

*Управління
розвитком*
Харківський національний
економічний університет

*Міжнародна науково-практична конференція
"Сучасні технології менеджменту:
проблеми теорії та практики"*

*Секція 1
"Управління підприємством
та його підсистемами"*

23 – 24 жовтня 2008 року

*Збірник наукових статей
видається 2 рази на рік*

№ 17', 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 №4 від 10.11.2008 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 **Седова Л. М.**

Редактори: **Дуднік О. М.**

Голінська О. Г.

Грицай І. М.

Комп'ютерна верстка **Копитько Н. О.**

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 12.12.2008 р.

Формат 84×108 1/16. Панір MultiCopy.

Ум.-друк. арк. 26,0. Обл.-вид. арк. 32,76. Тираж 500 прим. Зам. № 882.

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

Зміст

Секція 1 "Управління підприємством та його підсистемами"

Антонець О. О. Аналіз проблем упровадження бюджетного управління на підприємстві.....	5
Ачкасова С. А. Структурно-функціональне моделювання формування антикризової програми підприємства.....	8
Бахмане Л. И. Маркетинговые управленческие решения: новые технологии и возможности.....	11
Болдир Г. М. Сучасні тенденції інституціоналізації представництва інтересів підприємництва в органах державної влади.....	15
Бровко К. М. Проблеми формування кредитного портфеля підприємства.....	18
Buslaeva A. V. Anticrisis management as the tool of guarantee of socio-economic stability of the enterprise.....	20
Веретенникова Г. Б. Методичний підхід до організації економічної безпеки підприємства.....	23
Власюк В. Є. Наукові концепції управління економічною системою: сутність і тенденції розвитку.....	25
Воронков Д. К. Зміни як умова інноваційного розвитку промислового підприємства.....	28
Воронкова А. Е., Амеліна І. В. Інноваційний розвиток системи організаційної поведінки підприємства.....	30
Воронкова А. Е., Хомош Ю. С. Необхідність формування екологічної культури промислових підприємств.....	32
Галенін Р. В. Оцінка ефективності сільськогосподарських підприємств Сумської області.....	35
Галушка В. В. Аспекты использования интегральных методов в финансовом анализе.....	38
Герасимова О. Л., Фісуненко П. А. Управління ризиками та змінами в інвестиційних проектах.....	40
Гришко Н. В., Куденко М. С. Проблеми обліку витрат у системі управління підприємством в умовах глобалізації економіки.....	43
Деренська Я. М. Упровадження імітаційного моделювання в практику проектного менеджменту.....	45
Дефорж С. Ю. Об особенностях функционирования института управления предприятиями в модели социального рыночного хозяйства.....	48
Дзьобко І. П. Концепція логістико-орієнтованого управління розвитком підприємства.....	51
Дзьобко І. П., Стойкова М. О. Сучасні парадигми логістики в системі менеджменту.....	54
Должикова А. П. Производственная функция на микроуровне: формы проявления.....	56
Дубовик А. О. Критерії відбору об'єктів-аналогів в оцінці бізнесу методами порівняльного підходу.....	59
Єрмошкіна О. В. Оцінка ефективності системи управління розподілом фінансових потоків підприємства.....	62
Загорная Т. О. Управление экономически устойчивым развитием организаций: теоретический аспект.....	66
Іпполітова І. Я. Сутнісна характеристика інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства.....	69
Кирнос О. В. Оценка эффективности функционирования логистической системы строительного предприятия.....	72
Каткова Т. І. Використання маркетингових можливостей підприємств у зовнішньоекономічній діяльності.....	74
Кінас І. О. Управління реструктуризацією підприємства.....	77
Козаченко Г. В. Патологія управління підприємством.....	80
Козирева О. В., Самойленко В. В. Методологія оцінки рівня соціально-економічного розвитку регіонів України на прикладі фармацевтичної промисловості.....	82
Котлярова В. Г. Обоснование размера обменного фонда как инструмента управления запасами.....	84
Кошонько О. В. Развитие маркетингу зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств.....	87
Кракос Ю. Б., Коротченко Н. О. Збалансована система показників як метод оцінки ефективності діяльності підприємств торгівлі.....	89
Кривобок К. В. Оцінка адаптації підприємства в умовах економічного розвитку України.....	93
Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Система діагностики діяльності підприємства: сутність, класифікація, проблеми побудови.....	95



Ларіна К. В. Системний підхід до управління технічним переозброєнням виробництва.....	97
Лернер Ю. И. Экономические критерии оптимизации принятия хозяйственных решений в условиях неопределенности.....	100
Литвиненко А. О. Формування механізму управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства.....	102
Лищенко М. О. Ефективність виробництва продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах.....	105
Макарова В. В. Власність на землю як елемент управління земельними відносинами підприємств.....	108
Малахова Н. Б., Пшенична О. Л. Методологія маржинального ціноутворення.....	111
Мельник А. О. Управління ризиками трансфертного ціноутворення.....	113
Мельникова М. В. Ресурсно-комунікаційна складова розвитку виробничо-господарських комплексів міста.....	115
Милов А. В. Механизмы принятия управленческих решений: проблема концептуализации.....	119
Нестеренко Ю. В. Тенденції у розвитку класифікацій організаційних структур управління підприємством.....	122
Нечипорук О. В. Вплив фондового ринку на інвестиційну привабливість промислового підприємства.....	125
Нечипоренко В. В. Управління маркетингом підприємства як цілісна система управління виробництвом.....	127
Ніколаєва В. П. Теоретичне дослідження економічної сутності доходів з операційної діяльності підприємства.....	129
Огиенко С. А., Письмак В. А. Организация эффективного процесса сбыта на принципах логистики.....	131
Онопrienко І. М., Макаренко Н. О. Особливості формування й управління логістичними системами підприємств.....	135
Петренко М. В. Загальна характеристика принципів планування.....	137
Погорелов Ю. С. Затрати на розвиток підприємства: сутність, ідентифікація, оцінка.....	139
Полулянов В. П., Куликов С. Г. Влияние потребителей на формирование тарифной политики предприятий жилищно-коммунального хозяйства.....	142
Потрашкова Л. В. Потенциал социально-экономических отношений предприятия.....	144
Ращупкина В. М. Системний підхід щодо організації антикризового управління процесами реорганізації промислових підприємств.....	147
Рожко В. І. Обґрунтування політики розподілу підприємства – виробника споживчих товарів.....	150
Сабадаш В. В., Калашник С. Д., Дерев'янюк Ю. М. Науково-методичні підходи до визначення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства в умовах обмеженості ресурсів.....	152
Сенишин О. С. Особливості формування сучасних моделей куртово-роздрібної торгівлі в Україні.....	156
Скригун Н. П. Оцінювання ефективності управління витратами виробництва на підприємствах харчової промисловості.....	158
Слепченко Н. Л. Структурування ринку як базова умова поведінки підприємства.....	161
Солоха Д. В., Чирков С. О. Інвестування в інноваційній сфері.....	163
Стоянова М. М. Упровадження субконтрактних відносин як засіб підвищення ефективності виробництва промислових підприємств.....	165
Тімонін О. М., Гулякін Є. І. Формування механізму адаптації вітчизняних машинобудівних підприємств.....	167
Ткачів А. А. Интеграция контроллинга с системой планирования и прогнозирования на промышленном предприятии.....	169
Ткачова А. В. Совершенствование методики управления запасами материальных ресурсов в логистических системах.....	171
Турлянська М. М. Інноваційні підходи до управління бізнес-процесами на підприємствах.....	174
Хохлов Н. П. Реинжиниринг как инновационное направление совершенствования управления предприятием.....	177
Чорна Л. О., Швед В. В. Типізація цінової політики підприємства із закупівлі та реалізації імпортованих споживчих товарів.....	180
Шлафман Н. Л. Система менеджменту якості верстатобудівного підприємства.....	182
Шульга Г. Ю. Управління фінансовими ризиками підприємства.....	184
Ягельська К. Ю. Управління PR підприємства: проблеми та перспективи.....	188
Яковишина Н. А. Формування інструментів реалізації та продажу продукції підприємств легкої промисловості.....	190
Ястремська О. М., Сігаєва Т. Є. Визначення інвестиційної привабливості промислових підприємств.....	194
Яцура В. В., Литвин А. Л. Система фінансового управління підприємством на основі показника економічної доданої вартості.....	196
Тімонін К. О. Складові оцінювання ефективності бренду підприємства: економічна та соціальна.....	199
Бушко А. Створення марки продукту в умовах соціально-господарчої трансформації.....	201

Секція 1

Управління підприємством та його підсистемами

УДК 658.15

Антонець О. О.

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ УПРОВАДЖЕННЯ БЮДЖЕТНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Створення ефективних систем бюджетного управління промисловим підприємством є одним з основних шляхів підвищення його конкурентоспроможності. Важливою проблемою є координація взаємодії між структурними елементами промислового підприємства при формуванні та реалізації бюджетів з тим, щоб їх діяльність була направлена на досягнення єдиних цілей.

Бюджетування дозволяє підвищити якість управління і фінансами, і підприємством в цілому, оскільки має ряд переваг, серед яких – інтеграція стратегічного і оперативного планування, вибір оптимального варіанта розвитку за допомогою сценарного аналізу, підвищення прозорості інформації, оцінка фінансової спроможності об'єктів.

Теоретико-методологічні основи бюджетного управління висвітлені в працях західних економістів, таких, як К. Шим Джай, Джойл Г. Сігел [1], А. Х. Тейлор [2]. У публікаціях російських економістів — В. Є. Хруцького [3], К. В. Циборща [4], В. В. Бочарова [5] — розкриваються проблеми організації та функціонування бюджетного управління на промислових підприємствах.

Останнім часом ефективність бюджетування, його наукове обґрунтування відображені в дослідженнях вітчизняних економістів [5 – 7].

Вивчення еволюції вітчизняної економічної думки свідчить про відсутність чітких уявлень про бюджетний метод управління. Також є деякі розбіжності в трактуванні поняття "бюджет".

Д. К. Шим та Д. Г. Сігел приводять таке визначення: "Бюджет – це річний план компанії. Загальний бюджет є формальним викладенням планів керівництва щодо продажів, витрат, обсягів та інших фінансових дій на майбутній період" [1].

В. Є. Хруцький у своїх працях зазначає, що бюджет це не просто план, а фінансовий план, що охоплює всі сторони діяльності організації та дозволяє співставити всі витрати і результати у фінансових термінах [3].

Більш детальне визначення бюджету дає І. А. Бланк: "Бюджет — оперативний фінансовий план, який розробляється звичайно в рамках до одного року, що відображає витрати надходження засобів за окремими напрямками господарської діяльності, окремими видами операцій, окремими інвестиційними проектами" [7].

Основне призначення бюджетів — це підтримка рішення трьох управлінських завдань:

прогноз фінансового стану;

порівняльний аналіз запланованих і фактично одержаних результатів;

оцінка і аналіз виявлених відхилень.

Але бюджети є тільки інструментом корпоративного управління. Наявність бюджетів ще не означає, що ними можна ефективно користуватися, або що вони реально "працюють" в межах управління підприємством. Тому необхідно розглянути поняття бюджетування як один з інструментів управління підприємством.

Завданням дослідження є аналіз підходів до понять бюджетування, бюджетне управління; огляд основних проблем впровадження бюджетного управління на підприємстві та надання рекомендацій щодо їх вирішення.

Указані вище автори в своїх роботах не приходять до єдиної думки щодо визначення сутності бюджетування. Традиційно під бюджетуванням розуміється складання кошторису витрат на рік. Такий підхід відображено у працях В. Є. Хруцького: "Бюджетування – процес складання фінансових планів та бюджетів", та С. Ф. Голова: "Бюджетування – це процес планування майбутніх операцій підприємства та оформлення його результатів у вигляді системи бюджетів." [3; 5].

При такому підході, по-перше, відображається стан фінансових ресурсів підприємства на певний момент, увага концентрується на короткострокових фінансових результатах, що заважає потенційному зростанню підприємства; по-друге, традиційне бюджетування пов'язане з великою кількістю ітерацій у процесі погодження бюджету, на що витрачається велика кількість часу, і, по-третє, неможливе визначення ефективності, вкладу кожного підрозділу у фінансовий результат підприємства.

Отже, у сучасному розумінні бюджетування має усунути перераховані недоліки і повинне становити безперервний управлінський процес.



Як складову частину управління фінансовими ресурсами підприємства В. В. Бочаров виділяє бюджетування. При цьому система бюджетування є найважливішим елементом забезпечення фінансової стійкості підприємства і становить управлінський інструмент розподілу ресурсів, охарактеризованих у грошових і натуральних показниках для досягнення стратегічної мети бізнесу [5].

Розуміння бюджетування як системи притаманне і В. М. Самочкіну, який говорить, що бюджетування – це система узгодженого управління підрозділами [8].

Як управлінську технологію, призначену для формування та підвищення фінансової обґрунтованості управлінських рішень, бюджетування визначає В. Є. Хруцький [3].

Отже, у сучасному трактуванні термін бюджетування як правило співпадає з терміном бюджетне управління.

У цій статті під бюджетним управлінням розуміється система управління підприємством по центрах фінансової відповідальності (ЦФВ) через бюджети, що дозволяє досягати поставлених цілей шляхом найбільш ефективного використання ресурсів.

Основним об'єктом бюджетування є бізнес як сфера діяльності.

Функції бюджетування:

1. Постановка цілей (визначення облікової структури підприємства яка адекватна бізнес-цілям). На етапі постановки цілей виникає необхідність пов'язати зі стратегією підприємства ключові показники діяльності і визначити бюджети підрозділів та підприємства в цілому.

2. Планування (затвердження планових бюджетів, планових звітів про прибутки і збитки, планового балансу).

3. Виконання (облік фактичного стану в розрізі центрів фінансової відповідальності і бюджетних статей).

4. Контроль (поточний контроль відхилень).

5. Аналіз (план-фактний фінансово-економічний аналіз за наслідками періоду).

6. Корегування (за наслідками аналізу здійснюються заходи щодо регулювання встановлених стандартів і норм).

Головними інструментами бюджетного управління є бюджетна і фінансова структури.

Бюджетна структура. Фінансовий результат діяльності підприємства розбивається на окремі статті, плануються очікувані значення за кожною статтею і загальне кінцеве значення. Статті, згруповані за функціональною ознакою (закупівлі, адміністративні витрати і т. д.), складають функціональні бюджети підприємства.

Система функціональних бюджетів утворює бюджетну структуру, відповідно до якої формуються основні підсумкові бюджети підприємства: бюджет доходів і витрат, бюджет руху коштів, бюджет балансу.

Бюджет доходів і витрат показує рентабельність підприємства, бюджет руху коштів відображає його ліквідність, а бюджет балансу — вартість. Плануючи зміни рентабельності, ліквідності і вартості, підприємство визначає своє економічне майбутнє. У кінці обраного періоду відбувається аналіз і управління за відхиленнями, що виявляються з порівняння планованих і фактично одержаних даних.

Фінансова структура. Обов'язкова умова бюджетування — делегування ухвалення фінансових рішень центрам фінансової відповідальності (ЦФВ), що утворюються на базі організаційної структури підприємства. Відсутність чіткої організаційної структури робить постановку бюджетування неможливою.

Визначивши планові фінансові показники свого підрозділу, менеджер бере на себе відповідальність за виконання складеного ним бюджету ЦФВ, інакше йменованого операційним бюджетом.

Функціональний і операційний бюджети в деяких випадках можуть співпадати: наприклад, бюджет закупівель і бюджет ЦФВ постачання — але це не є правилом. У результаті створення моделі фінансової відповідальності всі витрати і доходи на підприємстві мають своїх авторів, зацікавлених у поліпшенні фінансового результату свого відділу матеріально.

Цим забезпечується максимальна збіжність планових і фактичних показників: відповідальне планування і прагнення виконати намічені плани.

Технологія бюджетування є достатньо новою для українських підприємств, тому існують організаційні і методичні причини, що заважають ефективному впровадженню цього прогресивного підходу.

1. Пропускається або виконується формально один з етапів бюджетування.

Бюджетування на підприємстві — це виконання такого циклу управління:

планування (формування операційних, фінансових і консолідованих бюджетів);

контроль виконання бюджетів;

аналіз відхилень і ухвалення корегуючих рішень.

Спроба опустити той чи інший етап і "спростити" процес бюджетування призводить до того, що система бюджетування, начебто збудована на підприємстві, виявляється такою, що не працює або функціонує з серйозними перебоями.

2. Сформовані бюджети не відповідають стратегічним цілям підприємства.

Помилка, що виникає на етапі постановки цілей, полягає у відсутності в компанії формалізованої стратегії. Зневага цим етапом упровадження бюджетування мотивується тим, що "стратегія є", але вона існує тільки у вигляді "бажань" в головах керівників, причому бачення майбутнього компанії сильно різниться в уявленнях осіб, що входять до вищого керівництва. Менеджмент середньої ланки, а, тим більше, рядові співробітники нічого про стратегію не знають. Відсутність ясно сформульованої стратегії і, як наслідок, невизначеність фінансових цілей призводить до того, що



в бюджетування відсутня основа. Ні виконання, ні перевиконання бюджету в цьому випадку не означає досягнення мети. Ніхто на підприємстві не може обґрунтовано сказати, чи пішло освоєння бюджету на користь підприємству чи, навпаки, погіршило стан бізнесу. Необхідно підкреслити, що сенс діяльності визначається саме на рівні стратегії. Добра робота на оперативному рівні зовсім не гарантує потрібних результатів.

3. Системою цілей, яку ставлять перед собою керівники, є прибуток, причому не завжди зрозуміло, про який прибуток йде мова: довгостроковий, короткостроковий, операційний, чистий.

Складність проблеми полягає ще і в тому, що управління фінансами і фінансове планування — це завжди пошук балансу, оптимального на даний момент співвідношення декількох показників. Набір цих показників у різних підприємств може бути неоднаковий. Усе залежить від цілей і завдань у галузі фінансів, які ставить перед собою керівництво того чи іншого підприємства.

4. Неправильно позначені межі і типи центрів фінансової відповідальності.

Оскільки фінансова структура є відправною точкою бюджетування, неточності, допущені при її формуванні, можуть стати для підприємства серйозними проблемами. Наслідками таких неточностей можуть бути виникнення зон "перехресно" відповідальності, призначення керівників відповідальними за виконання непідконтрольних їм статей бюджету.

5. Відсутні адекватні довгострокові прогнози.

Достатньо поширена помилка, що допускається підприємствами на етапі планування, — використання як основного орієнтира при складанні бюджетів короткострокових фінансових показників (наприклад, бюджет будується тільки з урахуванням вже укладених договорів). Такий підхід обмежує можливість використання бюджетування і може привести до неправильних висновків. Але чи дадуть такі дії можливість зберегти прибуток в майбутньому — невідомо. При певних діях лояльність клієнтів може зменшитися, що в майбутньому призведе до їх відтоку і, зрештою, до зменшення прибутку.

6. Фрагментоване бюджетування.

Відсутність яких-небудь бюджетів, яка пояснюється різними причинами, може призвести до серйозних проблем. Так, якщо система бюджетів обмежена тільки бюджетом доходів і витрат, то в тіні залишається потреба підприємства в засобах для забезпечення діяльності. За наявності бюджету руху коштів, але за відсутності балансу, не завжди можна дізнатися, чи посилення підприємству кредитна ноша, і чи привабливе воно як позичальник.

7. Недостатня нормативна база: нестача на підприємствах інформації про витрати на виробництво продукції, застосування застарілих нормативів. Часто з об'єктивних причин відсутня необхідна виробнича і економічна статистична інформація за попередні три – п'ять років, або ці дані непридатні для аналізу.

8. "Бухгалтерський", "податково орієнтований" підхід до витрат, їх аналізу, постатейного розділення, угруповання, планування. Окрема істотна проблема – облік і розподіл непрямих ("накладних") витрат. Багато форм планових і звітних документів орієнтовані на потреби зовнішніх "контролюючих інстанцій", а не менеджменту підприємства.

У таблиці згруповано проблеми при впровадженні та використанні системи бюджетування і відповідні їм засоби вирішення.

Таблиця

Проблеми при впровадженні та використанні системи бюджетування і відповідні їм засоби вирішення

Проблема	Засоби (методи, напрямки) вирішення
Ігнорування окремих етапів процесу бюджетування	Складання бюджетного регламенту з обов'язковою вказівкою відповідальних процедур і методів для кожного з етапів
Невідповідність бюджетів стратегічним цілям підприємства	Формалізація стратегії розвитку підприємства. Чітке визначення стратегічних цілей у кількісному вираженні з розбивкою за періодами. Процесно орієнтоване бюджетування
Неякісне формулювання системи цілей	Побудова цілісної збалансованої системи цілей щодо прибутку, ліквідності, рентабельності; виявлення показників за допомогою яких можна контролювати досягнення цілей
Відсутність адекватних довгострокових прогнозів ринкової ситуації	Складання оптимістичного, песимістичного та найбільш вірогідного сценарію розвитку подій
Відсутність повного переліку бюджетів	Незалежно від розміру підприємства розробка повного комплексу бюджетів з великим ступенем деталізації
Помилкове визначення центрів фінансової відповідальності	Визначення ключових показників, на які можуть впливати той чи інший підрозділ
Відсутність бази даних про витрати	Складання необхідних для планування нормативів
"Бухгалтерський підхід" до аналізу витрат	Розробка системи обліку та аналізу витрат за місцями їх виникнення. Процесно орієнтоване бюджетування
Значні труднощі з плануванням витрат на заходи з відстроченим ефектом	Використання комбінації системи KPI (основні індикатори діяльності підприємства) та бюджетування

Окремими проблемами суб'єктивного характеру є пасивність керівництва та персоналу підприємства при впровадженні бюджетування, відсутність кваліфікованих спеціалістів "на перетині" економіки, менеджменту та інформаційних технологій з достатніми повноваженнями, небажання



проводити оптимізацію організаційної структури та долучатися до складних і довгих змін в управлінні підприємством.

