індикатора фінансового стану підприємства – дозволяють рекомендувати її для практичного застосування. У методичному відношенні ця модель має певні переваги. По-перше, її незалежні показники-аргументи введені мультиплікативно, тому ймовірності підвищення (зниження) ризику банкрутства, які містять показники-аргументи, перемножуються, а не додаються, що відповідає вимогам теорії ймовірності. По-друге, показники степеня моделі є показниками еластичності, які інформують, на скільки відсотків підвищиться функціонально залежний інтегральний показник при зростанні індексу показника – аргументу на один відсоток.



Подальший напрямок дослідження полягає у вивченні можливості визначення характеристик еластичності, якими є показники степеня апробованої у роботі моделі, методом аналогії та логічними методами, а не тільки методами, математико-статистичного аналізу.

**Література:** 1. Поліпшення бізнес-середовища в Україні: Аналіт. доп. – К.: Міжнар. центр перспективних дослідж., 2004. – 66 с. 2. Клебанова Т. С. Банкрутство і санація підприємства: теорія і практика кризового управління / Т. С. Клебанова, О. М. Бондар, О. В. Мозенков. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. – 272 с. 3. Бірюков О. Банкрутство: Курс лекцій. – К.: Реферат, 2004. – 240 с. 4. Реформа системи банкрутства в Україні / За ред. О. Г. Тарасенка. – К.: Преса України, 2000. – 528 с. 5. Терещенко О. О. Фінансова санація та банкрутство підприємства. – К.: КНЕУ, 2000. – 412 с. 6. Крюков А. Ф. Анализ методик прогнозирования кризисной ситуации коммерческих организаций с использованием финансовых индикаторов / А. Ф. Крюков, И. Г. Егорычев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 2. – С. 18 – 20. 7. Пареная В. А. Экспресс-оценка вероятности банкротства предприятия / В. А. Пареная, И. А. Долгалев // Аудит и финансовый анализ. – 2002. – № 2. – С. 21 – 27. 8. Бень Т. Г. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємства / Т. Г. Бень, С. Б. Добня / Фінанси України, 2002. – № 6. – С. 53 – 60. 9. Федотова М. А. Как оценить финансовую устойчивость предприятия // Финансы. – 1995. – № 6 – С. 12 – 15. 10. Философов Л. Мониторинг финансового состояния организаций // Антикризисное управление. – 2000. – Вып. 5 – 6. // <http://www.accom.ru>. 11. Романов А. Н. Автоматизация аудита / А. Н. Романов, Б. Е. Одинцов. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1999. – 336 с. 12. Ковалев В. В. Финансы предприятий. Учеб. пособие. – М.: ООО "ВИТ + РЭМ", 2002. – 352 с. 13. Beaver W. Financial Ratios as Predictors of Failure // Journal of Accounting Research. – 1966. – No. 4. – P. 71–111. 14. Altman E. I. Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy // Journal of Finance. – 1968. – Vol. 23. – No.4. – P. 589 – 609. 15. Beaver W. H. Have Financial Statements Become Less Informative? Evidence from the Ability of Financial Ratios to Predict Bankruptcy (February 2, 2005) / W. H. Beaver, M. F. McNichols, Jung-Wu Rhie // [http://papers.ssm.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=634921](http://papers.ssm.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=634921). 16. Каложний В. В. Методи визначення ймовірності банкрутства підприємств / В. В. Каложний, Н. Я. Михаліцька // Ринкова трансформація економіки: Зб. наук. пр. – 2003. – Вип. 7. – С. 89 – 99.

**Малік К. В.**

УДК 338.512

Студент 5 курсу  
фінансового факультету ХНЕУ

## АНАЛІЗ МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО РОЗПОДІЛУ ПОСТІЙНИХ ВИТРАТ

Собівартість продукції є одним з ключових економічних показників ефективності діяльності підприємства, що характеризує ефективність управління витратами. Собівартість – це витрати підприємства, які безпосередньо пов'язані з виробництвом, придбанням та реалізацією продукції, виконанням робіт та послуг [1, с. 35].