Отже, бюджетування необхідне для подальшого економічного розвитку підприємства. Досвід його впровадження на підприємствах переконливо свідчить про його суттєві переваги в умовах функціонування внутрішнього економічного механізму підприємства і складної структури бізнесу. Він означає забезпечення високоефективної прозорої системи фінансового управління кожною господарською ланкою та напрямом бізнесу на всіх етапах обороту.

Виходячи з усього викладеного вище, можна побачити, наскільки актуальна сьогодні розробка систем фінансового управління підприємств засобами бюджетування. Слід відзначити також і недостатність досвіду з впровадження та використання бюджетного управління на підприємствах. Доцільним видається акумулювання передового досвіду внутрішніх економічних механізмів, управлінського обліку, підходу до управління з урахуванням кожного процесу й етапу, аналізу в частині фінансового менеджменту.

У подальшому на цій основі необхідна розробка методичних рекомендацій з організації бюджетного управління на промисловому підприємстві, що включає три складові: по-перше, інструментарій бюджетування (система цільових показників, нормативів, види бюджетів), по-друге, організацію бюджетування (визначення ЦФВ, процедури бюджетного контролю), по-третє, автоматизацію бюджетування.

Література: 1. Шим Джай К. Основы коммерческого бюджетирования: Полное пошаговое руководство для нефинансовых менеджеров / Джай К. Шим, Джойл Г. Сигел; [Пер. с англ. И. Г. Гладкова. — СПб.: Пергамент, 1998. — 496 с. 2. Финансовое планирование и контроль / Под. ред. М. А. Поукок; [Пер. А. Г. Пивовар; Под. ред. А. Х. Тейлор. — М.: ИНФРА-М, 1996. — 479 с. 3. Хруцкий В. Е. Внутрифирменное бюджетирование: Настольная книга по постановке финансового планирования / В. Е. Хруцкий, Т. В. Сизова, В. В. Гамаюнов. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 393 с. 4. Щиборщ К. В. Бюджетирование деятельности промышленных предприятий России. — М.: Изд. "Дело и Сервис", 2001. — 544 с. 5. Голов С. Ф. Управленческий учет: Учебник. — К.: Либра, 2004. — 576 с. 6. Артеменко О. Бюджетування / О. Артеменко, В. Марущак, О. Марущак / Українська академія держ. управління при Президентіві України; Одеський регіональний ін-т держ. управління. — Одеса: Вид. ОРІДУ УАДУ, 2003. — 108 с. 7. Бланк И. А. Управление финансовой стабилизацией предприятия. — К.: Эльга: Ника-центр, 2003. — 484 с. 8. Самочкин В. Н. Гибкое развитие предприятия. Анализ и планирование. — М.: Дело, 1998. — 335 с. 9. Балабанов И. Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 112 с. 10. Бочаров В. В. Коммерческое бюджетирование — СПб.: Питер, 2003. — 368 с. 11. Киселева Т. К. Методическое пособие по расчету показателей финансового плана, формирование бюджета. — Запорожье: Запор. гос. инж. акад.; Запор. гос. центр научн.-техн. и экон. инф.; Аналит.-информ. центр "Эко", 2003. — 128 с. 12. Косарев О. Й. Методология бюджетування діяльності підприємства. — К.: НАУ, 2004. — 94 с. 13. Попов В. М. Бизнес фирмы и бюджетирование потока денежных средств / В. М. Попов, С. И. Ляпунов, Т. А. Воронова. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 399 с.

Ачкасова С. А.

УДК 658.012.32:004

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У більшості країн, у тому числі і в Україні, необхідність вивчення і розробки пропозицій з організації антикризового фінансового управління має особливе значення через зростання кількості збиткових підприємств, недостатність теоретико-методичного забезпечення процесів банкрутства.

Широке коло питань, пов'язаних з концептуальною основою процесів антикризового управління підприємством, висвітлено в роботах таких учених, як І. О. Бланк [1], С. М. Іванюта [2], Л. О. Лігоненко [3], С. Я. Салига [4], О. О. Терещенко [5; 6], З. Є. Шершньова [7] та ін.

У той же час питання розробки антикризових програм запропонованими авторами недостатньо узгоджені, зокрема питання комплексної діагностики кризового стану та загрози банкрутства на базі економіко-математичних моделей, розрахунки системи показників-індикаторів, урахування впливу трансформаційних процесів зовнішнього й внутрішнього середовища та питання, які не знайшли належного відображення в дослідженнях.

Метою дослідження є побудова структурно-функціональної моделі, яка дозволяє визначити логіку виконання нового підходу щодо розробки антикризової програми.

Процес антикризового фінансового управління повинен бути належним чином організований та скоординований. Встановлення цієї аксіоматичної істини обумовлює доцільність формування ан-

© Ачкасова С. А., 2008

тикризової програми, оскільки саме обґрунтований вибір антикризових заходів забезпечує виведення підприємства зі стану кризи з найменшими втратами в найкоротші терміни.

Слід зазначити, що метод структурно-функціонального моделювання ґрунтується на положенні, що будь-яка система має межу, яка відокремлює її від зовнішнього оточення. Взаємодія системи з ним розглядається як вхід (ресурс, який переробляється системою, відображається з лівого боку блоку), вихід (результат діяльності системи — з правого боку блоку), управління (процедури та стратегії, під управлінням яких проводиться робота, — з верхнього боку блоку) і механізм (ресурси, необхідні для проведення роботи, — з нижнього боку блоку).

Приклад процесу моделювання системи побудованої автором контекстної діаграми формування антикризової програми представлений на рис. 1.

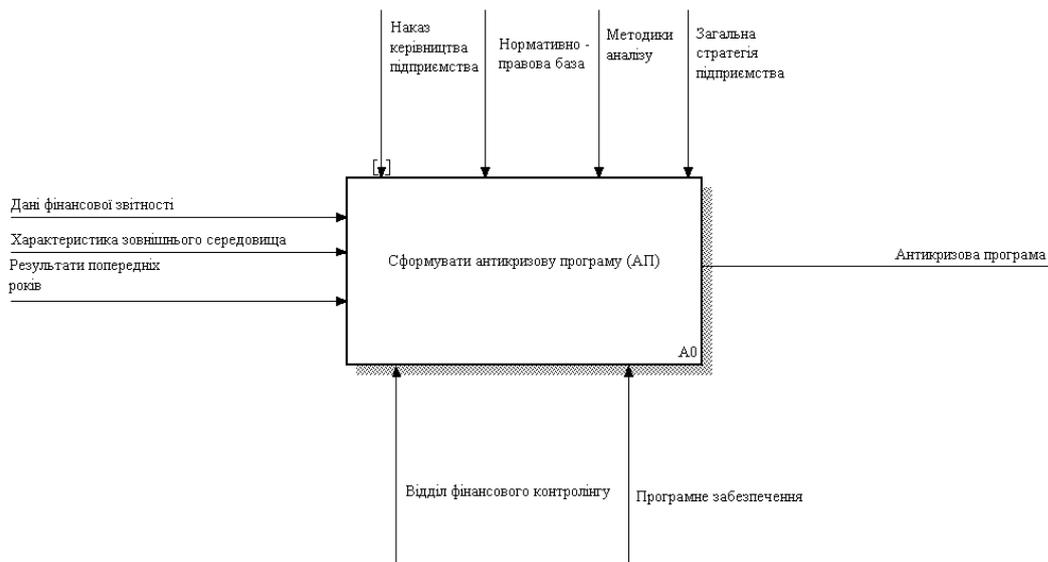


Рис. 1. Контекстна діаграма моделі в стандарті IDEF0

Для її розробки використаний один з методів пошуку резервів удосконалення організації бізнесу та покращення фінансового стану, зокрема реінжиніринг бізнес-процесів. BPR (Business Process Reengineering) є напрямом, що виник на стику двох різних сфер діяльності — управління (менеджменту) та інформатизації. Саме тому реінжиніринг вимагає нових особливих засобів уявлення і обробки проблемної інформації, зрозумілих як менеджерам, так і розробникам інформаційних систем управління. Ураховуючи те, що реінжиніринг полягає, перш за все, в дослідженні і перегляді бізнес-процесів організації, основними заходами є виділення основних бізнес-процесів, опис їх загальнодоступною мовою і аналіз з метою подальшого перетворення для досягнення необхідних показників результативності [3].

Частіше за все у зв'язку з реінжинірингом бізнес-процесів використовують методи стандарту IDEF0, що базується на технології структурного аналізу та проектування SADT [8].

Особливостями цього стандарту є можливість наочно відобразити послідовність виконання будь-якого процесу, у тому числі й процесу формування антикризової програми.

Розробка нового підходу формування антикризової програми з використанням структурно-функціональної моделі дозволяє як формалізувати послідовність процесу розробки антикризової програми, так і спостерігати за проміжними результатами.

Реалізація цього стандарту здійснюється у такий спосіб: I етап — побудова основного блоку формування контекстної діаграми моделі (див. рис. 1), на якій визначено головне завдання "Сформувати антикризову програму підприємства".

Як видно з рис. 1, результатом процесу є антикризова програма, що має бути розроблена відділом фінансового контролю з урахуванням таких управлінських обмежень, як наказ керівництва підприємства, нормативно-правова база, загальна стратегія підприємства. Упровадження антикризового фінансового управління, необхідність діагностики, контролю та аналізу стану підприємства з метою запобігання фінансовій кризі вимагає трансформації функцій фінансово-економічних служб підприємства, зміни у складі та обсягах їх робіт. Управлінський облік на підприємстві повинен забезпечуватися наявністю або внутрішніх підрозділів, або призначенням окремих спеціалістів для виконання функцій контролю, наприклад, бухгалтер-економіст з управлінського обліку. Останнє стосується малих підприємств, на яких функції контролю виконують або керівник, або його заступник.

Необхідною передумовою розробки антикризової програми є використання програмного забезпечення. Найбільш корисним інструментом є табличний процесор Excel for Windows, PROJECT EXPERT та Spider Project [3]. Сучасні версії програмного продукту — програмний продукт PROJECT EXPERT (починаючи з 6-ї) — можуть використовуватися для фінансового планування діяльності підприємства, побудови імітаційних сценаріїв для оцінки наслідків певних управлінських рі-



шень, для оцінки ефективності інвестиційних проектів. Програмний продукт Spider Project дозволяє здійснити розробку проектів, які включають заходи, що вимагають використання ресурсів, часові обмеження та обсяги робіт. Найбільш зручною формою розробки та представлення заходів є діаграма (графік) Гантта. II етап — декомпозиція головної діаграми (рис. 2).

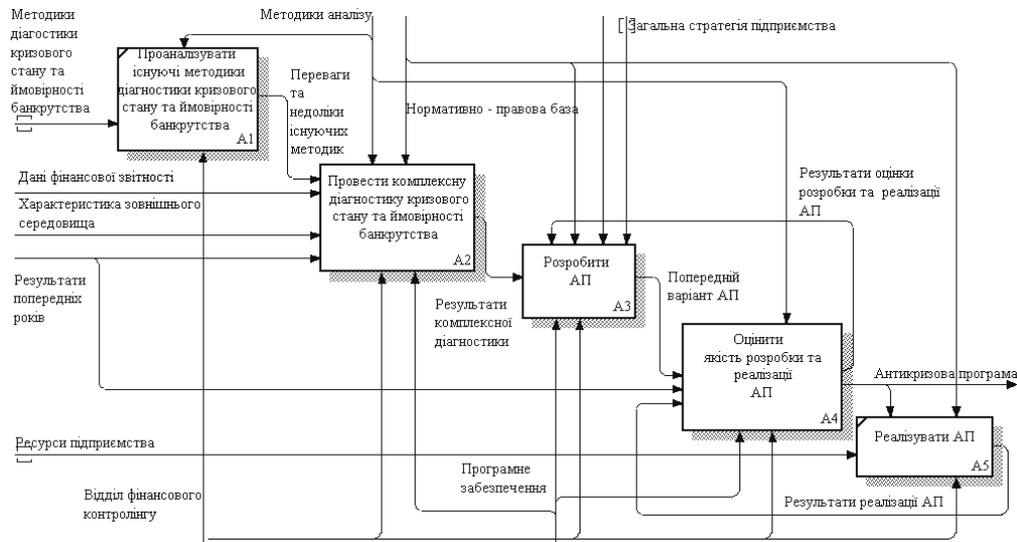


Рис. 2. Декомпозиція контекстної діаграми в стандарті IDEF0

Проведення комплексної діагностики кризового стану та ймовірності банкрутства передбачає: розрахування системи показників-індикаторів кризового стану; проведення багатofакторної інтегральної оцінки ймовірності банкрутства; проведення аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища; побудову "Графа спроможності". Особливу увагу слід приділити аналізу періоду погашення кредиторської заборгованості та показників ліквідності (платоспроможності) підприємства, оскільки головною причиною фінансової кризи є значний розмір кредиторської заборгованості та короткий термін погашення, що супроводжується низьким рівнем ліквідності. Можливе виникнення вимог кредиторів, невиконання яких у тримісячний термін може привести до порушення справи про банкрутство [9]. Тому, проведення комплексної діагностики передбачає побудову "Графа спроможності", який дозволяє згідно з деревом ідентифікації визначити стан діяльності підприємства з урахуванням періоду погашення кредиторської заборгованості та показників ліквідності (платоспроможності) підприємства.

На підставі результатів комплексної діагностики кризового стану та ймовірності банкрутства автором визначено відповідний вид антикризової програми. Внутрішня структура антикризової програми не потребує формалізації, тобто чіткого та однозначного визначення окремих розділів та підрозділів, оскільки буде визначатися стадією кризи та суттю заходів, що включаються до її складу.

Оцінка якості формування та реалізації антикризової програми включає такі блоки, як визначення та розрахунок показників оцінки ефективності антикризових заходів; визначення цільових критеріїв реалізації антикризової програми.

Перший блок передбачає визначення показників ефективності антикризових заходів, таких, як показники фінансових результатів до і після реалізації антикризових заходів, показник доданої вартості, вартість підприємства до і після санації, період окупності вкладень, витрати, показники рентабельності.

Другий блок передбачає визначення цільових критеріїв реалізації антикризової програми, зокрема як якісних, так і кількісних. До кількісних критеріїв можна віднести збільшення розміру чистого прибутку підприємства, позитивний чистий грошовий потік від операційної та інвестиційної діяльності, оптимальну структуру активів і пасивів. До якісних критеріїв можна віднести підвищення конкурентоспроможності, удосконалення відносин підприємства з банками, постачальниками, споживачами, податковими органами, дотримання правил фінансування підприємства, покращення репутації підприємства як надійного фінансового партнера.

На даному етапі отримаємо необхідний результат у вигляді ефективної антикризової програми або результатів оцінки розробки та реалізації антикризової програми. Отже, антикризова програма — це спеціальним чином підготовлений та розроблений документ, у якому систематизовано викладається перелік основних заходів, що планується здійснити в межах підприємства, його структурних підрозділів та функціональних служб для досягнення поставленої мети.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Розглянутий порядок побудови структурно-функціональної моделі — це новий підхід щодо формування антикризової програми на підставі запропонованої комплексної діагностики, а також нової методики розробки антикризової програми, яка передбачає визначення виду антикризової програми й оцінки якості формування та реалізації антикризової програми.

Отже, визначена важлива роль сучасних інформаційних технологій в антикризовому управлінні підприємством як необхідна передумова формування антикризових програм. При побудові структурно-функціональної моделі формування антикризової програми був використаний один з методів пошуку резервів удосконалення організації бізнесу та покращення фінансового стану, зокрема реінжиніринг бізнес-процесів. Саме організація антикризового фінансового управління на підприємстві є предметом подальшого дослідження.

Література: 1. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия. – К.: Эльга-Н; Ника-центр, 2004. – 784 с. 2. Иванюта С. М. Антикризове управління підприємством: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 288 с. 3. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: Монографія. – К.: КНТЕУ, 2001. – 580 с. 4. Салига С. Я. Антикризове фінансове управління підприємством: Навчальний посібник / С. Я. Салига, Є. І. Ляшенко, О. І. Дасій, Н. В. Нестеренко, С. О. Корецька, Н. В. Нестеренко, К. С. Салига. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 208 с. 5. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 268 с. 6. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: Монографія. – 2-ге вид., без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 268 с. 7. Шершньова З. Є. Антикризове управління підприємством: Навчальний посібник / З. Є. Шершньова, В. М. Багацький, Н. Д. Гетманцева. – К.: КНЕУ, 2007. – 680 с. 8. Маклаков С. В. Моделирование бизнес-процессов с BPwin 4.0. – М.: Диалог МИФИ, 2002. – 224 с. 9. Закон України "Про відновлення платоспроможності боржника або визначення його банкрутом" від 30 червня 1999 р.// Відомості Верховної Ради України. – 1999. – №31. – Ст. 440.

УДК 658.8

Бахмане Л. И.

МАРКЕТИНГОВЫЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ: НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ВОЗМОЖНОСТИ

Современная бизнес-среда становится все более сложной, быстро меняющейся и формируется условиями неопределенности. Поэтому проверенная система выработки управленческих решений в условиях определенности, то есть детерминантной среды, уже не дает гарантии, что вчерашние правильные, лучшие, оптимальные решения являются такими в новых условиях. Оценкой соответствия качества вырабатываемых решений является прежде всего их соответствие новым характеристикам внешней и внутренней маркетинговой среды, то есть решения, с одной стороны, в силу новых обстоятельств должны быть новыми (креативными), но в тоже время их новизна – креативность должны иметь четкую опору на реальные возможности конкретного рынка, то есть целевых потребителей.

В данной работе автор анализирует возможности выработки маркетинговых управленческих решений для тех сфер бизнеса, где новизна товаров (услуг) может являться важным конкурентным преимуществом. Маркетинговые условия для тех сфер бизнеса, которые в силу своей особенности поставлены в условия неопределенности, например, сфера образовательных услуг, сфера игорного бизнеса и ряда других требует от менеджеров установки на креативность (новизну) как главную характеристику качества решения. При этом важно как теоретически, так и особенно практически определиться, могут ли разрабатываться креативные решения нацеленно (заданно), а также можно ли измерить (оценить) степень этой креативности. Уровень новизны управленческих решений вообще и маркетинговых решений в частности может определять, как считает ряд специалистов (например, М. Портер), большую конкурентоспособность предприятия на больший период времени. При этом важно отслеживать реакцию рынка на новизну предлагаемых услуг.

В работе автор, опираясь на известную матрицу "креативность – эффективность управленческих решений" [1], предлагает свою матрицу "креативность – востребованность новизны (креативности) потребителем". Показаны возможности использования предлагаемой матрицы вместе с методами факторного и кластерного анализа для выработки маркетинговых управленческих решений на примере одного из крупных представителей игорного бизнеса Латвии.

Известно, что современный бизнес и условия его развития настолько разнообразны в своих проявлениях, что достаточно привычными стали не только в теории, но и на практике выделение как разных типов менеджмента (классического, системного, ситуационного, стабилизационного, социально-этического [2]), так и различных моделей управления (по инструкциям, по целям – МВО, менеджмент-обучение) [2].

В основе такого разнообразия вариантов управленческих моделей, а соответственно и управленческих решений лежит проблема взаимодействия бизнес-организации и внешней окружающей среды.

© Бахмане Л. И., 2008



Если исходить из идеи М. Мескона [3], что факторами, формирующими управленческое решение, являются:

- 1) личные оценки лица, принимающего решение;
- 2) среда и время принятия решения;
- 3) информационные ограничения;
- 4) человеческий фактор (поведенческие ограничения);

5) взаимозависимость принимаемых решений, проблема компромисса, то именно фактор среды, как говорилось выше, является определяющим для деятельности большинства бизнес-организаций. При этом среда, в которой протекает деятельность, может быть определена как стабильная, детерминантная среда, среда риска и среда, для которой характерны условия неопределенности [1]. При этом в условиях детерминантной (стабильной) среды у менеджера достаточно времени для выработки и принятия решения, полностью известны все условия для принятия решения. Недостаточно времени или не все условия известны (изменились) – формируется среда риска; практически все параметры неизвестны, невозможно оценить вероятность потенциальных результатов, факторы новы и сложны – среду можно охарактеризовать как неопределенную. При этом выделяются как разные виды неопределенности, так и уровни неопределенности [1]. Интересно отметить, что в матрице показана как необходимость разработки инновационных управленческих решений, так и тех условий, когда они становятся единственно эффективными, то есть тогда, когда уровень неопределенности среды высокий и средний. Другими словами, это предполагает направленность менеджеров на инновационные, креативные управленческие решения для быстроразвивающихся и сильно зависящих от особенностей потребительского спроса рынков, что, в свою очередь, может стать не только фактором повышения конкурентоспособности конкретной организации, но и стратегическим направлением развития для данной организации в виде стратегии бенчмаркинга [4].

Основная идея бенчмаркинга – поиск лучших, инновационных, креативных в своей сути управленческих решений дает возможность автору предложить матрицу управленческих решений, в основе которой лежат два основных фактора – креативность управленческих решений и характеристики потребителя, его ориентированность на новизну предлагаемых товаров и услуг (рис. 1).

Уровень креативности управленческих реше- ний	Максимальный	2	4	
		Стратегия повышения качества (стратегия имиджа фирмы, стратегия лидера отрас- ли)	Стратегия бенчмаркинга (стратегия сверхкачест- ва новых товаров, стратегия мирового ли- дера)	
Минимальный		1	3	
		Стратегия проверенного качества (стратегия марки продук- та)	Стратегия новых продуктов (стратегия имиджа но- ватора, стратегия лидера в ни- ше)	
		Минимальная	Максимальная	Востребованность новизны потребителями

Рис. 1. Матрица креативности управленческих решений

Автор полагает, что каждый квадрант не только дает возможность ориентироваться на достаточно четкую стратегию развития определенной организации в условиях конкретного рынка, но и понимание необходимости использования особых вариантов креативных решений для конкретных характеристик рынка и среды. Конечно, как и любая другая абстракция, предлагаемая матрица имеет массу неточностей для реальной бизнес-практики, но именно обобщенный (абстрактный) характер помогает более четко выявить роль и связь двух важнейших характеристик современного рынка – новизну и ее востребованность потребителем.

Возможно ли применение идеи управляемой новизны для проблем реального бизнеса? Рассмотрим на примере игорного бизнеса в Латвии, для одной из быстроразвивающихся компаний. Данный бизнес в Латвии сегодня развивается под влиянием непредсказуемо и быстро меняющихся условий ведения самого бизнеса – фактора законодательного, мощного влияния фактора глобализации и среди других – поведенческого. Найти управленческое решение, опираясь только на опыт проверенных временем, старых решений, невозможно.

Рассмотрим некоторые результаты пока мало применяемого в практике маркетинговой деятельности Латвии кластерного анализа, который также можно рассматривать как новый метод получения информации о рынке. Для опроса была разработана анкета для оценки 13 параметров с использованием номинальной, интервальной, дифференциальной шкалы. Анкета содержала 2 открытых и 11 закрытых вопросов. Выборка для опроса была выбрана неслучайная, типовая. Всего в течение недели вернулось 257 анкет.

Целью проведенного исследования являлось определение целевых групп (сегментов) посетителей бинго зала и оценки их поведения для выработки ряда маркетинговых решений (при этом для руководства клуба важно было также определить, какие азартные игры помимо бинго игры предпочитают клиенты "Dimanta Bingo" как необходимое стратегическое решение).

Рассмотрим результаты кластерного анализа опрошенных методом анкетирования респондентов. Кластерный анализ позволяет рассматривать достаточно большой объем информации и резко сокращать, сжимать большие массивы социально-экономической информации, делать их компактными и наглядными. Решением задачи кластерного анализа являются разбиения, удовлетворяющие некоторому критерию оптимальности. Этот критерий может представлять собой некоторый функционал, выражающий уровни желательности различных разбиений и группировок, который называют целевой функцией [5].

Результаты кластерного анализа фактически описывают портрет потребителя с рациональной и эмоциональной точек зрения. На их основании можно определить целевую группу (или степень соответствия предположений о целевой группе фактической картине), разработать более эффективное управленческое решение, более четко определяющее приоритеты и желания для такого специфического бизнеса, как игорный.

Использование результатов сегментирования на основании кластерного анализа дает компаниям реальный шанс глубже понять своих клиентов и потребителей, их приоритеты и потребности при совершении реального выбора [6]. В частности из опрашиваемых респондентов, методом кластерного анализа было выявлено 3 основных кластера с общими характеристиками для Риги и Даугавпилса отдельно (рис. 2).

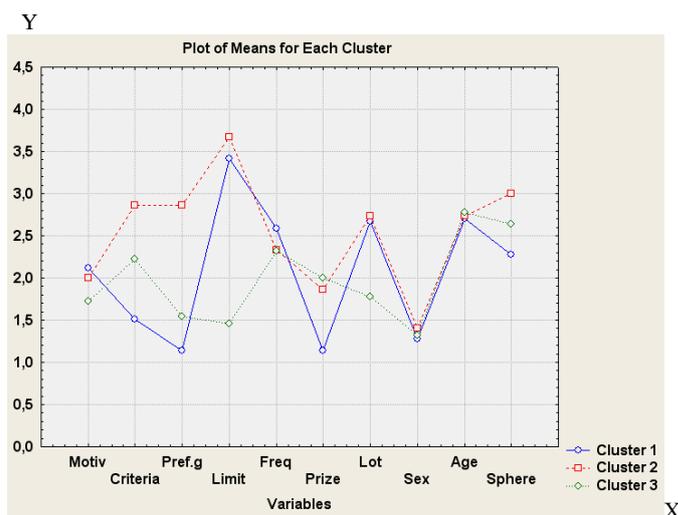


Рис. 2. Характеристика 3 кластеров по игорному центру г. Рига

Ось Y представляет расстояние объединения между объектами в пространстве. В данном случае расстояние определяется в 7-ом пространстве (максимальная оценка вопроса) по оси Y. Ось X – выбранные 10 вопросов. Чем расстояние меньше, тем более четко отображены общие характеристики респондентов, входящих в тот или иной кластер. Рассмотрим ситуацию для Риги. Можно выделить 3 кластера.

Кластер 1. "Истинные любительницы бинго", 53,75% от общего числа опрошенных

В данный кластер входят женщины в возрасте от 30 до 55 лет и выше, работающие, вышедшие на пенсию и домохозяйки, то есть можно заключить, что доходный уровень данного кластера находится на уровне среднего и чуть ниже. Данный кластер отличается тем, что из всех видов азартных игр предпочитают только игру в бинго. Для представительниц данного кластера главным при выборе бинго зала является уровень предоставляемого сервиса – уровень обслуживания. По частоте посещения бинго зала данный кластер немного уступает другим и составляет от 1 до нескольких посещений в неделю. Предпочитают участвовать во всех лотереях, при этом самым привлекательным призом считают денежный приз, что в свою очередь также выделяет данный кластер от остальных. Основным побуждающим фактором для посещения бинго зала для представительниц данного кластера является желание отдохнуть.

Кластер 2. "Привилегированные новаторы", 18,75%

Данный кластер формируют мужчины и женщины в возрасте от 26 до 55 лет, работающие, а в большинстве своем самозанятые лица (мужская половина). Следовательно, данный кластер вы-



деляется большими располагаемыми доходами, чем остальные. Представителей данного кластера больше всего привлекает новизна и разнообразие, главным критерием при выборе игрового зала для них является широта выбора азартных игр. Помимо игры в бинго охотно участвуют также в различных розыгрышах и ставках на тотализаторе. По частоте посещения игровых залов данный кластер является активным, и его представители посещают игровой зал как минимум пару раз в неделю. Главным мотивом для посещения игрового зала отметили желание отдохнуть.

Кластер 3. "Азартные", 27,5%

Прежде всего, надо отметить, что данный кластер является самым азартным среди всех остальных. Основным мотивом для посещения игровых залов для представителей данного кластера является их азартная натура, желание выиграть, испытать удачу. Главным критерием при выборе игровых залов в данном случае является удобное месторасположение игрового зала. Помимо игры в бинго отдают предпочтение игровым автоматам. Представителями данного кластера являются как мужчины, так и женщины в возрасте от 40 до 50 лет (преимущественно), работающие, но не самозанятые, что дает возможность предположить, что доход имеют средний. Посещают игровые залы по несколько раз в неделю, а иногда частота посещения доходит до ежедневной нормы. Представители данного кластера прекрасно осознают свою зависимость и полностью согласны с утверждением о необходимости установления ограничения на величину возможного выигрыша/проигрыша.

Характеристика трех кластеров для центра в Даугавпилсе.

Кластер 1. "Тусовщики", 31,1%

Самый "молодой" в возрастной категории кластер. Образуют мужчины и женщины в возрасте от 18 до 40 лет (преимущественно до 35), работающие (некоторые еще учащиеся) и самозанятые, что также выделяет данный кластер от других по большей величине доходов. Посещают игровые залы почти каждый день, в отдельных случаях как минимум несколько раз в неделю. Предпочитают участвовать во всех лотереях, в каких только предоставляется возможность, привлекательным при этом для них является любой приз. Основным мотивом для посещения игровых залов для представителей данного кластера является желание отдохнуть и провести время с друзьями. При выборе игровых залов смотрят на широту предлагаемых азартных услуг. Помимо игры в бинго любят участвовать в лотереях, иногда ходят в казино (играют в рулетку), делают ставки на тотализаторе и иногда также играют еще и в игровые автоматы.

Кластер 2. "Рационалисты-любители", 32,20%

В данный кластер входят мужчины и женщины в возрасте от 26 до 40 лет, работающие. Из азартных игр предпочитают игру бинго и игровые автоматы. Главным критерием при выборе игрового зала для них является удобное месторасположение и широкий выбор игр, основным мотивом при этом для них является желание отдохнуть и расслабиться. По частоте посещения игровых залов данный кластер слегка уступает предыдущему, и средняя частота посещения составляет несколько раз в неделю. Любят также участвовать во всех лотереях.

Кластер 3. "Азартные оптимисты", 36,7%

Данный кластер образуют мужчины и женщины в возрасте от 35 до 55 лет, работающие, которые посещают игровые залы с целью хорошо провести время, но входят в данный кластер и такие яркие азартные представители, которые посещают игровые залы в силу своей, можно сказать, азартной зависимости. Посещают игровые залы в среднем несколько раз в неделю. Помимо игры в бинго испытывают страсть к игровым автоматам. При выборе игрового зала смотрят на предоставляемый уровень обслуживания и на разнообразие предлагаемых услуг/игр. Любят участвовать во всех лотереях. Самым привлекательным призом для них является исключительно денежный приз. Именно вероятность большого денежного выигрыша, а не само участие в розыгрышах, делает представителей данного кластера зависимыми от азартных игр. Немалую роль играет также тот факт, что данный кластер из всех трех является самым большим.

В ходе проведенного исследования можно сформулировать некоторые выводы:

средняя частота посещения игорных залов, как по Риге, так и по Даугавпилсу, составляет несколько раз в неделю;

основным критерием при выборе игорного зала как для клиентов Dimanta Bingo в Риге, так и в Даугавпилсе является уровень обслуживания и удобное месторасположение;

основным мотивом для посещения игровых залов для всех клиентов является, прежде всего, желание отдохнуть, а второе место занимает азарт. Игроки предпочитают участвовать во всех лотереях, с любым призовым фондом. Если выбирать между большими розыгрышами и небольшими, то наибольшей популярностью пользуются небольшие розыгрыши с меньшим призовым фондом, но зато с большей вероятностью выигрыша;

игроки рижского Dimanta Bingo в ходе кластерного анализа разделились на "истинных любителей бинго", "привилегированных новаторов" и "азартных". При этом кластер "истинных любителей бинго" составляет более 53% от общего числа всех респондентов.

игроки даугавпилсского Dimanta Bingo в ходе кластерного анализа разделились на "тусовщиков", "рационалистов-любителей" и на "азартных оптимистов", причем кластер последних является самым большим по объему (более 36%).

Можно сделать общий вывод, что по матрице креативных управленческих решений, разработанной автором, нынешнее положение организации находится в 1 квадранте. Однако, поскольку фирма растет и занимает сильные позиции на игорном рынке, дальнейшее ее развитие должно идти на основе стратегии 2 – стратегия растущего качества игорных услуг. Для Риги и Даугавпилса это общее решение будет, видимо, принимать свои формы.

Другими словами, решения должны быть креативными, но в пределах тех ожиданий новизны, которые выявлены в результате кластерного анализа постоянных клиентов клуба, то есть конкретных сегментов.

Литература: 1. Смирнов Э. А. Разработка управленческих решений. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 270 с. 2. Эддоус М. Методы принятия решений / М. Эддоус, Р. Стенсфилд; [Пер. с англ. под ред. И. И. Елисейевой. – М.: ЮНИТИ, 1997. – 590 с. 3. Мескон М. Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2000. – 704 с. 4. Черенков В. И. Международный маркетинг. – СПб.: Питер, 2003. – 845 с. 5. Многомерный статистический анализ в экономике / Под ред. В. Н. Тамашевича. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 598 с. 6. Bakhmane L. Cluster Analysis as the Method of Subject Segmentation of European Development Funds of Small and Medium-Sized Business in Latvia // Reliability and Statistics in Transportation and Communication, Riga. – 2005.

УДК 334.012.2

Болдир Г. М.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПРЕДСТАВНИЦТВА ІНТЕРЕСІВ ПІДПРИЄМЦТВА В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

Неефективні економічні інститути та інституції стали основною причиною реформування вітчизняної економічної системи. Водночас, аналіз здійснених перетворень в Україні не показує суттєвих якісних змін у нових вітчизняних інституційних структурах. Можливість функціонування виробництва за рахунок опортуністичної поведінки в умовах уникнення податкових платежів, значна частка бартеру, зростання економіки за рахунок кількох галузей, що випускають ліквідну продукцію, свідчать про неефективність таких змін.

Великий обсяг тіньової економіки вказує на неспроможність держави вирішити питання зменшення транзакційних витрат при виконанні контрактів між суб'єктами підприємництва. За таких умов є необхідним реформування та підвищення ролі інституцій самоорганізації суспільства і, насамперед, бізнесу як його найбільш дієвої та креативної частини. Світовий досвід показує, що інститути бізнес-асоціювання є одним з найефективніших інструментів захисту прав підприємництва при здійсненні державної політики. Проте, діючи в Україні організації такого типу виникають та функціонують, як правило, з метою лобювання інтересів вузької групи засновників або здійснюють закладені статутні завдання виключно формально. Це ставить питання виявлення причин низької ефективності інститутів самоорганізації підприємців та навіть про доцільність їх створення.

В Україні об'єднання підприємців почали виникати відносно недавно, що зумовлено реструктуризацією економіки та появою великої кількості великих, середніх та малих приватних підприємств. За цих умов виникла необхідність консолідації підприємств у громадські об'єднання, які змогли б чітко сконцентрувати їх життєво важливі вимоги і відстоювати інтереси усіма конституційно можливими засобами, налагодити контакти з органами влади, іншими регулюючими та контролюючими структурами [1; 2]. Історія, функції та основні принципи діяльності бізнес-асоціацій, зокрема торгово-промислових палат, висвітлено в літературі з підприємництва, матеріалах міжнародних економічних організацій (Європейська економічна комісія, Європейський комітет з послуг, пов'язаних з підтримкою підприємництва, Мережа європейських інформаційних центрів, Програма розвитку ООН тощо [3 – 6]). Ці матеріали також містять інформацію про особливості надання послуг щодо підтримки розвитку підприємництва, основні завдання підтримки малого та середнього підприємництва, принципи надання ділових послуг підприємцям. Серед таких принципів можна визначити сфокусований, стратегічний і комплексний підхід до надання послуг, взаємодоповнюваність послуг, наближеність до реальних умов функціонування підприємств, принципи стійкості і контролю [2].

Метою статті є виявлення характерних протиріч функціонування вітчизняних інститутів бізнес-асоціювання та встановлення найбільш життєздатних його форм і актуальних напрямів розвитку.

Сучасний етап становлення малого та середнього бізнесу в країні потребує активізації діяльності громадських організацій підприємців та посилення їх ролі в процесі формування й реалізації державної політики у сфері підприємництва.

© Болдир Г. М., 2008



Світова практика показує, що сьогодні переважна більшість фірм, які працюють на світових ринках товарів та послуг, є членами однієї чи декількох галузевих і регіональних бізнес-асоціацій [7]. Це пов'язано з тим, що у суб'єктів міжнародної економічної діяльності об'єктивно виникають спільні проблеми, розв'язувати які простіше спільними зусиллями. Тому загальною місією всіх бізнес-асоціацій є захист інтересів своїх членів та сприяння розвитку їх бізнесу.

Останніми роками в світі створена достатньо розвинена інфраструктура підтримки підприємництва. Вона включає державні, недержавні, суспільні і комерційні об'єднання й організації. Усі вони – тією чи іншою мірою – забезпечують доступ суб'єктів малого підприємництва до фінансових, інформаційних, консалтингових, освітніх і маркетингових ресурсів. В Україні також (разом з державними структурами підтримки підприємництва) рішенням проблем малого бізнесу займаються численні підприємства і суспільні об'єднання.

Відповідно до організаційно-правової форми бізнес-асоціації поділяються на: громадські об'єднання, власне бізнес-асоціації або союзи та торгово-промислові палати. У різних регіонах світу стиль і конкретні методи роботи бізнес-асоціацій відрізняються, що зумовлено параметрами відповідних економічних систем, основні ознаки яких визначають культура, мотивація, механізми й інституції. Саме ці чинники визначили формування трьох згаданих у роботі [1] моделей діяльності бізнес-асоціацій і торгових палат: американську, континентальну (європейську) та азійську (японську). Незважаючи на це, для всіх моделей типовими напрямами взаємодії бізнес-асоціацій з урядом у сфері розвитку міжнародної економічної діяльності є:

- участь у розробленні державних політик і стратегій;
- участь у вдосконаленні нормативно-правової бази міжнародної економічної діяльності;
- участь представників бізнесу у міжнародних дво- та багатосторонніх переговорах з економічних питань;
- сприяння просуванню національного експорту та виробництва на світові товарні й регіональні ринки та ін.

Слід зазначити, що масштаби, динаміка та конкретні механізми реалізації цих напрямів залежать від рівня інституціоналізації відносин підприємництва й урядів конкретних країн (так, у Сполучених Штатах Америки відносини підприємницьких об'єднань та уряду чітко не визначені, однак реально існують на рівні особистих контактів з урядовцями і політиками. Уряд США у своїй політиці чітко орієнтується на вимоги асоціацій, передусім підприємницьких, кількість яких у країні досягає, за різними джерелами, 3 – 3,5 тис.). Звичайно ж, є своя специфіка і в Україні. Ця специфіка пов'язана з існуючим розривом між створеними соціальними інститутами та інституціями, що ними оформляються. Так, незважаючи на те, що на сьогодні в країні налічується близько 500 різних місцевих, регіональних та всеукраїнських громадських об'єднань підприємців, діяльність яких спрямована на захист інтересів підприємства на всіх рівнях державного управління, можна стверджувати, що бізнес в Україні має "ще доросли" до розуміння необхідності цивілізованого люб'ювання своїх інтересів через інститути бізнес-асоціювання, адже сьогодні у вітчизняних підприємців не сформувалося чіткого усвідомлення цього принципу.

Це підтверджують результати дослідження [8], проведеного Союзом підприємців малих, середніх та приватизованих підприємств України у 2007 р. з метою з'ясування причин низької суспільної діяльності підприємців. Дослідниками здійснено опитування, проведене серед суб'єктів господарювання, головним запитанням якого було: "Чому підприємці не вступають в об'єднання підприємців або в професійні організації?". Анкетування показало, що у підприємців ще дуже низька активність, багато хто не переконався в можливості впливу суспільних організацій на ухвалення владних рішень, багато хто навіть не знає про існування суспільних об'єднань підприємців. Навіть більш того, більшість підприємців не знає про Закон України "Про основи державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності", не бажають брати участь в роботі суспільних об'єднань підприємців.

Але, окрім недостатньої соціальної свідомості та правової інформованості, які властиві малому бізнесу, присутня ще й свідомо відмова від бізнес-асоціювання, що показало дослідження "Щодо готовності підприємницької спільноти впливати на рішення органів державної влади та місцевого самоврядування" [9], яке становить результати анкетування представників бізнес-структур різного розміру (великого, середнього та малого) та різних організаційно-правових форм.

Щодо оцінки можливості бізнес-асоціацій (об'єднань підприємців) впливати на прийняття рішень, що регулюють підприємницьку діяльність, думки респондентів розподілилися приблизно порівну між "можливістю" та "неможливістю" такого впливу практично по всіх органах державної влади. При цьому лише відповіді щодо можливості впливу на місцеві органи державної влади показали позитивне сальдо: по всіх інших органах державної влади превалює думка щодо неможливості впливу (від 41% для міністерств та державних комітетів – до 78% для Кабінету Міністрів України).

Більшість опитаних (71%) нейтрально або негативно оцінюють можливість власного впливу на рішення центральних органів державної влади, які стосуються сфери бізнесу. Майже стільки ж респондентів (69,96%) так само вважають й відносно місцевих органів державної влади (табл. 1).

Оцінка респондентами можливості впливати на рішення органів державної влади

	Чи підтримуєте Ви вислів, що "Ви можете впливати на рішення центральних органів державної влади, які стосуються сфери Вашого бізнесу"?		Чи підтримуєте Ви вислів, що "Ви можете впливати на рішення місцевих органів державної влади та місцевого самоврядування, які стосуються сфери Вашого бізнесу"?	
	кількість	%	кількість	%
Підтримую	516	19,4	587	22,1
Нейтрально	847	31,9	816	30,8
Не підтримую	1 039	39,1	1 037	38,3
Відмова відповіді	225	8,5	192	7,2
Немає відповіді	28	1,1	43	1,6
Усього	2 655	100,0	2 655	100,0

Отже, виникає питання, які саме типи об'єднань можуть претендувати на роль ефективного захисника інтересів бізнесу? При визначенні критеріїв для відбору об'єднань, що володіють найбільш реальними можливостями із захисту інтересів підприємництва, представляється доцільним виходити з того, які саме умови повинні бути неодмінно дотримані об'єднанням, якщо воно має намір представляти і захищати інтереси підприємництва. Аналіз практичної діяльності об'єднань дозволяє скласти список таких критеріїв, розташованих в порядку їх значущості [7]:

- 1) розмір бюджету;
- 2) робота з представниками влади;
- 3) використання ЗМІ;
- 4) входження в коаліцію з іншими об'єднаннями або членство в об'єднаннях, у яких є програми захисту інтересів малого бізнесу;
- 5) наявність власної програми уявлення і захисту інтересів підприємництва;
- 6) участь в законотворчому процесі;
- 7) наявність досвіду організації обговорення в суспільстві проблем підприємництва або організації суспільної підтримки своїх дій за уявленням і захистом інтересів підприємництва;
- 8) участь в реалізації державних регіональних програм розвитку малого підприємництва;
- 9) сприяння поліпшенню ділового клімату;
- 10) наявність досвіду участі в коаліціях з метою зміни програмної політики інститутів влади або з метою вирішення конкретних законодавчих проблем відносно бізнесу;
- 11) діяльність з підвищення конкурентоспроможності підприємств і розробки систем забезпечення якості.

Дослідження вітчизняної практики роботи бізнес-асоціацій дозволяє стверджувати, що найбільш повно таким критеріям відповідає Торгово-промислова палата (ТПП) України. Так, ТПП активно використовує можливість захисту інтересів підприємництва через участь у законотворчому процесі. Представники ТПП готували матеріали і брали участь у депутатських слуханнях з різних проблем підприємництва та підготовці законопроектів і регіональних програм розвитку малого бізнесу [10]. В цілях реалізації державних регіональних програм підтримки малого підприємництва, ТПП співпрацюють з представництвами і радами при губернаторах; укладають і реалізують угоди про сумісні дії з адміністрацією; працюють з департаментом з підтримки малого бізнесу обласних держадміністрацій; готують до слухань аналітичні матеріали. Крім того, ТПП добиваються виділення бюджетного фінансування на реалізацію програми; сприяють отриманню кредитів підприємцями; проводять семінари і конференції для підприємців з питань оподаткування, вступу нових законів в дію; організують і проводять конкурси і виставки; розвивають інфраструктуру підтримки малого підприємництва шляхом створення і підтримки мережі спеціалізованих інтернет-сайтів, "гарячих ліній" з правових питань. Провідна роль ТПП підтверджується також і світовим досвідом [11]. Так, зокрема, в США ТПП є однією з найбільших та найвпливовіших бізнес-асоціацій. Заснована у 1895 р., вона об'єднує понад 75% компаній США та відіграє провідну роль у політичному й економічному розвитку США.