Групування витрат за калькуляційними статтями дозволяє визначити призначення витрат та їх роль, організувати контроль над витратами, виявляти якісні показники господарської діяльності як підприємства в цілому, так і його окремих підрозділів, встановлювати, за якими напрямками необхідно вести пошук шляхів зниження витрат виробництва. На підставі цього групування будується аналітичний облік витрат на виробництво, складається планова та фактична калькуляція собівартості окремих видів продукції.

Важливе значення при виборі системи обліку та калькулювання має групування витрат за обсягом виробництва. За даною ознакою витрати підрозділяються на постійні й змінні.

Змінними називаються витрати, величина яких змінюється разом зі зміною обсягу виробництва. До них відносять витрати сировини та матеріалів, палива та енергії на технологічні цілі, заробітну плату виробничих робітників та ін.

До постійних відносять витрати, величина яких не змінюється або несуттєво змінюється при зміні обсягу виробництва. До них можна віднести загальногосподарські витрати та ін. [2].

При складній цеховій структурі та багатомономенклатурному виробництві на підприємстві розподіл постійних витрат відбувається в кілька етапів з використанням відповідної бази розподілу.

На першому етапі весь масив постійних витрат підприємства розподіляється між виробничими підрозділами.

На другому етапі сумарні постійні витрати виробничих підрозділів розподіляються на об'єкти калькуляції (продукцію) [1].

При помилках у виборі бази розподілу часто виникають помилки, пов'язані з викривленням собівартості.

Причина таких викривлень полягає в тому, що використовується база розподілу витрат не відповідає реальним причинно-наслідковим зв'язкам між витратами та кінцевими об'єктами фінансових результатів.

Тому, що умовний розподіл витрат, який використовується в традиційних системах, не дозволяє точно розрахувати собівартість на підприємстві з переважаючою кількістю бізнес-процесів.

© Малік К. В., 2008

Очевидно, що для різних продуктів, вироблених на одному підприємстві, співвідношення постійних витрат зі змінними основними у структурі собівартості може бути різним. Чим більше величина таких розходжень у структурі собівартості продукції на підприємстві, тим сильніше викривляється собівартість даної продукції при її розрахунку традиційним методом.

Припустимо, що базою розподілу всіх постійних витрат є розподіл постійних витрат пропорційно маржинальному доходу. Тому доцільно використовувати різні бази розподілу непрямих витрат для різних видів продукції. Проведено розрахунок фінансових результатів підприємства за трьома варіантами розподілу постійних витрат підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

**Розподіл постійних витрат пропорційно основній заробітній платі робітників, зайнятих у виробництві (Варіант 1)**

	Продукція 1	Продукція 2	Продукція 3
Змінні витрати на м <sup>3</sup> , грн	545,58	661,34	644,06
Частка зарплати основних робітників	0,29	0,36	0,35
Постійні витрати розподілені на обсяг виробництва, грн	4 068 926,35	4 932 262,32	4 803 343,06
Обсяг виробництва, м <sup>3</sup>	86 405,00	13 874,00	21 615,00
Постійні витрати на м <sup>3</sup> , грн	47,09	355,50	222,22
Собівартість, грн	592,67	1 016,84	866,28
Рентабельність продажів	10,75%	-2,28%	2,47%

При розподілі витрат пропорційно основній заробітній платі робітників, зайнятих у виробництві, (табл. 2) маємо такі значення показників рентабельності продажів з виробництва: продукція 1 – 10,75%, продукція 2 – 2,47%, а виробництво 3 є нерентабельним.

Таблиця 2

**Розподіл постійних витрат пропорційно обсягу реалізації в грошовому обчисленні (Варіант 2)**

	Продукція 1	Продукція 2	Продукція 3
Змінні витрати на м <sup>3</sup> , грн	545,58	661,34	644,06
Частка витрат	0,63	0,15	0,21
Постійні витрати розподілені на обсяг виробництва, грн	8 764 744,06	2 107 063,47	2 932 724,21
Обсяг виробництва	86 405,00	13 874,00	21 615,00
Постійні витрати на м <sup>3</sup> , грн	101,44	151,87	135,68
Собівартість м <sup>3</sup> , грн	647,02	813,21	779,74
Рентабельність продажів	2,56%	18,20%	12,21%

Аналізуючи результати при розподілі витрат пропорційно обсягу реалізації в грошовому обчисленні (варіант 2) бачимо, що випуск продукції є рентабельним і має такі значення показників рентабельності: продукція 1 – 2,56%, продукція 2 – 18,20% та продукція 3 – 12,21%. На даному етапі розрахунків цей варіант є найбільш оптимальним для розподілу витрат підприємства. Останнім для розрахунку розподілу витрат є розподіл постійних витрат пропорційно маржинальному доходу (табл. 3).