Таким чином, можна зробити певні висновки.

По-перше, великий обсяг тіньової економіки вказує на неспроможність держави вирішити питання зменшення трансакційних витрат при виконанні контрактів між суб'єктами підприємництва. Бажання всіх учасників економічної діяльності в Україні забезпечити додаткову стійкість власній справі і захистити свої соціальні та корпоративні інтереси виявляється у створенні багатьох спілок, асоціацій та інших інститутів бізнес-взаємодії.

По-друге, бізнес-взаємодія у рамках підприємницького об'єднання є життєздатним інструментом громадського саморегулювання в економічній сфері. Об'єднані для спільного вирішення своїх повсякденних проблем, підприємці становлять потужну продуктивну силу, спрямовану на реалізацію конкретних завдань. Якщо зусилля підприємців будуть об'єднані, збільшується ймовірність того, що до них прислухатимуться інституції державної влади, у відносинах з якими на сьогодні полягає основна проблема розвитку підприємництва.



По-третє, діючі в Україні інститути бізнес-асоціювання виникають та функціонують недостатньо ефективно. Наявний світовий досвід стверджує, що інституцією найбільшого потенціалу та ефективності за таких умов повинна стати Торгово-промислова палата України.

Література: 1. Болдырь Г. М. Целесообразность и возможность использования немецкого опыта самоуправления экономики в Украине // Вісник Східноукраїнського державного університету. – 1999. – №5 (20). – С. 144. 2. Ляпін Д. В. Бізнес-асоціації України та їх вплив на державну політику / Д. В. Ляпін, К. М. Ляпіна. – К.: Інститут Конкурентного Суспільства, 2005. – 128 с. 3. Офіційний сайт Торгово-промислової палати України. – <http://www.ucci.org.ua>. 4. Сайт Асоціації торгово-промислових палат Європи. – <http://www.eurochambers.be>. 5. Сайт світової мережі торгово-промислових палат. – <http://www.worldchambers.com>. 6. Офіційні сайти регіональних торгово-промислових палат України. – <http://www.kiev-chamber.org.ua>; <http://www.chamber.kr.ua>; <http://www.cci.sumy.ua>; <http://www.rtp.com.ua>; <http://www.kcci.kharkov.ua>; <http://www.cci.zp.ua>; <http://www.cci.donbass.com>. 7. Федотов В. И. Торгово-промышленные палаты. Ч. 1. История / Под ред. чл.-кор. РАН С. А. Смирнова. – 2-е изд. – Саратов: Изд. Саратов. ун-та, 2006. – 260 с. 8. Гурняк І. Л. Проблематика реформування вітчизняного інституту торгово-промислових палат // Формування ринкової економіки в Україні (Науковий збірник). – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2003. – Випуск 12. – С. 73 – 78. 9. Ляпіна К. М. Результати регіонального опитування "Щодо готовності підприємницької спільноти впливати на рішення органів державної влади та місцевого самоврядування" / К. М. Ляпіна, Д. В. Ляпін. – К.: Інститут Конкурентного Суспільства, 2006. – 44 с. 10. Гурняк І. Л. Регіональні торгово-промислові палати в системі зовнішньоекономічних зв'язків України // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Економічні проблеми ринкової трансформації України (Збірник наукових праць)/НАН України. Інститут регіональних досліджень: Відп. ред. акад. НАН України М. І. Долішній. – Львів, 2003. – Вип. 1 (XXXIX). – С. 585–593. 11. Бізнес-асоціації: пріоритети розвитку в умовах вступу України до СОТ / Науково-практичне видання. – К., 2007. 12. Закон України "Про торгово-промислові палати в Україні" від 2 грудня 1997 року №671// <http://zakon.rada.gov.ua>

Бровко К. М.

УДК 339.138:649.6

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

Всесвітні економічні процеси, глобалізація ринків, висока інноваційна динаміка функціонування вимагають від сучасного підприємства всебічної орієнтації на розвиток, який полягає у якісному поліпшенні показників діяльності.

Розвиток підприємства – це абсолютні і відносні зміни показників, які характеризують становище економіки підприємства у часі впродовж тривалого періоду. У результаті розвитку виникає нове якісне становище об'єкта. Істотною характеристикою розвитку є час, оскільки будь-який розвиток здійснюється у реальному часі і тільки час виявляє його спрямованість. Одним зі шляхів реалізації концепції розвитку підприємства є зовнішнє фінансування, найбільш урегульованим з якого є кредитування.

Кредит – це рух позикового капіталу, який здійснюється на умовах забезпеченості, строковості, зворотності і платності. Виконує функції перерозподілу коштів між суб'єктами господарювання; сприяє економії витрат обігу; прискорює концентрацію і централізацію капіталу і стимулює науково-технічний прогрес [1].

Кредит – це позика у грошовій або товарній формі, яка надається кредитором позичальнику на умовах зворотності, частіше за все з виплатою позичальником відсотка за користування позицією [2].

Кредит — надання грошових коштів на певних умовах (термін, відсоток, використання, величина тощо); обов'язки, які діють у встановлений договором термін (кредит довіри); кількість балів, які надаються для регулювання діяльності (кредит оцінки у навчанні) [3].

Термін "кредит" має два варіанти походження (італ. credit — позика та лат. credit – він вірить) та звичайно означає здатність купувати з обіцянкою заплатити або здатність одержати право на товари та отримати товари натепер, а оплатити їх у майбутньому. Можливість кредиту витікає з самого характеру сучасного промислового виробництва, у якому виробничі операції та операції розподілу розташовані у часі. Кредит є інструментом, за допомогою якого заповнюється цей лаг, тобто через який кожен фактор у процесі виробництва та розподілу одержує оплату за свій внесок. Кредит не є ідентичним капіталу, але він робить капітал мобільним. Розширення банківського кредитування є необхідною умовою для збільшення масштабу підприємництва. Однак надмірне поши-

© Бровко К. М., 2008

рення кредиту може настільки збільшити купівельну спроможність підприємців, що виникне конкурентна боротьба за обмежені запаси товарів і матеріалів, а ціни підвищаться настільки, що купівельна спроможність населення знизиться. Розширення банківського кредиту частіше відбувається настільки інтенсивно, що купівельна та інвестиційна спроможність підприємців збільшується невідповідно щодо загальної купівельної спроможності суспільства. У силу свого стратегічного положення банки виконують незвичайну функцію і володіють виключними можливостями надавати підприємцям надійну інформацію і поради відносно кредитів. Надання кредитів залежить від ступеня довіри кредитора позичальникові та ґрунтується на трьох факторах: особисті якості, можливості і капітал позичальника [4].

Узагальнення наукових підходів щодо визначення поняття "кредит" наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Підходи щодо визначення поняття "кредит"

Ознака	Автор			
	А. Літовських	Б. Райзберг	А. Зуб	Ч. Войфел
Забезпеченість	+			
Строковість	+		+	
Зворотність	+	+		+
Платність	+	+	+	+
Цільове використання			+	
Здатність мобілізувати капітал				+

З табл. 1 видно, що авторами приділяється увага різним аспектам досліджуваної категорії, єдність думок спостерігається тільки з огляду на платність кредиту.

Багатоаспектність категорії "кредит" накладає певні обмеження на підприємство-позичальника. Однією з проблем функціонування в умовах кредитування є забезпечення власної фінансової безпеки та унеможливлення поглинання підприємства банком — кредитором. Зазначена проблема виникає внаслідок лібералізації умов кредитування зі зростанням суми кредиту та одночасного наближення суми фінансового забезпечення до вартості бізнесу.

Одним із напрямків вирішення зазначеної проблеми є оптимізація суми кредиту в одній банківській установі та визначення необхідної кількості банків-кредиторів як співвідношення загальної суми потреби підприємства у кредитних коштах до оптимальної суми кредиту в одному банку.

Для вирішення поставленого завдання проаналізуємо кредитну статистику одного з вітчизняних підприємств. Статистичне спостереження динаміки показників кредитування у корпорації "Укренергоінжиніринг" наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка показників кредитування корпорації "Укренергоінжиніринг"

Розмір кредиту, тис. грн	Ставка кредитування, %	Оціночна вартість підприємства, тис. грн	Питома вага суми застави у вартості майна підприємства, %
50	26	50 000	0,1
100	22		0,2
200	22		0,4
300	20		0,6
400	19		0,8
500	18		1
1 000	18		2
2 000	17		4
5 000	16		10
10 000	15		20
25 000	14,5		50

У табл. 2 наочно представлено зменшення вартості кредиту "в обмін" на збільшення суми заставного майна підприємства, що графічно може бути зображено у вигляді висхідної та спадної кривих ліній тренду (рисунок).

На рисунку наведено рівняння ліній тренду та ступінь точності у вигляді коефіцієнтів апроксимації. Обчислення оптимальної суми кредиту базується на визначенні координат точки перетинання кривих та можливо через вирішення системи рівнянь (1) відповідних ліній тренду.

$$\begin{cases} y = -1,0045x + 24,891; \\ y = 0,0517e^{0,5806x} \end{cases}; \quad (1)$$

$$-1,0045x + 24,891 = 0,0517e^{0,5806x};$$

$$x = 7500.$$

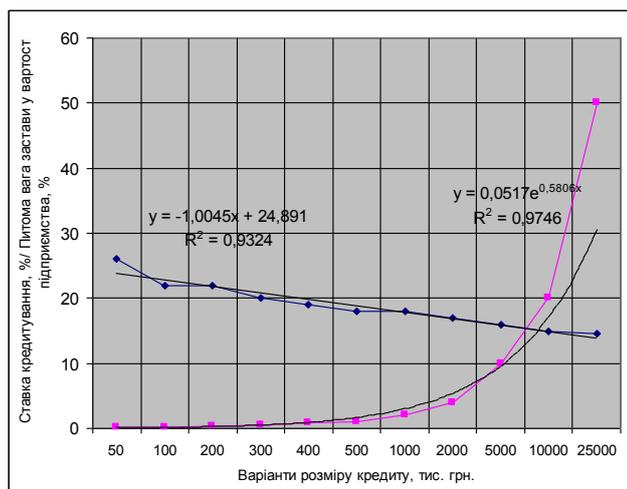


Рис. Залежність ставки кредитування та суми застави від розміру кредиту в корпорації "Укренергоінжиніринг"

Таким чином, обчислення системи рівнянь (1) дає змогу одержати оптимальну суму кредиту корпорації "Укренергоінжиніринг" в одній банківській установі (ОСК) у розмірі 7 500 тис. грн.

Нормативна потреба підприємства у позикових коштах (ППК) складає 15 000 тис. грн. Тобто, оптимальну кількість кредитних установ (ОККУ) може бути обчислено за формулою 2:

$$ОККУ = \frac{ППК}{ОСК} \quad (2)$$

Оптимальна кількість кредитних установ для корпорації "Укренергоінжиніринг" складає 2.

Таким чином, кредит є одним з основних джерел фінансування розвитку підприємства. Базові ознаки категорії "кредит", до яких належать забезпеченість, зворотність, строковість, платність, цільове використання та здатність мобілізувати капітал, накладають низку обмежень щодо функціонування підприємства з огляду на фінансову автономність, фінансову безпеку та загрозу бути поглиненим кредитною установою. Дослідження кредитної історії вітчизняних підприємств на прикладі корпорації "Укренергоінжиніринг" свідчать про наявність спадної динаміки ставки кредитування та висхідної динаміки вартості заставного майна залежно від розміру кредиту. Це дало авторів змогу розробити методичний підхід щодо визначення оптимального розміру кредитування у одній банківській установі з огляду на показники вартості кредиту та фінансової автономності позичальника. Урахування загальної потреби підприємства у позикових коштах дає змогу обчислення похідного показника — оптимальної кількості кредитних установ.

Література: 1. Литовских А. М. Терминологический словарь: финансы, денежное обращение и кредит / А. М. Литовских, И. К. Шевченко. – М.: Вильямс, 2006. – 340 с. 2. Райзберг Б. Современный экономический словарь / Б. Райзберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 1246 с. 3. Зуб А. Стратегический менеджмент: Теория и практика: Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 415 с. 4. Войфел Ч. Энциклопедия банковского дела и финансов. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 480 с.

Buslaeva A. V.

УДК 658.012.1

ANTICRISIS MANAGEMENT AS THE TOOL OF GUARANTEE OF SOCIO-ECONOMIC STABILITY OF THE ENTERPRISE

Raising of problem in a general view and communication with the important scientific or practical tasks. Through the considerable influencing of aggregate of destabilizing factors modern domestic economic reality is characterized by instability of dynamics of the most important macroeconomic processes and complication of situation at basement of economy – micro-levels. Thus, the special actuality is obtaining the study of effective management possibilities of an enterprise. The problem of search and introduction in practice of such forms and management methods the use of which will allow to provide for

© Buslaeva A. V., 2008

and avoid the crisis being in an enterprise is important and actual, and in the case of its origin, to quit it with the least losses. Therefore there is a necessity in system research of theory — methodology and applied bases of construction of the anticrisis control system by domestic enterprises with the account of specific of terms of transitive economy on the basis of the use of domestic and foreign achievements of academic and practical character.

Analysis of the last researches and publications, in which beginning fixed to the decision of the given problem and which an author leans on.

For today there is a plenty of literary sources which are devoted to the anticrisis management. It is necessary to notice that a different understanding of anticrisis management exists at the researchers of countries with the developed market economy and C.I.S. countries. From one side, it has related to the difference in experience of application of anticrisis management, and, from other side — with the features of functioning of domestic enterprises which are determined by the transitional type of economy of Ukraine. The present publications of the Ukrainian researchers examine the separate (fragmentary) questions of anticrisis management only, keeping indoors on the level of formulation of conceptual basement and generalization of tool of their realization.

Formulation of aims of the article (rising of task). Purpose of the article — to consider and analyse existing approaches to determination of essence of anticrisis management by an operating enterprise in the conditions of transitive economy.

Exposition of basic material of research with complete the substantiated scientific results.

A different understanding of anticrisis management exists at the researchers of countries with the developed market economy and C. I.S. countries. In particular, by the western European specialists the anticrisis management is determined as "activity necessary for overcoming of present, that threatens to existence of enterprise, at which the survival" becomes a basic question [1]. The given activity is characterized by the "increase of intensity of application of tools and methods on an enterprise, necessary for overcoming to threatening existence of enterprise" [2]. Thus, in opinion A. Brighema, there is the transfer of all attention on the instantaneous, short-term problems simultaneously related to conducting of hard and rapid deciding measures [3]. Well known German economist R. Celler pays attention to that notion "an anticrisis management is the special form of management, the foreground job of which warning or overcoming of all processes which are able to create a substantial threat for the vital functions of enterprise or even do impossible its functioning" [4].

In a recent year the separate questions of anticrisis management came into notice of many researchers of Russia, in particular A. G. Mud, E. M. Corotcova, S. G. Belyaeva, V. I. Coshcina, V. V. Criganivscogo, E. S. Minaeva, V. P. Panagoushina, E. An Outcina [5 – 9].

Among researches of Ukrainian scientists, the problems of anticrisis management are lighted up in works I. P. Bouleeva, M. E. Bryohovetscoi, V. O. Vasilenco, Y. E. Gayvoronscoi, S. M. Ivanyoti, L. O. Ligonenco, N. M. Litvina, L. Sitnic, G. V. Telnovoi [10 – 17] etc.

It is necessary to notice that some researchers narrow notion of anticrisis management to the problems of bankruptcy of enterprise, its sanitation and restructuring, here the preventive aspect of anticrisis management by them is not taken into account.

So for example, G. Bazarov, S. G. Belyaev, L. P. Belih and V. I Coshcin is understood by the anticrisis management as "aggregate of forms and methods of realization of anticrisis procedures in accordance with a concrete enterprise — debtor" [7]. Whoever A. B. Croutic and A. I. Mouravyov under the anticrisis management understand the system of measures on warning of bankruptcy, in particular, management in the conditions of risks [18]. Under the anticrisis management on an enterprise I. P. Bouleev and M. E. Bryohovetsca understand a "micro economy category, that displays the production relations, which take place on an enterprise during its making or liquidation" healthy [10].

Similarly, N. M. Litvin marks that anticrisis management – it is the aggregate of forms and methods of realization of anticrisis procedures in relation to concrete enterprise – debtor [15]. But a similar interpretation of essence of anticrisis management loosens it preventing, passing ahead orientation. Thus, the question of consideration of anticrisis management as a process of prevention of crisis is unsolved. It is therefore necessary to do an accent in the anticrisis control system exactly on before crisis (to — crisis) preparation of enterprise, preventive work from non-admission of crisis. Realization of set of anticrisis procedures, namely before crisis preparation, will allow to bring probability down of origin of crisis situations and bankruptcy, to promote thus efficiency of activity of enterprise and economy on the whole.

Opposite approach to understanding of notion has the anticrisis management E. Outcin, who underlines that "main in the anticrisis management — providing of terms, when financial complications can not have a permanent and stable character. A language in relation to bankruptcy at such approach must not be, the administrative mechanism of removal of problems, which arise up is to be put right, till they gained irreversible character" [9].

On determination of V. Vasilenco, anticrisis management is management the foresight of danger of crisis is put in which definitely, analysis of its symptoms, measures on the decline of negative consequences of crisis and use of its factors for a next development [11]. A researcher A. Gryaznova marks that the "anticrisis management is such control system by an enterprise, which has a complex character that directed on avoidance or liquidation of undesirable for business of the phenomena through the use of all potential of modern management, development and realization on the enterprise of the special program, that has a strategic character, and allows to liquidate temporal complications, store and increase market positions at any circumstances, at the use mainly of own resources" [5].

L. S. Sitnic the anticrisis management identifies as a "capacity for development of optimum paths of exit from a crisis situation, determination of priority values of enterprise in the conditions of crisis, co-ordinations of activity of enterprise and its works after prevention of crisis, achievement of efficiency of their labour in extreme terms" [16].



Another researcher, G. V. Telnova, describes the anticrisis management as management is able to soften crises, and also retain functioning of enterprise in the mode of survival in a given period and get it out of the crisis being with the minimum losses [17].

In opinion of E. Corotcova and A. Belyaeva the "anticrisis management is the management in which it is put by certain appearance and foresight of threat of crisis, analysis of its symptoms, measures on the decline of negative consequences of crisis and use of its factors for subsequent development" [6]. E. S. Minaev examines the anticrisis management as complex consistently the carried measures out of warning, preventing, overcoming of crisis, decline of level of its negative consequences. He considers that it is technology of active administrative activity in the complete complex of all its functions, roles and plenary powers [8].

The point of view V. G. Criganovscogo is such, that "anticrisis management is previous diagnostics of reasons of origin of crisis situation on an enterprise; analysis of external environment and potential of competitive edges of enterprise for the choice of strategy of its development; business-planning of increase of competitive edges and financial making of enterprise healthy; development of procedures of the financial making of enterprise and checking system healthy after their realization" [8].

At the same time, L. O. Ligonenco in the monograph [14] says, that the anticrisis management is the constituent of management of enterprise on the whole. The question is the special, constantly the organized management, aimed on the most operative exposure of signs of the crisis present and creation of the proper pre-conditions for its timely overcoming with the purpose of providing of renewal of viability of separate enterprise, non-admission of origin of situation of its bankruptcy [14].

Researcher S. M. Ivanyota examines the anticrisis management as system organizationally — economic measures on diagnostics, prejudice, neutralization and overcoming of the crisis phenomena and their reasons of origin in the economic systems at all level of economy [13].

In opinion of Y. E. Gayvoronscoi, anticrisis management — is the special, complex process of monitoring of influencing of negative factors on activity of enterprise with the purpose of providing of its permanent functioning in the area of economic safety, use of measures on warning of transition of enterprise to the crisis area, and in critical case with the purpose of its maximally rapid and effective exit from a crisis area [12].

Conclusions from the given research and prospect of subsequent secret services in the given direction.

Researches showed the presence of different interpretations of anticrisis management, summarizing which it is possible to formulate a next notion of anticrisis management — this exposure of signs of crisis, that approaches, its displays in different subsystems of enterprise and determination of character of locality of crisis (in the separate subsystems of enterprise, on the whole on an enterprise etc.).

We share the opinion of those researchers, who consider the key moment of anticrisis management of exactly warning of crisis situations, and are convinced, that any management is to be anticrisis. The anticrisis control system is characteristics, which give some features to the management mechanism: flexibility and adaptation, capacity for diversification and timely situation reaction, decline of centralism for providing of timely situation reaction on nascent problems, and also possibility effectively to use potential of enterprise and informal methods of management. Taking into account modern development status of economy, in particular in a machine-building sphere, these measures are necessary. Therefore, for providing of financial stability on every enterprise support of its viability through the system of preventing anticrisis measures is the necessary condition.

Literature: 1. Gandolfo G. Economic Dynamics. — Springe, 1991. — 612 p. 2. Petty R. Basic Financial Management / R. Petty, J. William, K. Keowon, T. Arthur, Scott David F., Martin John D. — USA, Prentice-Hall, Inc., 1993. — 423 p. 3. Brigham E. F. Financial management: Theory and Practice, 1990. — 456 p. 4. Keller R. Unternehmenssanierung: aussergerichtliche Sanierung und gerichtliche Sanierung. — Berlin: Verl. Neue Wirtschafts-Briefe, 1999. — 271 p. 5. Антикризисный менеджмент / Под ред. А. Г. Грязновой. — М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем"; Изд. ЭКСМОС, 1999. — 366 с. 6. Антикризисное управление: Учебник для вузов / Под ред. Э. Короткова, А. Беляева, Д. Валовой. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 432 с. 7. Базаров Г. З. Теория и практика антикризисного управления: Учебник для вузов / Г. З. Базаров, С. Г. Беляев, Л. П. Бельх; [Под ред. С. Г. Беляева, В. И. Кошкина. — М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1996. — 469 с. 8. Крыжановский В. Г. Антикризисное управление: Учебное пособие для технических вузов / В. Г. Крыжановский, В. И. Лапенков, В. И. Лютер; [Под ред. Э. С. Минаева и В. П. Панагушина. — М.: Изд. "ПРИОР", 1998. — 432 с. 9. Уткин Э. А. Антикризисное управление. — М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем", Изд-во "Экмос", 1997. — 400 с. 10. Булеев И. П. Антикризисное управление предприятием / И. П. Булеев, Н. Е. Брюховецкая. — Донецк: ИЭП НАН Украины, 1999. — 178 с. 11. Василенко В. О. Антикризисное управление підприємством. — К.: ЦНЛ, 2005. — 504 с. 12. Гайворонська Ю. С. Методичні основи функціонування механізму антикризового управління підприємством. — Рукопис дисертації. — К., 2006. — 254 с. 13. Іванюта С. М. Антикризисное управління в АПК. Навчальний посібник / С. М. Іванюта, В. Ф. Іванюта, В. В. Писаренко. — Полтава: Лібра, 2002. — 207 с. 14. Крутик А. В. Антикризисный менеджмент / А. В. Крутик, А. И. Муравьев. — СПб.: Питер, 2001. — 432 с. 15. Лігоненко Л. О. Антикризисное управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій. Монографія. — К.: КНТЕУ, 2001. — 580 с. 16. Літвін Н. М. Поняття антикризового управління підприємствами (міжнародний досвід) // Вісник Київського університету. Міжнародні відносини. — Вип. 27. — 2003. — С. 232 — 234. 17. Ситник Л. С. Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством / НАН України, Інститут економіки промисловості. — Донецьк: ІЕП НАН України, 2000. — 503 с. 18. Тельнова Г. В. Антикризисное управління машинобудівним підприємством. — Рукопис дисертації. — Маріуполь, 2006. — 298 с.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання задля отримання запланованих економіко-соціальних результатів діяльності підприємства необхідно використовувати ефективні методи з формування та підтримки його економічної безпеки. Доцільність приділення великої уваги питанням безпеки обумовлена різноманітними факторами. З одного боку, підприємство в умовах обмеженості ресурсів, що характерні для сучасного ринку, може виступати як джерело певних видів економічних ресурсів (фінансові можливості, виробничі потужності, технологічні здобутки, висококваліфікована робоча сила тощо). З іншого боку, для вітчизняного ринку недосконалої конкуренції, на жаль, характерне застосування суб'єктами господарювання методів сумлінної конкуренції, що негативно впливає на заплановані економічні результати діяльності підприємств. Отже, розвиток й упровадження новітніх методів з планування, організації та управління економічною безпекою на підприємстві виступає умовою його ефективної, результативної діяльності, що обумовлює актуальність обраного напрямку дослідження.

Питанням управління економічною безпекою приділено роботи багатьох вітчизняних й зарубіжних вчених, а саме: С. Г. Беляєва, І. О. Бланка, А. П. Градова, Р. М. Качалова, Г. Б. Клейнера, А. П. Ковальова, Л. О. Лігоненко, Е. С. Мінаєва, В. П. Панагушина, В. Л. Тамбовцева, М. І. Титова, Е. А. Уткіна. Деякі теоретичні аспекти економічної безпеки окреслено О. В. Ареф'євою, Г. Дарнопихом, Б. Губським, Ф. І. Євдокимовим, Н. В. Федоровою, М. М. Ермошенко, В. П. Пономарьовим, В. Л. Тамбовцевим.

Детального розкриття набули питання сутності поняття економічної безпеки на всіх інституціональних рівнях, уточнення основних її функціональних складових, кількісного оцінювання її рівня. На погляд автора, менш розробленими залишаються методичні підходи з організації економічної безпеки підприємства, а саме: визначення об'єктів та суб'єктів захисту, відповідних заходів, джерел фінансування організаційного процесу в конкретних бізнес-ситуаціях. Усе це обумовлює необхідність удосконалення методичного інструментарію підтримки економічної безпеки підприємства.

Аналіз літературних джерел [1 – 3] з антикризового та стратегічного управління свідчить про існування великого різноманіття критеріїв, які обумовлюють формування комплексної системи економічної безпеки підприємства. Слід зазначити, що вони характеризують стан як внутрішнього, так і зовнішнього середовища підприємства, оскільки там присутні джерела загроз. На думку автора, доцільно погодитися з думкою провідних вчених та економістів, що значущими факторами, які визначають структуру системи захисту підприємства, є такі: джерела загроз і небезпек, функції системи захисту, фінансові можливості підприємства.

Отже, результативність організації економічної безпеки підприємства залежить від обґрунтованого використання певного набору засобів та чіткої реалізації заходів задля її підтримки, а також достатньої фінансової бази.

Запропонований підхід до організації економічної безпеки передбачає використання шахової матриці, координатами позиціонування в якій є такі критерії: стадія життєвого циклу підприємства та рівень використання фінансових ресурсів (рис.1). Такий поетапний вибір необхідних методів організації обумовлено впливом запропонованих критеріїв на сутність та результат можливих рішень з підтримки чи підвищення економічної безпеки підприємства.

На першому етапі доцільно оцінити рівень використання фінансових ресурсів з метою визначення фінансової можливості та доцільності використання певних заходів для забезпечення захисту підприємства від загроз зовнішнього та внутрішнього середовища.

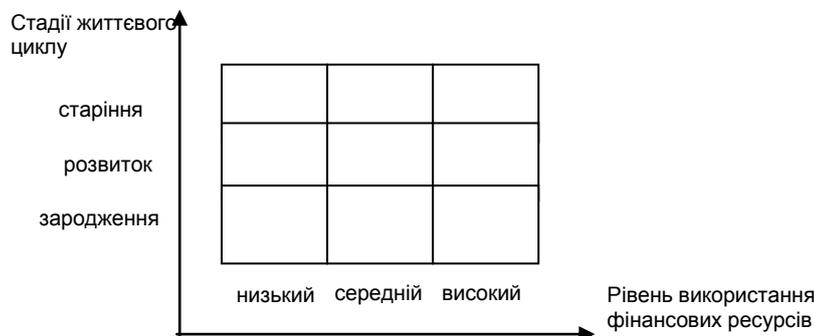


Рис. 1. Матриця вибору заходів щодо організації економічної безпеки підприємства



Кількісно оцінити його доцільно за допомогою інтегрального показника, що характеризує ефективність використання фінансових ресурсів підприємства, яка зумовлює його фінансово-економічне становище. Найбільш доцільно спиратися на розробки В. Плюти і З. Хельвіга [4], які запропонували використовувати метод таксономії для узагальнення існуючих ознак щодо формування показника, який характеризує рівень розвитку. Вітчизняні економісти В. Забродський, Т. Клебанова і В. Скуріхин [5] запропонували надалі використовувати даний інтегральний показник як комплексну оцінку стану підприємства у процесі його антикризового управління, спрямованого на досягнення і підтримку стійкого положення.

Оскільки сфера фінансової діяльності є комплексною й передбачає використання фінансових ресурсів задля досягнення різних цілей (забезпечення фінансової стійкості, ефективне використання обігових коштів, підвищення рентабельності власного капіталу, формування оптимального портфеля цінних паперів та ін.), доцільно здійснювати розрахунок інтегрального показника використання фінансових ресурсів з урахуванням результативності фінансової діяльності за всіма напрямками комплексно. Такий підхід передбачає одночасне врахування часткових показників фінансової діяльності на основі кількісної оцінки ефективності їх використання. До інтегрального показника використання фінансових ресурсів слід віднести такі показники, що характеризують рівень фінансової діяльності, як:

інтегральний показник фінансових результатів діяльності підприємства, при визначенні якого потрібно оперувати показниками рентабельності сукупного і власного капіталів, валової та операційної рентабельності продажів;

інтегральний показник ліквідності, що включає коефіцієнти абсолютної, термінової і загальної (поточної) ліквідності;

інтегральний показник ділової активності, що враховує частку власних обігових коштів в активах, коефіцієнти оборотності власного, основного, оборотного капіталу і капіталу загалом, оборотності виробничих запасів і готової продукції, оборотності дебіторської і кредиторської заборгованостей;

інтегральний показник фінансової незалежності, до складу якого доцільно віднести коефіцієнти фінансової стійкості, автономії, маневреності робочого капіталу, показник фінансового важеля, коефіцієнт забезпечення запасів і витрат власними джерелами формування та коефіцієнт фінансового ризику.

На другому етапі необхідно визначити стадію життєвого циклу підприємства, оскільки для різних етапів розвитку підприємства характерні певні особливості функціонування, цілі та завдання, що обумовлює визначення об'єктів захисту та можливі загрози з боку суб'єктів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Результати аналізу літературних джерел [6; 7] з питання сутності та особливостей основних стадій життєвого циклу підприємства свідчать про різноманітність думок спеціалістів в області стратегічного менеджменту.

У роботі [6] автор презентує результати дослідження потенційних можливостей підприємства за умов різних стадій розвитку. Так, автор в якості основних стадій життєвого циклу визначає етапи створення, зростання, стабілізації, спаду та ліквідації. Саме на стадії стабілізації рівень потенціалу підприємства є максимальним, відповідно для стадій зростання та спаду характерне його значне збільшення та зменшення відповідно. Результати, які презентовані авторами, підтверджують той факт, що для різних етапів розвитку підприємства доцільно визначити певні особливі цілі забезпечення економічної безпеки та реалізовувати їх за допомогою відповідних заходів. Іншими авторами запропоновано використовувати в ході дослідження діяльності підприємства такі етапи, як: зародження, виникнення, становлення, зростання, рання зрілість, застаріння, припинення діяльності. Така сукупність стадій є досить детальною, на думку автора, тому деякі етапи необхідно об'єднати між собою.

Деякі науковці розглядають стадії життєвого циклу підприємства з позицій поведінки персоналу на кожному етапі розвитку. Так, вони стверджують, що на певному етапі розвитку підприємства та його діяльності значущість особистих властивостей персоналу набуває різних пріоритетів.

Аналіз літературних джерел щодо встановлення критеріїв, значення яких обумовило визначення стадії життєвого циклу, свідчить про те, що більшість економістів схиляється до проведення динамічного аналізу. З цією метою аналізуються протягом певного періоду такі показники, як обсяг продукції, загальний обсяг активів, обсяг власного капіталу, обсяг прибутку. За темпами зміни наведених показників фахівці визначають стадії життєвого циклу. Найбільш високі темпи зростання показників за певний період властиві для стадії "юність" та "рання зрілість", стабілізація більшості таких показників – для стадії "зрілість", а зменшення – для стадії "старіння".

У роботі [7] Р. А. Фатхутдинов визначає типовий цикл прибутковості товару в динаміці. Автор визначає чотири стадії, а саме: перша стадія характеризується збитками, обсяги яких поступово збільшуються, а потім зменшуються. Для другої стадії властиво вже формування прибутку, динаміка обсягу якого характеризується збільшенням. Третя стадія циклу прибутковості визначається максимальними обсягами прибутку, обсяги якого несуттєво змінюються, остання стадія характеризується негативною динамікою обсягів прибутку, до певного моменту отримання збитків. Наведені в роботі [7] стадії можливо співставити з основними стадіями життєвого циклу товару. Отримані результати матимуть такий вигляд: перша стадія прибутковості товару відповідатиме стадіям "народження" та "дитинство", друга стадія прибутковості товару характерна для стадій "юності" та "ранньої зрілості", третя стадія прибутковості товару – стадії "зрілість", четверта стадія прибутковості товару відповідатиме стадії "старіння".



Отже, за результатами аналізу літературних джерел щодо сутності та критеріїв визначення стадії життєвого циклу підприємства, можна зазначити, що існують різноманітні думки відносно конкретизації питання, яке досліджується. На думку автора, для спрощення запропонованого підходу до організації економічної безпеки підприємства доцільно згрупувати існуючі стадії за трьома напрямками: зародження, розвиток, спад (старіння). До такої думки схильні деякі науковці, які також пропонують здійснювати об'єднання існуючих стадій за певними напрямками, а саме: провідні фахівці зі стратегічного менеджменту визначили сукупність відповідних стратегій, які доцільно використовувати за умов кожної стадії. У зв'язку з тим, що реалізація кожного виду бізнесу відбувається в умовах обмеженої кількості ресурсів, які підприємство змушено перерозподіляти від одного виду діяльності до іншого, визначення стратегій доцільно проводити на основі концепції "життєвого циклу".

Третій етап запропонованого методичного підходу до організації економічної безпеки передбачає визначення позиції підприємства в матриці заходів, які визначають конкретні набори програм та проектів з організації економічної безпеки, враховуючи два запропонованих критерії позиціонування, які визначено на першому та другому етапах.

Для кожного квадранта матриці характерний певний набір заходів, що є дієвими за умов ситуації, що склалася. Ситуації, що притаманні кожному квадранту, узагальнено за допомогою запропонованих критеріїв позиціонування, що дозволяє визначити об'єкт та суб'єкт захисту, певні процедури й заходи. А також визначити фінансові можливості щодо їх реалізації.

У зв'язку з об'єктивною необхідністю постійного спостереження та оцінювання рівня економічної безпеки підприємства використання запропонованої матриці дозволяє наочно визначити своєчасність використання певних заходів, зробити висновок про їх доцільність для підприємства та надасть можливість прогнозувати тактичні дії з організації безпеки у перспективі.

Запропоновані критерії стадії життєвого циклу підприємства та рівень використання фінансових ресурсів необхідно оцінити якісно за сутністю та рівнем досягнення відповідно, тобто зародження, розвиток, старіння та високий, середній, низький, що обумовлює наявність шістьох квадрантів у матриці, для яких характерний відповідний набір програм підтримки чи формування економічної безпеки підприємства.

Основними напрямками дослідження є обґрунтування доцільності використання запропонованого підходу, а саме його апробація у практичній управлінській діяльності вітчизняних підприємств. Також уваги у перспективному дослідженні питань управління економічною безпекою набувають проблема визначення кількісних показників, що характеризують використання стратегічних та тактичних принципів управління економічною безпекою підприємства.

Література: 1. Баринов В. А. Антикризисное управление. – М.: ИД ФБК – ПРЕСС, 2002. – 515 с. 2. Виханский О. С. Стратегическое управление. – М.: Гардарики, 1998. – 250 с. 3. Маркова В. Д. Стратегический менеджмент / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2001. – 240 с. 4. Плюта В. Сравнительный анализ в экономических исследованиях. Методы таксономии и факторный анализ / Научн. ред. В. И. Жуковский; [Пер. с польск. В. В. Иванов, – М.: Статистика, 1980. – 152 с. 5. Забродский В. А. Анализ и предупреждение дестабилизации функционирования предприятия / В. А. Забродский, Т. С. Клебанова, В. И. Скурихин. – К.: Манускрипт, 1994. – 77 с. 6. Бланк И. Инвестиционный менеджмент. – К.: Эльга-Н, Ника-центр, 2001. – 448 с. 7. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент. – М.: ЗАО "Бизнес-школа" Интел-Синтез", 1998. – 416 с.

УДК 338.981

Власюк В. Є.

НАУКОВІ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СИСТЕМОЮ: СУТНІСТЬ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Характеристика монетариського і кейнсіанського підходів щодо антициклічного регулювання економіки показує, що між ними є істотні розходження у принципах й методах проведення управлінських заходів забезпечення сталого розвитку економіки.

Загальним методологічним підходом кейнсіанців є покладання на концепції проведення активної макроекономічної державної політики, яка необхідна для стабілізації внутрішньо дестабілізованої економіки.

Монетариська концепція макроекономічної політики більш пасивна, тому що економіка внутрішньо стабільна й, відповідно, це автоматично призводить до стану довгострокової рівноваги. Тому державне втручання, як визначає ця школа, навпаки, підсилює економічну нестабільність й повинне бути зведене до мінімуму.

© Власюк В. Є., 2008



У кейнсіанській моделі фінансова (бюджетно-податкова) політика розглядається як найбільш ефективний засіб стабілізації національної економіки, тому що державні витрати впливають на величину сукупного попиту й виявляється сильний мультиплікативний вплив на споживчі витрати.

У монетарній теорії впливом фінансової політики приділяється другорядна роль, порівняно з монетарною політикою, оскільки фінансові заходи викликають ефект витіснення й сприяють підвищенню рівня інфляції, що значно знижує їх стимулюючий ефект.

Кейнсіанці розглядають монетарну грошово-кредитну політику як другорядну стосовно фінансової, тому що в кредитно-грошовій політиці запроваджується складний передавальний механізм, а саме: зміна грошової маси призводить до зміни ВВП через механізми зміни інвестиційних витрат, які реагують на динаміку процентної ставки.

Монетаристи ж вважають, що зміна грошової пропозиції безпосередньо впливає на сукупний попит і, отже, на номінальний ВВП.

Але у кейнсіанців та монетаристів є й спільні погляди і підходи до проведення економічної політики. Їх називають теоретиками сукупного попиту, тому що ці обидві протилежні економічні концепції виходять із необхідності контролю за сукупним попитом [1].

Проблему процесів управління економікою можливо розглядати й з іншого боку, а саме з позицій пропозиції. Такий підхід відомий як економічна теорія пропозиції. Серед прихильників цієї теорії такі вчені, як А. Лаффер, Дж. Гилдер, М. Еванс, Н. Тур, М. Фелдстайн. Цілеполягання прихильників цього наукового спрямування визначається тим, що, як вони вважають, макроекономічна політика держави повинна зосередитись головним чином на забезпеченні економічного зростання у довгостроковому періоді, а не покладатись на короткострокову економічну стабілізацію. Тому економіка пропозиції, з цих позицій, характеризується такими спрямуваннями, як відмова від кейнсіанської політики регулювання попиту; наголошення на стимулах і факторах пропозиції; пропагандуванням істотного зменшення податків. Представники цієї теорії, дотримуючись класичних поглядів на економіку, стверджують, що обсяг виробництва більше реагує на стимули і податки, аніж на зміну сукупного попиту. У проведенні зваженої державної політики слід зосередитись на стимулах, які впливають на пропозицію праці, капіталу і розвитку підприємництва, що є значущими у нашому сьогоденні, наприклад, становлення ринкових відносин в Україні [1].

Один із прибічників неокласичного спрямування У. Шепард відмічав, що основні відмінності неокласичної теорії, яка покладається на людські взаємовідносини, на відміну від традиційної теорії організації, зводяться до того, що:

1. У виробленні рішень частіше бере участь широке коло співробітників організації (наприклад, підприємств та комерційних банків), а не лише вузька група управлінців вищого рівня.

2. Основною організації є не індивід, а скоріше група, члени якої взаємодіють за допомогою особистих контактів (наприклад, ФПГ як організаційне угруповання).

3. Не тільки адміністративна влада, а й взаємна довіра слугують об'єднуючою силою організації (наприклад, застосування важелів впливу "партисипативного управління").

4. Керівник – це скоріше посередник для зв'язків усередині групи й між групами, а не лише представник вищої ланки (наприклад, голова спостережної ради, як повноважна особа, з одного боку, та він же, як представник державної управлінської системи – з іншого, який в змозі об'єднати задумки державних службовців й менеджерів, що з успіхом демонструють представники ФПГ і ТНК).

5. Необхідним є збільшення відповідальності членів організації, а не зовнішній контроль за наслідками їх роботи (що є важливим, але ще не визначеним в Україні).

Науковий підхід до організації з позицій людських відносин висунув на перший план концепцію організації як єдиної системи, що охоплює окремі особи та неформальні групи й враховує відносини всередині групи, враховуючи формальні взаємозв'язки між членами організації. Підходи цієї школи привернули увагу до людини та її місця в організації, на відміну від традиційної школи, яка не враховувала людський фактор та поведінку особи в управлінській діяльності [2].

З інших позицій розглядав модель організації М. Лайкерт, який теж покладався на врахування людських відносин, але із застосуванням системного підходу. Він зважав на те, що організаційні процеси і методи керівництва тісно пов'язані з виявленням та формуванням мотивів поведінки й повинні бути погодженими і сумісними один з одним, якщо потрібно, аби організація діяла ефективно. Якість цієї системи визначає здібності організації створювати ефективний зв'язок, приймати розумні рішення та стимулювати й координувати діяльність окремих її співробітників або впливати на них. Таку систему він назвав системою взаємодії й впливу та вважав, що вона повинна стати головним чинником управління, й до того ж така система створюється за допомогою формування процесів зв'язку, де інтегрується діяльність різноманітних груп, секторів цієї організації [2]. Визначається, що професійна модель у багатьох відношеннях відрізняється від традиційної моделі. Наприклад, традиційна модель припускає, що є одне головне джерело влади (лінійна організація), яке визначається основою для прийняття остаточних рішень та контролю. У професійних організаціях (наприклад, в державному управлінні, або підприємстві) контроль здійснюється за допомогою професійних (законодавчих, адміністративних) норм та взаємодії між співробітниками (колегами) по роботі. У таких організаціях також можуть виникати серйозні конфлікти між представниками адміністративної влади та окремими службовцями, між професійними знаннями й носіями окремої інформації, що часом, наприклад, спостерігається у взаєминах між представниками виробничих галузей та банківської системи.

Г. Саймон, у розробленій ним теорії (моделі) прийняття рішень, використовує термін "прийняття рішень" як синонім терміна "керівництво", де вироблення рішень включає три такі основні етапи, як:

1. Інформацію – оцінку обставин для певних умов, які необхідно знати для прийняття рішень.
2. Проектування – розробка і аналіз можливих варіантів дій.
3. Вибір – відбір певних напрямів дій із можливих альтернатив.

У цілому ця теорія розглядає організацію як адаптивну систему, яка складається з ряду груп за різноманітними інтересами, об'єднаними у велику систему [2].