Таблиця 3

**Розподілу постійних витрат пропорційно маржинальному доходу (Варіант 3)**

	ЦФВ "БСУ"	ЦФВ "ФАУ"	ЦФВ "НЛ"
Змінні витрати на м <sup>3</sup> , грн	545,58	661,34	644,06
Частка маржинального доходу	0,51	0,23	0,26
Постійні витрати розподілені на обсяг виробництва, грн	7 010 324,85	3 171 889,65	3 622 317,24
Обсяг виробництва	86 405,00	13 874,00	21 615,00
Постійні витрати на м <sup>3</sup> , грн	81,13	228,62	167,58
Собівартість м <sup>3</sup> , грн	626,71	889,96	811,64
Рентабельність продажів	5,62%	10,48%	8,62%

Розглянувши третій варіант розподілу постійних витрат, бачимо, що вся продукція рентабельна. По продукції 1 рентабельність вище, ніж у варіанті 2 майже вдвічі і складає 5,62%, але ж по продукції 1 та продукції 3 рентабельність значно менша і складає 10,48% та 8,62% відповідно.

Отже, неприйнятним для даного підприємства є розподіл витрат пропорційно основній заробітній платі робітників, зайнятих у виробництві. Відповідно підприємству необхідно обрати розподіл постійних витрат або пропорційно обсягу реалізації в грошовому обчисленні або маржинальному доходу, що дасть можливість для зменшення собівартості продукції та для ефективного управління фінансовими результатами. Таким чином, використання адекватної бази розподілу витрат дасть можливість отримати більш точні показники фінансових результатів та підвищить якість прийняття управлінських рішень.

**Література:** 1. Ковтун С. Управління затратами / С. Ковтун, Н. Ткачук, С. Савлук. – Харків: Фактор, 2007. – 272 с. 2. Ефимова О. В. Финансовый анализ. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Бухгалтерский учет, 2002. – 528 с. 3. Крылов Э. И. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия / Э. И. Крылов, В. М. Власова, М. Г. Егорова, И. В. Журавкова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 192 с.