Запровадження системного підходу, як сучасної теорії організації, спонукало до дослідження в різноманітних аспектах, кожної підсистеми як окремо, так і їх взаємовідносин. Якщо традиційна теорія управління організацією приділяла головну увагу ієрархічній піраміді виконання завдань і повноважень, підкреслюючи вертикальні зв'язки в цій побудові, то сучасна теорія управління, навпаки, розглядає усю систему як сукупність підсистем, які її склалають, та різноманітних елементів, що взаємодіють і пов'язані між собою. Такий підхід враховує не тільки вертикальні, а також горизонтальні зв'язки та зв'язки, які перетинаються. Наприклад, цілий ряд країн, зокрема Австрія, Білорусь, Велика Британія, Ірландія, Канада, Німеччина, Польща, Росія, Франція та Японія поклали на Центральні банки доручення щодо діагностування своєї економіки, які проводяться переважно у формі опитувань й мають приблизно схожі назви: "дослідження ділового оптимізму, або настроїв бізнесу". Подібні опитування проводяться за допомогою розсилання раз на квартал керівникам різноманітних компаній анкет, у яких містяться запитання за різними напрямками їх діяльності. Центральні банки взяли на себе таку функцію з метою виявляти, визначати проблеми та організувати, разом із державними органами, більш адекватну економічну політику. Таке своєчасне виявлення проблемних питань надає можливість реагувати на зміни, оперативно вирішувати, наприклад, збільшувати або зменшувати обсяги грошових коштів в обороті, визначати здатність щодо здешевлення чи подорожчання позик. Таким чином, наприклад, у Франції, покладаючись на опитування, які проводить міністерство економіки, державні органи спостерігають, як налаштовані місцеві компанії розвивати бізнес всередині країни, або вивозити капітали за кордон.

У сучасній організації саме зв'язки стають виключно важливими, адже функція горизонтальних зв'язків покладається на спрощення вирішення проблем, що виникають внаслідок розподілу праці (впливів, повноважень). Їх природа й особливості застосування (використання) визначаються співробітниками організації, які мають різноманітні, або відмінні організаційні підцілі, але взаємозалежна діяльність яких потребує взаємопов'язування. Таким чином, функція організації визначається основним засобом чи "зв'язуючим посередником", за допомогою якого окремі ресурси (матеріальні, фінансові, трудові, людські та ін.) з'єднуються разом, з метою утворення інтегрованої, дієздатної системи.

У системному підході, який проявляється у процесі здійснення підприємством послідовних цілеспрямованих дій щодо виконання визначених (передбачуваних) або виникаючих (непередбачуваних) завдань, є вагомими значення п'яти підсистем, які визначають спрямування усієї організації, а саме:

1. *Елементи організації* (підприємства), які включають як окремих осіб, неформальні групи чи неформальні організації, так і формальні організації, а в деяких випадках зовнішні системи, що виявляють прямі впливи на певну організацію (наприклад, підприємницьку) як на систему.

2. *Взаємодія між елементами системи*, що визначає процес, який висуває на перший план загальні цілі організації, незважаючи на інтереси, які суперечать, окремих службовців або груп чи інших організацій.

3. *Процеси інформації та зв'язку*, які слугують основою інтеграції окремих частин організації в єдину систему.

4. *Розвиток і життєдіяльність організації* складають суттєву частину системного підходу.

5. *Прийняття рішень* досягається за допомогою проведення ряду послідовних, взаємообумовлених дій всіх елементів організації [2]. Тому основними особливостями організації (підприємства) як системи є такі етапи: розподіл на організаційні елементи; взаємодія цих елементів між собою й навколишнім середовищем; підтримання інформаційних потоків і зв'язків; прагнення до зростання й збереження життєдіяльності; необхідність в інтегрованих та ефективних процесах прийняття управлінських рішень.

У цьому контексті важливим є цілеспрямованість системного підходу й управління, адже управління не є самоціллю, а скоріше засобом досягнення мети, що дозволяє зробити систему більш гнучкою та підвищити ефективність роботи організації. Управління повинно прагнути скоріше запобігати перебоям у роботі системи, аніж виправляти їх наслідки. До того ж, управління – це функція системи, яка забезпечує спрямування діяльності відповідно до програми чи плану, або по-іншому, утримує у припустимих межах відхилення системи від заданої мети [1].

Таким чином, в управлінні будь-якою системою (у тому числі й підприємницькою) слід виділити чотири основні етапи (елементи), які завжди зустрічаються у певній послідовності й однаково пов'язані один з одним:

1. Ті, що контролюють стан або параметри системи (наприклад, Міністерство промислової політики та Держкомпідприємств).

2. Ті, що є елементом вимірювання стану чи даного параметру, тобто чутливий датчик (наприклад, процеси, які відбуваються в економіці).



3. Блок управління, або пристрій, який порівнює одержані при проведенні вимірів результати із запрограмованими (запланованими) показниками й управляє механізмом корекції відповідно до потреб системи (ними можуть бути Міністерство економіки й Національний банк).

4. Блок впливу, або механізм, який здатен здійснювати зміни в динамічній системі, якою управляють (наприклад, державна політика щодо реструктуризації економіки, перспектив економічного розвитку, прогнози щодо інфляційного очікування тощо). Це відображає розроблена функція управління на запропонованому рисунку:

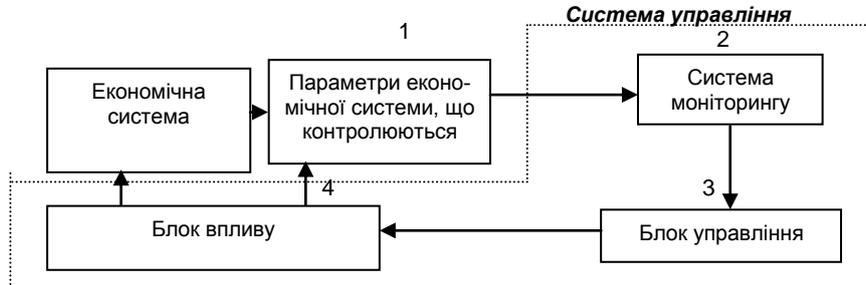


Рис. 3 В'язки елементів системи управління в економіці

Таким чином, принципи управління економічною системою, через зв'язки елементів, можна визначати при впровадженні наукових концепцій у практику, адже ця проблема є досить суттєвою, якщо її ретельно проаналізувати і оцінити, що й було проведено в статті.

Література: 1. Власюк В. С. Важелі управлінських впливів на проведення фінансово-кредитної політики: Монографія. – Дніпропетровськ, ДНУЗТ, 2006. – 268 с. 2. Джонсон Р. Системи і керівництво (теорія систем і керівництво системами) / Р. Джонсон, Ф. Каст, Д. Розенцвейг. – М., 1971. – 648 с.

Воронков Д. К.

УДК 005.7:658.5

ЗМІНИ ЯК УМОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ідея перспективності інноваційного розвитку вітчизняної економіки з усіма її очевидними позитивними ефектами не нова. Інноваційна економіка сьогодні заявлена як один з пріоритетних напрямків розвитку держави, а її потенціал усвідомлений на найвищому рівні [1]. Багато бурхливих подій і змін, які відбувалися в останні десятиріччя в країнах Заходу, неможливо було передбачити, виходячи тільки з колишніх тенденцій. Вони здійснилися в результаті зміни основоположних підходів, правил і засобів діяльності. Це вимагає від менеджерів засвоєння головних категорій розвитку підприємства і набуття навичок роботи в умовах постійних змін.

Проблеми активізації інноваційного розвитку промислових підприємств лежать в основі багатьох досліджень, що яскраво представлено розмаїттям думок сучасних науковців. Так, докладно досліджено питання фінансування інноваційної діяльності, необхідність модернізації технічної та технологічної бази промислових підприємств. На підставі аналізу наукових дискусій виявлено недослідженими питання ролі змін як умови інноваційного розвитку.

Метою даної статті є обґрунтування необхідності інноваційного розвитку промислових підприємств, встановлення причин проведення змін, спрямованих на інноваційний розвиток, та особливостей управління ризиком інноваційних проектів.

Основою стратегічного курсу, його базовим принципом має стати реалізація державної політики, спрямованої на запровадження інноваційної моделі структурної перебудови та зростання економіки, утвердження України як високотехнологічної держави. За оцінками фахівців, що працювали над обґрунтуванням запропонованої "Стратегії економічного та соціального розвитку України на 2004 – 2015 роки", не задіяні ресурсний, інтелектуальний та науково-технічний потенціали економіки України в разі їхнього ефективного використання є достатнім для реалізації зазначених завдань. До того ж поєднання останніх із завданнями європейської інтеграції могло б лягти в основу не лише економічної стратегії держави, а й політичної консолідації нації.

У розвинутих країнах дійсно сформована постматеріальна економіка, де найважливішим активом виявляються не матеріально відчутні ресурси — товари, сировина, робоча сила, устаткуван-

© Воронков Д. К., 2008

ня, а щось невловиме — інтелект, інформація, знання. Відповідно до підрахунків експертів, у 90-і роки більш ніж 70% зростання валового національного продукту постіндустріальних держав обумовлювалося підвищенням освітнього рівня працівників, поширенням нових інформаційних технологій та інших факторів, що якраз й відносяться до невловимого. У постіндустріальному світі "люди працюють мозком замість рук,...комунікаційні технології створюють глобальну конкуренцію,...нововведення важливіші за масове виробництво,...інвестиції вкладаються скоріше в нові концепції або засоби їх створення, ніж у нові машини,...і постійними є лише швидкі зміни" [1].

Економіка найбільш розвинених країн і країн, що здійснили могутній ривок до світового лідерства, сьогодні будується, у першу чергу, на реалізації наукових досягнень. Національні інтереси України вимагають негайних дій, спрямованих на збереження її науково-технологічного потенціалу, забезпечення його ефективного використання для подолання кризових явищ в економічному і соціальному розвитку [2]. Розвиток – незворотні, закономірні зміни матерії та свідомості, їх універсальна властивість. Стійкий прогресивний розвиток підприємства відбувається у випадку, коли в результаті змін параметри зовнішнього і внутрішнього середовища покращуються і сприяють реалізації подальших позитивних змін.

Інноваційний розвиток українських підприємств стримується негативними процесами, що відбуваються сьогодні в економіці країни, правовими обмеженнями, стійкими організаційно-управлінськими стереотипами. Результати проведеного обстеження п'ятнадцяти машинобудівних підприємств Луганської області підтверджують негативні тенденції, що склалися в інноваційній діяльності українських підприємств. Так, на недостатнє фінансування розробок вказують 87,3% підприємств, які опитувались; недосконалість правової бази – 66,5%; відсутність достатньої технічної та експериментальної бази, використання застарілої технології – 54,3%.

Огляд літературних джерел, практична діяльність підприємств дає змогу стверджувати, що однією з основних умов інноваційного розвитку підприємства є зміни. Зміни підприємства – це підготовка до майбутнього і основна передумова його розвитку.

Необхідність проведення змін підприємства виникає з багатьох причин:

1) створення нових конкурентних переваг, обумовлених виходом на якісно новий рівень розвитку підприємства, різкими змінами ринку споживачів, постачальників; появою нових технологій, корекція діючого законодавства;

2) підтримка існуючих конкурентних переваг — уповільнення темпу розвитку після періоду інтенсивного зростання, ослаблення управлінських механізмів, реорганізація роботи підприємства у зв'язку зі злиттям, планованим переходом у нову ринкову нішу, організація робіт відповідно до складності бізнесу, виділення окремого підрозділу в самостійний бізнес;

3) втрата конкурентних переваг — банкрутство підприємства, втрата ринкових позицій.

У процесі інноваційного розвитку здійснюється багато одночасних змін у продукті (послугах) підприємства, техніці і технології, управлінні і організаційних структурах та формах. Залежно від обраної стратегії інноваційного розвитку підприємства здійсниться структуризація його глобальної мети на складові цілі проведення змін. Реалізація змін потребує зусиль різних функціональних підсистем підприємства. До таких функціональних підсистем слід віднести: виробничу, інноваційну, організаційну, управлінську, економічну, кадрову. Для кожної функціональної підсистеми слід встановити блоки завдань, що узгоджені зі стратегічними та тактичними установками підприємства, на якому впроваджуються зміни.

Прийняття рішення про впровадження змін, що орієнтовані на інноваційний розвиток, реалізується через розробку і впровадження відповідних інноваційних проектів, які становлять багатетапний, складний процес. Основні відзнаки, які характерні для інноваційних проектів:

високий ступінь ризику при розробці і реалізації інноваційних проектів та їх тимчасова розтягнутість, що передбачає необхідність аналізу ризику як постійної функції на усіх фазах і етапах життєвого циклу проекту;

зменшення вірогідності попередньої фінансово-економічної експертизи за рахунок високого ступеня ризику, що потребує на практиці використання додаткових критеріїв оцінки і вибору проектів; велика кількість учасників розробки і реалізації інноваційного проекту, що вимагає постійного узгодження їх інтересів та викликає ризик.

Урахування виявлених особливостей розробки і реалізації інноваційних проектів, спрямованих на зміни діяльності промислових підприємств, обумовлює необхідність створення єдиних процедур, методів і інструментів управління ризиком, які могли б використовуватися протягом усього життєвого циклу інноваційного проекту. Проведені дослідження підтверджують можливість виникнення ризику на будь-якому етапі розробки і реалізації інноваційного проекту, а також приналежність ризику до різних напрямків діяльності з управління проектом (кадрової, організаційної, технічної, фінансової, маркетингової та ін.).

Життєвий цикл інноваційного проекту містить у собі чергування таких фаз: задум інвестора; аналіз проблеми; розробка концепції; розробка проекту; реалізація проекту; завершення проекту. Кожна з фаз проекту й весь проект у цілому вимагає постійного керування ним. Світова практика відноситься до керування проектами як до коштів досягнення цілей у встановлений строк з мінімальною витратою коштів й обумовленою якістю результату проекту. Розглянемо основні фази й характеристики інноваційного проекту.

Перша фаза інноваційного проекту — передінвестиційна фаза або фаза розробки проекту. Ця фаза припускає проведення ряду робіт, головними з яких є: формування концепції проекту; призначення керівника проекту й підбір команди виконавців; розробка основного змісту інноваційного проекту: структуризація цілей, визначення складових частин проекту; планування робіт, розробка



календарних планів, визначення необхідних ресурсів, формування бюджету, розподіл і закріплення функцій керування проектом; виявлення факторів ризику проекту: визначення умов, що провокують ризикову ситуацію, ідентифікація ризиків.

Друга фаза інноваційного проекту — інвестиційна або реалізація проекту. Третя фаза — завершення інноваційного проекту. Вона представлена етапами, які містять, в основному, аналіз проведених робіт з досягнення місії й цілей проекту, аналіз проявів ризику й витрат на їх зниження або попередження, оцінку результатів.

Оскільки ризик присутній на усіх фазах і етапах життєвого циклу інноваційного проекту, необхідність в управлінні ризиком не зникає до закриття проекту, тобто до впровадження запланованих змін. Такий підхід до управління ризиком інноваційних проектів, орієнтованих на інноваційний розвиток підприємства, дозволяє враховувати його комплексний і перманентний характер та сприяє ефективному проведенню змін.

Можна зробити висновок, що формування постматеріальної економіки України потребує інноваційного розвитку промислових підприємств. Однією з умов здійснення інноваційного розвитку є впровадження змін у різних функціональних підсистемах підприємства. Прийняття рішення про впровадження змін реалізується через розробку і впровадження відповідних інноваційних проектів. Основною відзнакою впровадження інноваційного проекту, дія якого спрямована на зміни в діяльності підприємства, є високий ступінь ризику, що виникає на всіх етапах життєвого циклу проекту та потребує постійного управління.

Література: 1. Економіка знань: виклики глобалізації та Україна / Під заг. ред. А. П. Гальчинського, С. В. Львовичкіна, В. П. Семіноженка. – К.: Центр учбової літератури, 2003. – 261 с. 2. Николаев А. И. Инновационное развитие и инновационная культура // Наука и наукознание. – 2001. – №2. – С. 54 – 65.

Воронкова А. Е.

УДК 658:009.12

Амеліна І. В.

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні відбувається значно більше змін, ніж будь-коли раніше; їх кількість, швидкість та складність зростають постійно. Швидкість обміну інформацією і отримання нових знань зросла на початку ХХІ століття в декілька разів. На рівні підприємств також відбуваються суттєві зміни: нові технології, злиття, поглинання, розширення, нові політики та процедури, реорганізації, обов'язки та вимоги, що постійно змінюються.

Економічна ситуація в Україні характеризується зростанням тиску на підприємства з боку місцевих та іноземних компаній, конкуренції, споживчих союзів, урядових розпоряджень тощо. Це обумовлює необхідність нововведень в організаційній поведінці підприємств, зокрема розвитку інформаційної системи, організаційної структури, управління виробничими процесами та ін.

Аналіз літературних джерел останніх років показав актуальність проблеми конкурентоспроможності підприємств, управління в умовах інноваційного розвитку. Ці питання висвітлено в наукових працях зарубіжних учених: П. Друкера, Г. Кунца, М. Мескона, Ф. Махлупа, М. Хікса, І. Шумпетера та ін.; російських учених: Л. Астахова, Л. Зайцева, Л. Карташова, В. Козлова, А. Сергєєва, В. Сідорова, Ю. Одегова та ін.; українських учених: Я. Берсуцького, Д. Богині, К. Ковальчука, Г. Одінцової, Л. Федулової, М. Чумаченка та ін.

Метою даної статті є виявлення причин змін, що відбуваються в організаціях, а також тенденцій розвитку підприємства в умовах інноваційної конкуренції. У статті викладено основні положення концепції організаційного розвитку підприємства, що має інноваційну природу. Порівняно позитивні результати і обмеження організаційного розвитку підприємства.

Стабільність підприємства все частіше інтерпретують як стан застою. Невизначеність, яка традиційно пов'язувалась із значними організаційними змінами, поступається місцем іншій невизначеності – відсутності здібностей до змін [1, с. 400 – 401].

Причини, що обумовлюють зміни на підприємстві розділяють на три групи [2, с. 263 – 264]:

1. Пов'язані з подіями у зовнішньому середовищі (наприклад, внаслідок зміни законів, ситуації на ринку і т. д.).

2. Обумовлені новими цілями діяльності підприємства (найчастіше це відбувається при зміні власника компанії; новий керівник може запропонувати своє бачення розвитку організації).

© Воронкова А. Е., Амеліна І. В., 2008

3. Необхідність змін викликає логіка розвитку підприємства (зміна поколінь менеджменту).

Організаційний розвиток підприємства — це організований процес, що порушує динамічний розвиток структури організації і направлений на досягнення нового стану динамічної рівноваги, яка в оновленій структурі зберігатиметься відносно стабільно. У процесі організаційного розвитку підприємства відбувається поступове удосконалення окремих сторін діяльності організації і раціоналізація її внутрішніх структур, упорядковуються в часі і у просторі трудові, виробничі, соціальні й інші процеси.

Оскільки організація є складною системою, варто говорити про комплексний розвиток, під яким розуміється цілеспрямована і регульована зміна технічних, економічних, соціальних і організаційних параметрів.

Організаційний розвиток має інноваційну природу. Відповідно до теорії І. Шумпетера [3, с. 48], важливе значення має феномен руйнування в творчих цілях. Концепція творчого руйнування для підприємства означає, що для виживання на ринку воно має постійно впроваджувати інновації під час відмирання застарілого. Тому підприємство має знаходитись у процесі перманентних змін і володіти здатністю адекватно реагувати на зміни.

У табл. 1 наведено основні положення концепції організаційного розвитку підприємства.

Таблиця 1

Ієрархія концепції організаційного розвитку

Індивіди	Кожен індивід прагне до особистого зростання. Працівники володіють енергією і креативними здібностями, які використовуються не в повному обсязі. Більшість працівників прагнуть зробити особистий внесок у досягнення цілей організації, вони високо цінують надання їм повноважень
Групи	Групи і команди відіграють вирішальну роль у досягненнях організації. Групи значно впливають на поведінку індивідів. Виконання складних групових ролей обумовлює розвиток професійних навичок
Організація	Зайвий контроль, зловживання політичними прийомами і надмірна регламентація негативно впливають на результати діяльності. Конфлікт набуває конструктивного характеру, якщо він направлений у потрібне русло. Цілі організації і окремих працівників можуть бути спільними

Відповідно до концепції організаційного розвитку індивіди і групи розглядаються як життєво важливі елементи будь-якої організації, зміна яких через складність внутрішніх взаємодій — вельми складне завдання.

Сьогодні в умовах динамічних соціально-економічних обставин найважливішою умовою життєздатності організації є адаптивність. Більш того, щоб залишатися конкурентоспроможною в сучасному бізнес-середовищі, організація повинна не тільки пристосовуватися до його вимог, але і вміти передбачати останні; відповідати на виклики не лише сьогоднішнього, але і завтрашнього дня.

Тенденції розвитку підприємства в умовах інноваційної конкуренції, як показано в табл. 2, полягають в удосконаленні інтегрованих інформаційних систем, організаційних структур, систем управління якістю, систем стимулювання, стабілізації складу робітників, залученні робітників до управління.

Таблиця 2

Сучасні тенденції розвитку організації

Розвиток інтегрованих інформаційних систем	гнучке виробництво реінжиніринг мінімум запасів зменшення розмірів
Розвиток організаційних структур	дивізіональні структури малі групи внутрішні ринки стратегічні центри прибутку
Розвиток систем управління якістю	бездефектна робота активізація персоналу партнерство з постачальниками самоконтроль
Розвиток систем стимулювання	участь у прибутках розвиток нематеріального стимулювання
Стабілізація складу працівників	перекваліфікація самостійність працівників поліпшення професійного складу
Залучення працівників до управління	робочі групи і комітети демократизація управління



Від своєчасності, адекватності і якості здійснюваних заходів залежить не лише ефективність діяльності організації, але і саме її існування. Проте не всі зміни можуть виявитися вдалими. Вони можуть спричинити як підйом, так і падіння організації. Результати змін визначаються їх адекватністю зовнішнім чинникам та внутрішнім можливостям (ресурсам) підприємства, як показано у табл. 3 [4, с. 338].

Таблиця 3

Позитивні результати і обмеження організаційного розвитку (ОР)

Позитивні результати ОР	Обмеження ОР
Реорганізація підприємства в цілому	Істотні витрати часу
Вища мотивація	Значні затрати
Зростання продуктивності	Збільшення строку окупності
Підвищення якості праці	Можлива невдача
Підвищення задоволення від праці	Втручання особистих інтересів
Покращена робота в командах	Можливе нанесення психологічного збитку
Вирішення конфліктів	Можливий конформізм
Досягнення цілей	Акцент на групові процеси, а не на показники діяльності
Збільшена схильність до змін	Можлива концептуальна невизначеність
Зниження показників плинності кадрів	Складність оцінки результатів
Формування груп, що навчаються	Несумісність культур

Основні види змін полягають у наступному:
зміна стратегічного курсу організації;
злиття декількох організацій в одну;
перехід на нову систему планування;
зміна принципів або ринків збуту;
упровадження нових технологій;
упровадження нового стилю управління;
реструктурування організації [4, с. 339].

Таким чином, завданнями організаційної поведінки підприємств в умовах інноваційної конкуренції є: ініціація великих реорганізаційних проектів; підвищення конкурентоспроможності шляхом якісного менеджменту; об'єднання інформаційних систем; переборення страху, пов'язаного з процесами реорганізації; зміна культури організації, направлення її на підтримку бізнес-цілей; оптимальний підбір персоналу; програми розвитку почуття компетенції та самовіддачі співробітників; розробка нових товарів.

Література: 1. Зайцев Л. Г. Организационное поведение: Учебник / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – М.: Экономистъ. – 665 с. 2. Сергеев А. М. Организационное поведение: тем, кто избрал профессию менеджера. – М.: Академия, 2005. – 282 с. 3. Шумпетер И. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1992. – 864 с. 4. Одегов Ю. Г. Организационное поведение в структурно-логических схемах: Учебное пособие / Ю. Г. Одегов, В. В. Козлов, В. Н. Сидорова. – М.: Изд. "Альфа-Пресс", 2007. – 360 с. 5. Глумаков В. Н. Организационное поведение: Учебное пособие. – М.: ЗАО "Финстатинформ", 2002. – 256 с. 6. Карташова Л. В. Организационное поведение: Учебник / Л. В. Карташова, Т. В. Никонова, Т. О. Соломанидина – М.: ИНФРА-М, 2007. – 384 с.

Воронкова А. Е.

УДК 504.03

Хомош Ю. С.

НЕОБХІДНІСТЬ ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Промислові підприємства в даний час активізують діяльність, направлену на розширення своїх виробничих і ринкових можливостей. Розробляються програми з удосконалення організації технологічного процесу виробництва і навчання персоналу, технічного переозброєння. Проте до ді-

© Воронкова А. Е., Хомош Ю. С., 2008



яльності з охорони навколишнього природного середовища промислові підприємства не схильні. Тому необхідні певні реформування і підходи щодо сучасних методів управління промисловими підприємствами. До сучасних підходів управління відноситься екологічно спрямоване, що базується на формуванні екологічної культури. Управління підприємствами, засноване на екологічному підході і екологічній культурі, дає соціально-економічні переваги виробникам. Такий тип управління приводить до раціонального споживання сировини, екологічно чистого і безпечного виробництва, що є особливо важливим у виробництві, підвищує престижність галузей, дозволяє поліпшити доступ до зарубіжних коштів і інвесторів, утримує і залучає нових споживачів [1].

Аналізу екологічного управління, екологічної освіти і культури присвятили свої праці В. Н. Авдонін, О. С. Анісимов, А. М. Буровський, А. І. Валітова, А. Н. Кочергин, К. К. Колін, В. Е. Шукшунів і ін. [1 – 3]. Екологічні аспекти системи соціокультурних цінностей підприємств досліджують А. Василенко, Ю. Ю. Галкиним, Б. З. Докторовим, Т. В. Івановою, Р. Каучуковим, А. Савка, В. В. Сафроновим, В. Степіним, Б. М. Фірсовим, О. Н. Янівським та ін. У роботах вченими визначені чинники, що негативно впливають на розвиток екологічної культури виробника, до таких відносять незбалансованість між основними сферами виробництва, непропорційність сировинної та переробної ланок, недостатнє інфраструктурне забезпечення, нестабільність сировинного ринку, диспаритет цін на промислову продукцію, недосконалі інвестиційна, кредитна та інноваційна політика держави [1 – 5]. Недостатнє реалізується експортний потенціал підприємств, значна частина продовольчої продукції має низький рівень конкурентоспроможності на зовнішніх ринках, одним з негативних чинників такого положення є недостатність або відсутність екологічної культури підприємств. Тому, як свідчать роботи вчених, необхідні певні розробки для підвищення соціально-економічного та природоохоронного статусу виробників. Серед таких заходів суттєву роль відіграє екологічна культура підприємств.

Метою статті є визначення соціально-економічного значення формування екологічної культури промислових підприємств.

Екологічна ситуація у промисловості залишається вкрай складною. Виробничі процеси, процеси забудови площ здійснюються без урахування екологічних вимог. Зростають площі еродованих земель, посилюються процеси підкислення, засолення, ущільнення, підтоплення, забруднення ґрунтів, зменшується вміст гумусу. Виснаження природних, у тому числі земельних і водних ресурсів, продовжує загрожувати здоров'ю населення, економічній стабільності держави і підприємств [6]. Формування нових землеволодінь відбувається без урахування інженерної та соціальної інфраструктури. Нині близько 5 млн га орних земель (понад 15%) є деградованими і малопродуктивними. Щорічні втрати гумусу становлять 600 – 700 кг на 1 га [5; 6].

У критичному стані знаходяться меліоровані землі, продуктивність осушених земель знизилася у 2-3 рази, незважаючи на те, що свого часу держава затратила на меліорацію майже 20 млрд грн. Неприпустимими є масштабне використання виробничих площ не за призначенням, втрати земельних ресурсів через нераціональне вилучення площ для забудови, створення різноманітних звалищ та сховищ [1; 6]. Постійно погіршується екологічний стан міст, що призводить до зростання хвороб серед населення, а отже й зниження продуктивності і ефективності виробництва. Але, незважаючи на численні екологічні, соціальні, демографічні проблеми, переважна частина міських жителів і надалі надаватиме перевагу міському способу життя, залишатиметься у міській місцевості. У зв'язку з цим забезпечення екологічної безпеки населення через підприємства, саме завдяки розвитку екологічної культури в промисловості і споріднених з нею галузях має велике значення.

Екологічна культура – сукупність цінностей сприйняття і розвитку відносин підприємства і персоналу з навколишнім середовищем для збереження екологічного балансу.

Згідно зі стадіями руху суспільного продукту в системі екологічної культури суспільного відтворювання можна виділити ряд підсистем: екологічна культура виробництва; споживання; розподілу; обміну.

Національним підприємствам необхідна екологізація економічного зростання шляхом гуманізації економічних відносин, посилення ролі інтелектуальних, інформаційних, духовних і організаційних ресурсів у забезпеченні динаміки виробництва. Пріоритетне значення у зв'язку з цим набуває екологічна культура, перш за все, культура виробництва, яка в багатьох країнах стала провідним чинником економічного зростання, що визначає його екологічно стійкий, природозберігаючий характер. Сприяючи реалізації малоінвестиційної стратегії екологізації, вона дає не тільки екологічний, але і економічний ефект, що особливо важливо для національної економіки, що випробовує гострий брак інвестицій.

Комплекс проблем з охорони довкілля підприємств можна вирішити лише максимально використовуючи можливості екологічної культури. Актуальним у системі менеджменту підприємства стає: аналіз гуманістичного змісту екологічної культури, призначення якої полягає в "переведення" підприємства у якісно новий стан, що орієнтується на екологічні цінності і практичні дії, що виключають домінують утилітарно-споживачької політики підприємств

Розуміння екологічних проблем як науково осмислених, закріплених у політиці і свідомості підприємств, повинне стати центральним у системі роботи промислового підприємства. У результаті екологічна культура зможе виконати свою головну місію – сприяти переорієнтації підприємства і персоналу на життєво важливі цінності: збереження ресурсів живої і неживої природи. Під цією то-



чкою зору представляються значущими дослідження, присвячені аналізу значущості екологічної культури в аспекті необхідності і можливості рішення нею задач з формування екологічних цінностей підприємства в системі менеджменту підприємства.

Ідея формування екологічної культури підприємства виходить з розуміння того, що збереження навколишнього середовища, уникнення екологічної катастрофи, загибелі природи є збереження людини і її економічних відносин. Екологічна культура включає екологічну свідомість, безпечну і навіть сприятливу для природної рівноваги технологію діяльності, а також етичні норми і цінності, навички поведінки, моральні погляди і відчуття людей. Проте, не дивлячись на офіційне визнання ролі екологічної культури в економічному житті, дотепер багато її аспектів не знайшли належного віддзеркалення в економічній науці. Практично відсутні роботи, в яких би висвітлювався економічний зміст і функції екологічної культури виробництва, особливо у сфері, її роль в екологізації економічного зростання і перекладі суспільства на стійкий шлях розвитку.

Залежно від ступеня екологічної залученості підприємств у господарську діяльність, ступеня соціальної відповідальності можна виділити два типи економічних відносин до екологічної діяльності в системі менеджменту підприємства і як наслідок до формування рівня екологічної культури підприємства в системі менеджменту: природозатратний і природозберігаючий.

Природозатратний тип відносин у системі менеджменту припускає збільшення масштабів суспільного виробництва, яке здійснюється в першу чергу за рахунок виснаження природноресурсного потенціалу, деградації природного середовища і погіршення екологічного добробуту різних учасників еколого-економічних взаємодій. Основними ознаками такого типу системи менеджменту є високі темпи створення нетоварних відходів, які істотно перевищують приріст суспільного продукту; значний об'єм шкідливих викидів, що створюються в процесі суспільного виробництва і що повертаються не знешкоджуваними в природне середовище; відсутність цілеспрямованих заходів щодо відтворення навколишнього природного середовища; недостатність об'ємів суспільного продукту, що направляється на природовідтворювальні потреби.

Природозберігаючий тип відносин у системі менеджменту не підриває природних основ функціонування суспільного виробництва, не порушує ходу природних процесів, не приводить до розбалансованості еколого-економічних взаємодій і взаємозв'язків, забезпечує зростання добробуту всіх суб'єктів еколого-економічних взаємодій, у тому числі і природного середовища. Як основні ознаки такого типу системи менеджменту можна розглядати мінімізацію нетоварних відходів; істотне скорочення шкідливих викидів; практично повну ліквідацію або знешкодження токсичних відходів; мінімізацію об'ємів спожитої природної речовини; повсюдну заміну екологічно небезпечних і шкідливих технологій екологічно безпечними.

Інтегрована єдність елементів екологічної культури і суспільного відтворення утворює екологічну культуру суспільного відтворення – рівень розвитку суспільного відтворення, визначений ступенем його екологічної стійкості і виражений у формах екологізовано-економічної поведінки і екологізовано-економічної діяльності. Особливістю даної інтеграції є те, що, об'єднуючись, вказані елементи зберігають свої ознаки і одночасно одержують нові видові риси. Так, виробничі відносини трансформуються в екологічно стійкі ("екологічна культура виробничих відносин"); предмет праці й інструменти праці перетворюються на екологізовані засоби виробництва; робоча сила – в екологічну культуру сукупного працівника.

Отже, одним із напрямів реалізації ідеї впровадження екологічної культури в структуру менеджменту підприємства є поступове упровадження в життя екологічної промислової структури виробництва, заснованої на багаторазовому споживанні, коли продукція в перетвореному вигляді може багато разів використовуватися. При цьому повинно бути створено таке виробництво, яке б спочатку запобігало процесу забруднення. Для розробки цілісного економічного механізму необхідно: формування системи екологічних інструментів і дій для стійкого розвитку, створення еколого-економічного механізму інноваційної діяльності підприємства; система управління екологічними процесами на підприємстві; формування системи контролю дії виробництва на екологію; облік чинників прийняттого екологічного ризику при ухваленні господарських рішень. Таким чином створюється підприємство з мінімальною дією на природне середовище, виробляючи екологічно чисті продукти.

Література: 1. Нагірна В. Наукові ідеї Володимира Вернадського – методологічна основа суспільно-географічних досліджень України // Історія української географії. Всеукраїнський науково-теоретичний часопис. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2003. – Випуск 1 (7). – С. 24 – 30. 2. Балабанов Г. В. Трансформація територіальної організації господарства України / Г. В. Балабанов, І. Й. Кавецький, Ю. Д. Качаєв, В. П. Нагірна, Г. П. Підгрушний, Т. Є. Ясюк // Укр. геогр. ж-л. – 2001. – № 3. – С. 81 – 90. 3. Залізняка Л. Л. Від склавинів до української нації. – К.: ПБП "Фотовідеосервіс", 1997. – С. 41 – 43. 4. Промисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку. Інформаційно-аналітичний збірник (випуск 4) / За ред. П. Т. Саблука. – К.: ІАЕ УААН, 2000. – С. 141. 5. Подолинський С. Людська праця і її роль у розподілі енергії. – К.: Укр. наук. асоціація. Ін-т фундамент. досліджень, 1997. – С. 63 – 64. 6. Соціально-економічне становище України. – 01 квітня. – 2008 р. // <http://www.ukrstat.gov.ua/richna/prm>.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Теоретично ринкова спрямованість і сільськогосподарська реформа мали призвести до підвищення ефективності та продуктивності в сільському господарстві і, як результат, до збільшення обсягів виробництва. Проте, обсяги сільськогосподарського виробництва поступово скорочувалися. Таким чином, ринковий механізм не дав очікуваних результатів, а тому виникає питання стосовно того, чи був перехід до приватної власності результатом функціонування ринкового механізму, що сприяв виходу з ринку неефективних підприємств і розвитку більш ефективних суб'єктів господарювання, або цей перехід був просто наслідком ряду указів про необхідність переходу від державної до приватної форми. У зв'язку з цим потребують дослідження нові підходи щодо оцінки ефективності виробництва і шляхів її підвищення в нових умовах функціонування агровиробників.

Питанням оцінки ефективності сільськогосподарських підприємств присвячені роботи вчених-економістів, таких, як Алекс Лисситса, С. В. Головань, В. В. Назин, І. В. Рябчик, В. В. Галушко.

Автори пропонують виконувати оцінку ефективності методом DEA. Згідно з цим методом оцінки ефективності, кожне підприємств розглядається як окрема мікроекономічна фірма (Decision Making Unit – DMU), яка використовує ресурси (inputs) для виробництва продукції (outputs) за допомогою певної виробничої функції [1].

Одним із показників, який найчастіше використовується для оцінки ефективності сільськогосподарських підприємств в Україні, є співвідношення загальних витрат до загального прибутку. Цей показник дозволяє оцінити ефективність бізнесу в цілому, характеризується чітким економічним змістом, простою методикою розрахунку, і, що важливо, може порівнюватися у часі та просторі. Проте, в інших країнах цей показник майже не використовують через його недостатню інформативність. До того ж, в Україні дані показники є недосконалими і через неправильну методику обліку та оцінки продукції. На думку автора, такий показник ефективності, як співвідношення загальних витрат до загального прибутку, не є репрезентативним та не може розглядатися як об'єктивний показник ефективності сільськогосподарської діяльності.

Використовуючи метод DEA при аналізі ефективності сільськогосподарських підприємств Сумської області, автор зробив кілька припущень. По-перше, він припускає, що ресурси, які використовують сільськогосподарські підприємства в його моделі, є однорідними. Таке припущення є необхідним, оскільки однакові ресурси можуть істотно відрізнятися за своїми властивостями. По-друге, автор робить припущення, що ціни на продукцію є однаковими для підприємств усіх форм власності, тобто причиною економічної неефективності може бути лише нераціональне розміщення та використання ресурсів. Необхідність даного припущення обумовлена тим, що як результативний показник автор використовує виручку від реалізації продукції. Таким чином, незважаючи на те, що деякі державні підприємства виробляють з одиниці ресурсів стільки ж продукції, що і приватні підприємства, проте через нижчі реалізаційні ціни обсяг виручки також буде нижчим, а оскільки обсяг виручки є результативним показником в нашій моделі, то і економічна ефективність державних підприємств буде заниженою.

При побудові даної моделі автор проаналізував результати діяльності 377 сільськогосподарських підприємств (приблизно 100 відсотків) з усіх 18 районів Сумської області.

При розрахунку технічної ефективності використано дані щодо виробництва 12 видів виробленої продукції (y_{km} , $m = 1, \dots, 12$): зернові та зернобобові, соняшник, соя, цукрові буряки, інша продукція рослинництва, свинина, яловичина, молоко, інша продукція тваринництва, м'ясо, одержане від забою худоби і птиці, продукція власної переробки.

Ефективність сільськогосподарських підприємств Сумської області була розрахована за допомогою input-орієнтованої DEA моделі із постійною віддачею від масштабу (CRS) та змінною віддачею від масштабу (VRS). Рівні ефективності сільськогосподарських підприємств Сумської області, отримані як результати моделей, показані на рис. 1 (CCR DEA Model) та рис. 2 (BCC DEA Model).

Як видно з рис. 1 та рис. 2 ефективність більшості сільськогосподарських підприємств Сумської області коливається в межах від 30 до 60%. При цьому найбільшу частку (близько 21% в BCC моделі та 26% в CCR моделі) складають підприємства, рівень ефективності яких коливається в межах від 30 – 40%. Частка ефективних підприємств становить 19 відсотків в BCC моделі та 13% в CCR моделі (рис. 3). Таким чином, лише п'ята частина сільськогосподарських підприємств Сумської області є ефективними в плані розподілу ресурсів.

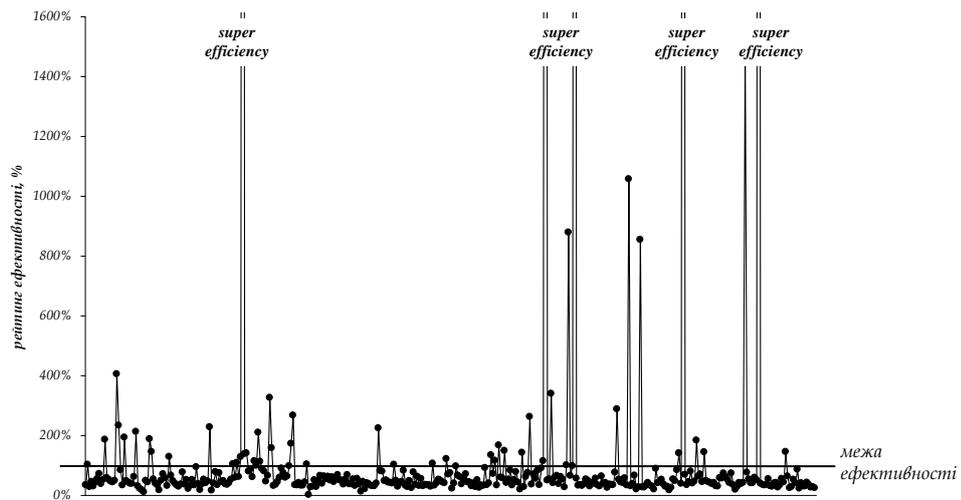


Рис. 1. Input-орієнтована модель ефективності сільськогосподарських підприємств Сумської області з постійною віддачею від масштабу

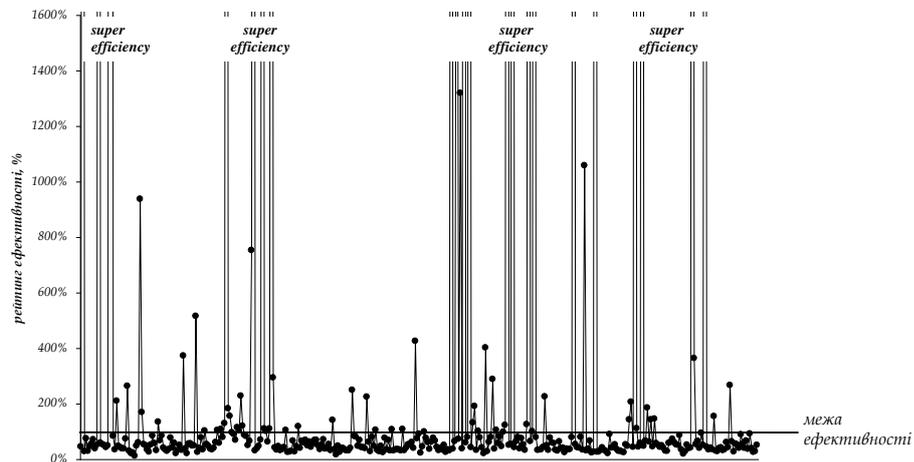


Рис. 2. Input-орієнтована модель ефективності сільськогосподарських підприємств Сумської області з постійною віддачею від масштабу

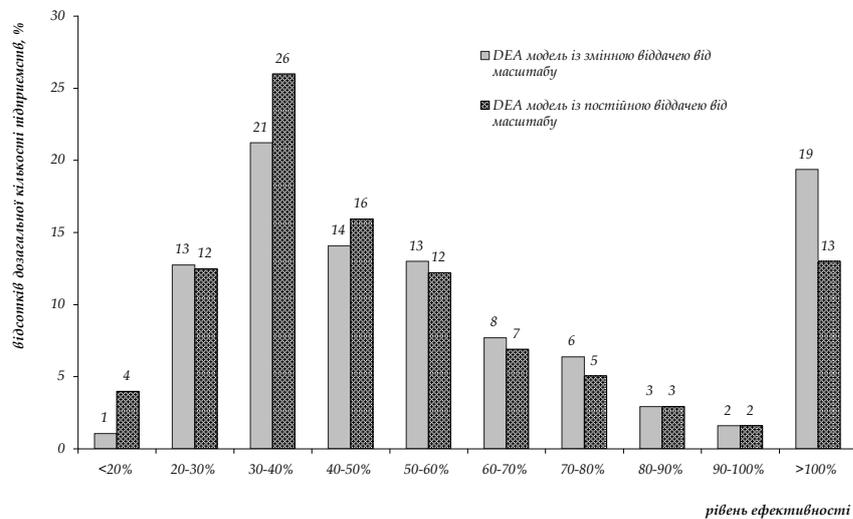


Рис. 3. Розподіл підприємств за рівнем ефективності

Середнє значення ефективності в ССР моделі становить 70%, а в ВСС моделі – 86%. Однак, необхідно зауважити, що при оцінці даних показників автор не брав до уваги значення підприємств, які мають високий рейтинг суперефективності, який у моделі пов'язується з високим рейтингом ефективності, а також підприємства ефективність яких перевищувала 5000% (ТОВ "Агробізнес ТСК" – рейтинг ефективності 6908%). Рейтинг суперефективності в моделі застосовується для того, щоб зробити можливим ранжування ефективних підприємств, при цьому самі підприємства із порівняння виключаються. Додаткове обмеження не змінює рейтинг ефективності не-ефективної фірми, проте, для ефективного підприємства дуже високий рейтинг в input-орієнтованій моделі може вказувати на те, що фірма є значною мірою спеціалізованою і, таким чином, неспівставна з іншими підприємствами. Концепція суперефективності допомагає ідентифікувати такі підприємства.