# Зміст

<b>Лисенко О. А.</b> Оптимізація збутової політики сучасного підприємства.....	3
<b>Третяк Д. В.</b> Проблеми оцінки людського капіталу.....	4
<b>Милинтеева О. В.</b> Современные виды маркетинга.....	5
<b>Бондаренко Е. А.</b> Сетевой маркетинг как универсальный метод управления бизнесом.....	7
<b>Федяева В. Ю.</b> Анализ возможности использования различных видов транспорта в хозяйственной деятельности промышленных предприятий .....	9
<b>Машков М. О.</b> Використання систем автоматизації управління логістичними процесами для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств .....	11
<b>Григорова В. Ю.</b> Преимущества использования элементов логистики в деятельности промышленных предприятий.....	12
<b>Дубровский В. І.</b> Використання торговельної логістики в експортній діяльності підприємств України.....	13
<b>Демченко Т. В.</b> Господарська діяльність вітчизняних промислових підприємств в умовах макрологістичної глобалізації.....	15
<b>Гулякина Д. И.</b> Специалисты в сфере логистики: спрос и предложение в Харьковской области.....	16
<b>Обламская Н. А.</b> Анализ развития использования элементов логистики в Украине на примере фармацевтической отрасли.....	19
<b>Онанко Е. А.</b> Анализ системы поставок и хранения энергетических запасов в Украине.....	22
<b>Шматченко Ж. С.</b> Контроль розрахунків з бюджетом – запорука економічної безпеки діяльності підприємств.....	23
<b>Світлична Т. В.</b> Комерційне найменування як об'єкт права інтелектуальної власності.....	25
<b>Герасимова К. С.</b> Механізми управління інформаційною безпекою підприємства.....	27
<b>Яковлев Є. С.</b> Проблеми і перспективи розвитку металургійної промисловості України.....	29
<b>Селіхов А. В.</b> Проблеми бізнесу в Україні.....	29
<b>Жернова А. О.</b> Сучасна система освіти і економічне зростання в Україні.....	30
<b>Чухланцева Ю. А.</b> Роль інформації на фондовому ринку України.....	31
<b>Острянин І. Ю.</b> Людський капітал – основа формування нової економічної моделі України.....	32
<b>Гнатишина Н. І.</b> Розміщення продуктивних сил в Україні.....	33
<b>Лисенко В. С., Гуляева Д. О.</b> Вирішення проблеми зменшення робочої сили України.....	34
<b>Березіна М. О.</b> Роль корпоративних структур у формуванні інноваційного розвитку України.....	35
<b>Макарова І. О.</b> Роль і розвиток людського капіталу в умовах сучасності.....	36
<b>Терновська М. О.</b> Націоналізм та патріотизм: розмежування понять .....	37
<b>Дзюба А. М.</b> Ефективне управління організаційною культурою – запорука успішної діяльності організації.....	39
<b>Зубко Н. А.</b> Основные направления усовершенствования управленческой деятельности на основе процессного подхода.....	40
<b>Гурькова Ю. С.</b> Розробка критерію для визначення стадії життєвого циклу соціально-економічної організації на основі коефіцієнта автономії.....	41

<b>Карабиневи́ч О. Н.</b> Проблема внедрения электронного правительства в Украине.....	42
<b>Сизов В. В.</b> Проблемы экономической безопасности в Украине.....	44
<b>Чередниченко Е. А.</b> Рынок нефти в Украине.....	45
<b>Лучко М. А.</b> Задачи и проблемы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности Украины.....	47
<b>Шахінова Г. С.</b> Сучасні погляди на регулювання оплати праці керівників акціонерних товариств і державних підприємств.....	48
<b>Гринченко А. Ю.</b> Фактор времени как конкурентное преимущество предприятий, создаваемое логистикой.....	50
<b>Тагірова И. М.</b> Эффективные коммуникации – основа успешного функционирования организации.....	51
<b>Бойко О. О., Брек К. І.</b> Роль держави у підтримці мовної освіти українців у світових діаспорах.....	53
<b>Ворона О. В.</b> Функціонування сленгу в сучасній українській мові.....	54
<b>Сталева В. О.</b> Напрями діяльності місцевих органів влади у вирішенні питань соціально-економічного розвитку.....	56
<b>Толок М. О.</b> Проблеми сучасного стану мови ЗМІ.....	57
<b>Кузьмін М. О.</b> Субстантивні одиниці у творчості Олесь Гончара (на матеріалі творів "Собор" та "Далекі вогнища").....	59
<b>Семешкін С. М.</b> Концептуальні основи "Історії Слобідської України" Д. Багалія.....	60
<b>Лук'янчикова А. С., Семенський М. В.</b> Репресивний характер політики на селі в 1932 – 1933 роках.....	61
<b>Носова А. А.</b> Состояние и перспективы сотрудничества Украины и России в энергетической сфере по итогам 2007 года.....	62
<b>Твердохлеб А. Ю.</b> Актуальность лизинга в условиях транзитивной экономики.....	64
<b>Бибик А. А.</b> Оптимизация размещения свободных резервов страховых компаний.....	66
<b>Яковенко В. С.</b> Особенности культур Франции и Великобритании.....	68
<b>Аніщенко М. Г.</b> Бухгалтерський облік як джерело інформації фінансового аналізу дебіторської та кредиторської заборгованості підприємства.....	70
<b>Руденко А. Н.</b> Уценка товаров на предприятиях розничной торговли.....	71
<b>Костюк Ю. К.</b> Використання платіжних карток у відрядженнях.....	72
<b>Сизова В. С.</b> Факторы экономического роста общественного производства.....	73
<b>Зеленский А. Н.</b> Сравнительный анализ рыночных структур в экономике государства.....	74
<b>Глущенко А. М.</b> Історія Слобідської України в працях Дмитра Івановича Багалія.....	75
<b>Чухрай І. В.</b> Висвітлення Д. І. Багалієм історії української культури.....	76
<b>Сінельченко М. В.</b> Українство та Д. І. Багалій.....	77
<b>Баличев М. Д.</b> Громадсько-політична діяльність Д. І. Багалія в Державних думах Російської імперії.....	78
<b>Москаленко М. О.</b> Діяльність Д. І. Багалія з утворення Харківської громадської бібліотеки та Харківського архіву.....	79
<b>Смирнова Ю. К.</b> Анализ факторов развития сельского хозяйства Украины.....	80
<b>Борисова Е. А.</b> Анализ структурных особенностей развития транспортной системы Украины.....	82
<b>Шелехань О. Ю.</b> Виставкова діяльність як важливий інструмент маркетингових комунікацій.....	83
<b>Старостенко О. М.</b> Аналіз стану та проблемні питання удосконалення системи соціального страхування з тимчасової втрати працездатності на регіональному рівні.....	84



<b>Мальшева Е. М.</b> Бренды коммерческих банков Украины, их оценка и использование в современных экономических условиях.....	86
<b>Жихарева Г. І.</b> Удосконалення інвестиційної та інноваційної сфер діяльності в аграрному секторі економіки України.....	87
<b>Кобеньяк А. А.</b> Методическое обеспечение анализа финансового состояния предприятия.....	89
<b>Грущенко М. О.</b> Сучасні напрями вдосконалення оцінки персоналу .....	90
<b>Гринь О. П., Дрозд В. С.</b> Дослідження комплексу методів економічного аналізу.....	91
<b>Дідух В. В.</b> Формування комплексу методів економічного аналізу.....	94
<b>Голякова К. В.</b> Формування системи показників для оцінки та аналізу конкурентоспроможності підприємства.....	96
<b>Турик О. С.</b> Теоретичні основи дослідження виробничої програми підприємства.....	98
<b>Старокожко Т. Ю.</b> Три кита успешной рекламной кампании.....	99
<b>Жовтий А. І.</b> Визначення кластерів банків, що мають стійкий дохід.....	101
<b>Беседовская Т. Б.</b> Оптимизация инновационной деятельности с использованием теории матричных игр.....	103
<b>Місєвра В. Ю.</b> Скільки коштує кредит.....	105
<b>Локтева Ю. Г.</b> Удосконалення класифікації заходів підвищення ефективності використання обігових коштів підприємства.....	107
<b>Рикова Н. О., Чорна А. І.</b> Аналіз видатків бюджету в історичному аспекті .....	109
<b>Галеєва Н. С.</b> Удосконалення підходів до оцінки абсолютної ефективності інвестиційних проектів .....	110
<b>Грищенко Є. В.</b> Порівняння банків за умовами кредитування.....	115
<b>Лимаренко Н. К.</b> Аналіз результатів міжбюджетного регулювання у Харківській області.....	117
<b>Березкіна С. С.</b> Іпотечне кредитування: закордонний досвід та перспективи розвитку.....	118
<b>Найдонова К. В.</b> Актуалізації періодичності розрахунку індикаторів фінансової безпеки підприємства.....	120
<b>Мудра Н. Ю.</b> Оптимізація джерел фінансування оборотного капіталу за критерієм максимізації рівня рентабельності власного оборотного капіталу.....	123
<b>Моргуненко Н. В.</b> Моделювання доданої вартості в прибутку підприємства.....	126
<b>Онопко А. М.</b> Управління фінансовим потенціалом підприємства за методикою SPACE.....	130
<b>Рибалка Є. А.</b> Формування механізму бюджетування на автодорожньому підприємстві.....	133
<b>Огієнко В. М.</b> Особливості визначення змісту фінансової діяльності підприємств.....	136
<b>Моїсєєва Н. М.</b> Моделювання визначення ознак та ймовірності банкрутства підприємства.....	138
<b>Малік К. В.</b> Аналіз методичних підходів до розподілу постійних витрат.....	140