У цьому дослідженні основна увага звертається на результати моделювання, які відображають ефективність сільськогосподарського підприємства при змінній віддачі від масштабу, тобто припускається, що зі збільшенням кількості ресурсу його віддача змінюється.

Очевидним також є те, що не всі підприємства, які є ефективними за результатами моделі ВСС (із змінною віддачею від масштабу), є ефективними згідно з моделлю ССР (із постійною віддачею від масштабу). Підприємства, які є на 100% ефективним як при постійній, так і при змінній віддачі від масштабу, характеризуються максимально можливим рівнем продуктивності.

Аналіз основних зарубіжних досліджень також дає цікаву картину детермінант сільськогосподарської продуктивності. Велика кількість факторів, які визначають сільськогосподарську продуктивність, зокрема кількість землі і праці, є відносно фіксованими. Більш вірогідно, що ефективність буде підвищуватися завдяки збільшенню якості праці і землі, а також зменшенню транспортних витрат завдяки кращій інфраструктурі. Відповідно існують декілька шляхів підвищення загальної продуктивності факторів виробництва в сільськогосподарському секторі, зокрема інвестиції в людський капітал через освіту і видатки на охорону здоров'я; залучення зарубіжних прямих інвестицій і покращення торгівлі; покращення фізичної інфраструктури для сільської економіки.

При цьому важливо визначити, використання яких ресурсів характеризується найнижчими показниками ефективності, та в якому етапі виробництва зосереджений найбільший резерв можливостей для підвищення ефективності.

З таблиці видно, що частка підприємств, які неефективно використовують земельні ресурси, є більшою в групах, що включають великі підприємства. Це частково пояснюється тим, що зі зростанням кількості земельних ресурсів ускладнюється і процес управління їх використанням. Можливо результат можна підвищити шляхом більш ефективного використання наявної земельної площі, адже у випадку, якщо має місце неоптимальний розподіл ресурсів, збільшення земельних угідь сприятиме ще більшому зниженню ефективності підприємства.

Таблиця

Характеристика ефективності використання земельних ресурсів сільськогосподарськими підприємствами

Група	Характеристика групи (кількість працівників, зайнятих у сільськогосподарському виробництві)	Кількість підприємств у групі	Підприємства, які неефективно використовують земельні ресурси	
			кількість	у відсотках до загальної кількості підприємств
Група I	до 20	73	10	13,7
Група II	20 – 40	80	7	8,8
Група III	40 – 60	59	7	11,9
Група IV	60 – 80	27	3	11,1
Група V	80 – 100	33	6	18,2
Група VI	100 – 120	34	9	26,5
Група VII	120 – 140	15	5	33,3
Група VIII	140 – 160	13	5	38,5
Група IX	160 – 200	15	8	53,3
Група X	більше 200	28	18	64,3

Варто також звернути увагу на велику кількість підприємств, які характеризуються неефективним використанням земельних ресурсів, у першій групі, що складається з дрібних агровиробників. Низька ефективність використання землі у даній групі пояснюється тим, що частина сільськогосподарської землі фактично залишається "під паром" через відсутність доступу до ресурсів.

Звичайно, не можна робити висновок, що розмір агропідприємства сам по собі є фактором успіху. Однак низький рівень ефективності серед великих сільськогосподарських підприємств свідчить про те, що зростання ефективності не можна досягти просто через збільшення, обов'язковими мають бути заходи щодо раціоналізації. При цьому, особливу увагу необхідно звернути на використання трудових та земельних ресурсів, а також якість проведення ремонтних та будівельних робіт.

Література: 1. Головань С. В. Непараметрические оценки эффективности российских банков / С. В. Головань, В. В. Назин, А. А. Переседкий // Материали семинара "Банки и предприятия: модели и рейтинги". – 18 декабря. – 2007. 2. Рябчик І. В. Нові підходи до аналізу ефективності сільськогосподарських підприємств / І. В. Рябчик, В. В. Галушко // Економіка АПК. – 2004. – №3. – С. 101 – 108. 3. Park B. The FDH estimator for productivity efficiency scores: Asymptotic Properties / B. Park, L. Simar, C. Weiner // Econometric Theory. – №16. – P. 855 – 877.

АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕГРАЛЬНЫХ МЕТОДИК В ФИНАНСОВОМ АНАЛИЗЕ

Переход Украины к рыночным отношениям привёл к актуальности проблемы банкротства предприятий. Отсутствие отечественного опыта в его диагностике привело к широкому применению различных зарубежных методик в этой области, что, к сожалению, не стало объективной основой для принятия верных управленческих решений. На сегодняшний день не существует единого подхода к определению угрозы банкротства предприятия, а большинство существующих методик (как правило, зарубежных) содержат множество несоответствий украинским условиям хозяйствования, что и является одной из основных проблем при объективной оценке для предотвращения банкротства.

Методическим вопросам анализа финансового состояния диагностики банкротства уделено достаточно внимания как специальными организациями учреждениями (министерства, ведомства, НБУ), так и такими учеными, как Э. Альтман, У. Бивер, И. А. Бланк, М. Д. Бильк, М. Г. Чумаченко, Л. А. Лахтионова, А. Д. Шеремет, А. В. Ковалёв, Г. В. Савицкая, Л. О. Лигоненко, К. В. Измайлова, М. Я. Коробов и др. Их детальное исследование позволяет отметить, что зарубежный опыт применения интегральных методик некорректен по отношению к украинским условиям. Поэтому целью данной статьи является рассмотрение аспектов применения методик диагностики банкротства для украинских предприятий.

В современных условиях широкое применение получили интегральные методики анализа финансового состояния, предполагающие синтезирование финансовых индикаторов в комплексные инструкции. Они включают в себя регрессионные модели оценки вероятности банкротства, банковские кредитные рейтинги, отраслевое ранжирование, анализ нечётных множеств, сводные рейтинговые модели, разработанные Э. Альтманом, У. Бивером, Т. Таффлером, А. Недосекиным, О. Максимовым, Л. Заде и др. [1]. Рассмотрим некоторые из них.

Широкое распространение в литературе получила модель Э. Альтмана [2], называемая Z-счётом. Она предусматривает разработку дискриминантной функции, которая преобразовывает индивидуальные переменные величины в единую дискриминант-величину Z, которая используется для классификации ситуации наступления банкротства [3].

Усовершенствованная модель Альтмана 1983 года имеет вид:

$$Y=0,717K_1+0,847K_2+3,107K_3+0,42K_4+0,995K_5.$$

Если $Y>1,23$ – финансовое состояние устойчивое, если $Y<1,23$, то финансовое состояние неустойчивое.

Данная модель характеризует платежеспособность предприятия (K_1), структуру капитала (K_2, K_4), рентабельность активов (K_3), оборачиваемость средств (K_5) [4].

Как отмечают И. В. Паренчук и Л. С. Михальская, данную модель возможно использовать в украинских условиях, требуется только уточнить значения в таблице вероятностей банкротства, что можно будет сделать при достаточном количестве информации об обанкротившихся предприятиях [5]. Однако, в связи с тем, что данная модель была разработана в 1968 году для предприятия США, она несет в себе несоответствие значений Z-счёта для украинских предприятий, различия в подходе к разработке параметров внутри самой дискриминантной функции. Кроме того, она некорректна также из-за временного несоответствия, а также несоответствия объекта оценивания параметрам выборки, из которой создавалась модель. Следует также заметить, что в современных условиях затруднительно оценить реальную стоимость большинства предприятий из-за слабой системы биржевых торгов акциями [5].

Известны также и другие модели многофакторного дискриминантного анализа из зарубежной практики, также как четырёхфакторная модель прогнозирования банкротства Т. Таффлера, модель ожидаемой частоты банкротства (EDF-Model), метод комплексного финансового анализа состояния предприятия и риска банкротства А. Недосекина и О. Максимова [4], а также модели Лиса и Чессера [6].

Модель Т. Таффлера имеет вид:

$$Y=0,53K_1+0,13K_2+0,18K_3+0,16K_4,$$

где K_1 – отношения прибыли от реализации к краткосрочным обязательствам;

K_2 – отношение оборотных активов к совокупным обязательствам;

K_3 – отношение краткосрочных обязательств к сумме активов;

K_4 – отношение выручки к сумме активов.

Если $Y>0,3$, то финансовое состояние устойчивое, при $Y<0,2$ – неустойчивое.

Модель Лиса имеет следующий вид:

$$Y=0,063K_1+0,092K_2+0,057K_3+0,001K_4,$$

- где K_1 – отношение обратного капитала к сумме активов;
 K_2 – отношение прибыли от реализации к сумме активов;
 K_3 – отношение нераспределённой прибыли к сумме активов;
 K_4 – отношение собственного капитала к заёмному.

При $Y \geq 0,037$ финансово устойчиво, при $Y < 0,037$ – неустойчивый.
Модель Чессера представляет собой следующие:

$$Y=-2,0434-5,24K_1+0,053K_2-6,650K_3+4,4009K_4-0,0791K_5-0,102K_6,$$

- где K_1 – отношение наличности и ликвидных ценных бумаг к сумме активов;
 K_2 – отношение выручки к наличности и ликвидным ценным бумагам;
 K_3 – отношение прибыли до налогообложения и оплаты процентов к сумме активов;
 K_4 – отношение задолженности к сумме активов;
 K_5 – отношение основного капитала к чистым активам;
 K_6 – отношение обратного капитала к выручке.

При $Y < 0,50$ финансовое состояние устойчивое, при $Y > 0,50$ – неустойчивое.

К методам интегральной диагностики предприятия также относится модель У. Бивера [7], которая рассматривает зависимость между рентабельностью активов, долей привлечённых средств в пассивах, коэффициент текущей ликвидности, доли чистого обратного капитала в активах, коэффициента соотношения между суммой чистой прибыли и амортизации к заёмным средствам [8]. К данной методике можно отнести также модели Фулмера, Спрингейта, Тишоу [5; 8].

Использование перечисленных зарубежных моделей в Украине проблематично вследствие различия законодательно-нормативных процедур определения банкротства, развития зарубежных и украинских компаний. Однако, с методической точки зрения не существует препятствий для разработки собственной украинской модели прогнозирования банкротства [5]. Наличие проблемы "двойной бухгалтерии" в украинской экономике привело к тому, что информация, отражённая в финансовой отчётности, не соответствует реальному состоянию предприятия, что не позволяет объективно спроектировать дискриминантную модель. Возможно, это и является причиной того, что Агентством по предотвращению банкротства не предложено подобных моделей.

Следует остановиться и на модели рейтинговой оценки финансового состояния предприятия Р. Сайфулина и Г. Кадикова [9], которая предусматривает расчёт рейтингового числа, который рассчитывается как сумма перемноженных параметров уравнения и соответствующих 5 показателей: коэффициента обеспеченности собственными средствами, коэффициента текущей ликвидности, интенсивности оборота авансированного капитала, коэффициента менеджмента и рентабельности собственного капитала.

М. В. Белошкурский, используя модели Э. Альтмана, У. Бивера, Р. Сайфулина и Г. Кадикова при оценке финансового состояния конкретного предприятия, получил прямо противоположные результаты [4]. Поэтому необходимо найти пути адаптирования данных моделей к украинской экономике, разработать собственную модель оценки финансового состояния предприятия.

Интегральные методики имеют ограничение в возможности учёта внешних условий в описанных моделях, так как последние определены эмпирическим путём при исследовании выборки предприятий размером от десятков до сотен, а информация, используемая в моделях, представлена внутренними показателями [8]. При отборке групп показателей для дискриминантных функций необходимо отметить субъективную оценку аналитика, что также является недостатком.

В мировой практике используются и другие методики. Теория нечётких множеств Л. Заде даёт возможность описывать нечёткие понятия и значения, оперировать этими значениями на практике и делать выводы о финансовом состоянии. Предоставляет интерес также комплексный показатель финансового состояния предприятия, названный "V&M", применяемый в разработанной консультационной группе "Воронов и Максимум" программной модели "МАСТЕР ФИНАНСОВ: Анализ и планирование" [3]. Однако, данная методика имеет некоторые ограничения и условности, на основании которых и действует предложенная модель:

модель предусматривает несколько временных интервалов для сравнительного анализа;
предусматривается, что набор показателей достаточен для проведения достоверного анализа;
необходимо наличие объекта сопоставления.

Регрессионные модели оценки вероятности банкротства характеризуются наиболее длительным периодом практического использования. Среди их преимуществ следует отметить их результативность и основание на закономерностях, выявленных в реальной финансовой статистике по предприятиям. А главным недостатком является несоответствие условиям украинской экономики и украинской законодательной базе.

Аналитическое исследование основных методических подходов финансового анализа даёт возможность сделать следующие выводы:

- в современных условиях украинской экономики не существует единого подхода к проведению финансового анализа;
- предложенные методики не несут в себе комплексного подхода, а значит, ограничены, узконаправленны и имеют ряд недостатков;
- применение методических подходов, предложенных министерствами, НБУ и другими учреждениями, направлено на решение конкретных целей и не учитывает особенностей отраслей экономики;



зарубежный опыт необходим, но он не решает поставленных задач и часто необъективен в условиях экономики Украины;

большинство методов необходимо теоретически дорабатывать, чтобы практически применять в конкретных условиях;

нормативы показателей необходимо пересматривать и устанавливать с учётом специфических особенностей отраслей и экономики Украины в целом.

Литература: 1. Бородкин К. В. Анализ инструментария финансовой диагностики / К. В. Бородкин, Б. Г. Преображенский // Финансы. – 2004. – №3. – С. 65 – 66. 2. Altman E. Financial Ratios. Diskriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy // Journal of Finance. – 1968. – September. 3. Алексеев И. В. Финансовый анализ: техника розрахунків та моделювання економічних ситуацій / І. В. Алексеев, А. С. Мороз, С. В. Романів, І. Б. Хома. – Львів: Вид. "Бескид Біт", 2003. – 152 с. 4. Білошкурський М. В. Деякі особливості діагностики кризового стану підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №3. – С. 85 – 89. 5. Паренчук И. В. О применимости некоторых показателей в экспресс-диагностике финансового состояния предприятия и способах их расчета / И. В. Паренчук, Л. С. Михальская // Економіка промисловості. – 2002. – №3. – С. 197 – 201. 6. Білик М. Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств // Фінанси України. – 2005. – №3. – С. 117 – 128. 7. Beaver W. H. The Association between Market-Determined and Accounting Determined Measured of Systematic Risk: Some Further Evidence / W. H. Beaver, J. Manegold // Journal of Financial and Quantitative Analysis. – June. – 1975. – №10. – P. 231 – 284. 8. Кунцевич В. О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №1. – С. 68 – 75. 9. Шеремет А. Д. Методика фінансового аналізу / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулін. – М.: ИНФРА-М, 1996.

Герасимова О. Л.

УДК 69.003:658.152

Фісуненко П. А.

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ТА ЗМІНАМИ В ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТАХ

Реалізація інвестиційно-будівельного проекту має середньострокову або довгострокову перспективу (в середньому від 3 до 10 років), через що початкове планування зі 100%-ю вірогідністю ефективності (точки окупності, терміну повернення інвестицій) та фінансової спроможності проекту при складанні бізнес-плану стає проблематичним завданням, що потребує вирішення.

Методологія і практика управління ризиками інвестиційних проектів розглядалися в роботах багатьох вчених: С. Бушуєва [1], І. Бланка, Дж. Неймана, А. Томпсона, З. Уїлкса, Ю. Анісімова, В. Буркова, І. Богомолотої, В. Воропаєва, У. Гасілова, А. Хорєва, Л. Чурікова, У. Шахова, В. Шапіро, А. Шишкіна та ін. Проте проблематика підвищення ефективності використання інвестиційних ресурсів ще не отримала достатнього теоретико-методологічного обґрунтування і практичного вирішення у вітчизняній практиці реалізації будівельних проектів.

Процес управління змінами здійснюється на всіх етапах життєвого циклу проекту, але поки не існує взаємопов'язаних моделей, які стосуються впливу змін на показники ефективності, що обумовило вибір мети даного дослідження.

Як відомо, мінімальна норма прибутку розраховується виходячи з рівня прибутковості цінних паперів, відсотків за довгостроковими кредитами та іншими альтернативними вкладеннями. Мінімальна норма прибутку зростає зі збільшенням ступеня інвестиційного ризику і може досягати дуже високого рівня для венчурних проектів (рисунок). Таким чином, віддача від вкладених засобів повинна пропорційно відповідати їх ризикованості.

Предметом оцінки ефективності може бути лише такий інвестиційний проект, у якому вказані витрати і результати кожного учасника. Щоб забезпечити відповідність проекту цілям та інтересам певного учасника, в ринковій економіці розроблено багато різних механізмів, перш за все, це ціни. Підвищивши ціну робіт, можна зробити проект більш вигідним для виконавця робіт, але такого ж результату можна досягти "корегуванням проекту", шляхом зміни об'ємів, термінів поставок і якості матеріалів, переглянувши технологію і організацію будівництва. Загальні заходи з реалізації змін і можливі реакції на непередбачені зміни зазвичай формулюються таким чином: оперування ресурсами (збільшення і зниження об'ємів, заміна або додаткове залучення інших процедур, зміна інтенсивності використання ресурсів та ін.); оперування часом (зміна термінів і послідовності виконання робіт, зупинка робіт); оперування якістю (зниження або підвищення якості робіт, що впливають на вартість проекту і час його виконання) [2].

© Герасимова О. Л., Фісуненко П. А., 2008

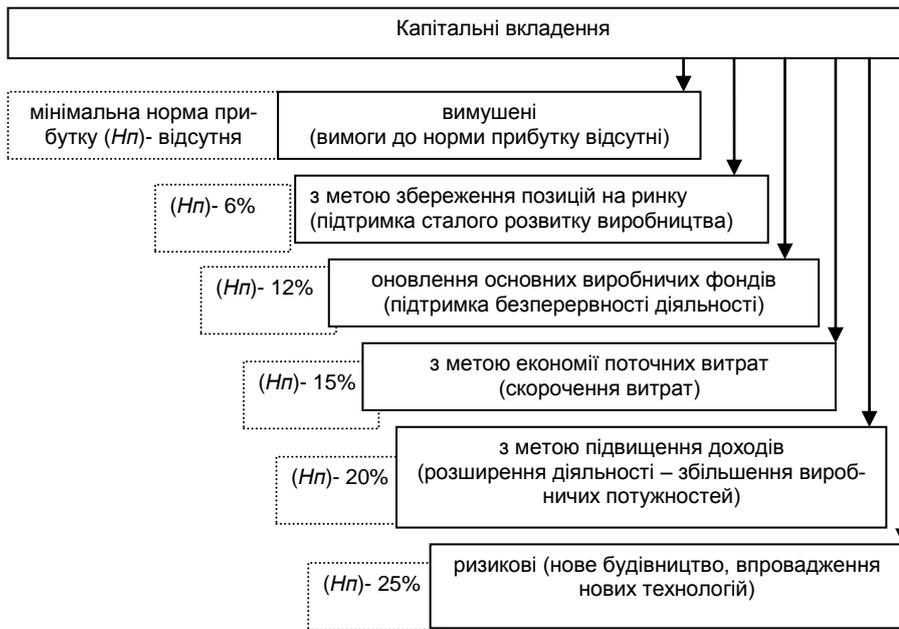


Рис. Класифікація капітальних вкладень з метою диференціювання норми прибутку

В інвестиційно-будівельних проектах критерієм ефективності кожного учасника проекту можуть бути прибуток або норма рентабельності, що визначається як співвідношення кошторисного прибутку до кошторисної вартості виконаних робіт. Вільна (договірна) ціна на будівельну продукцію забезпечує підрядчику повернення витрат в повному обсязі та належну суму прибутку в розмірі, що обумовлена нормою, а інвестору (замовнику) – визначення обсягу інвестицій на будівництво об'єкта. У витратній частині проекту найбільшим показником є витрати на будівництво, тобто безпосередню оплату будівельних робіт. Окрім цього, треба враховувати витрати до будівництва (витрати на дозвільну документацію) і витрати на утримання девелоперського апарату, на введення об'єкта в експлуатацію, його маркетингове просування. Тому найвідповідальнішим моментом для девелопера є вибір генерального підрядчика.

Процес управління складається з m етапів (кроків). На кожному i -му кроці управління x_i переводить систему зі стану S_i , що знаходиться в залежності від стану S_{i-1} і вибраного управління x_i , в наступне становище:

$$S_i = S_i(S_{i-1}, x_i).$$

При цьому управління розглядається з врахуванням усіх його наслідків у майбутньому. Як тимчасовий відрізок будемо розглядати етап будівництва, тобто моментальний результат після закінчення заданого планового горизонту. Будь-який проміжний етап реалізації проекту (t) може бути підсумковим. Чим меншим буде етап, на якому проводяться корегуючі дії, тим більш успішним буде досягнення запланованих параметрів інвестиції до закінчення планового горизонту, тим більш високим буде значення економічної ефективності проекту [3; 4].

На стадії прийняття інвестиційних рішень як показник стійкості приймають сподіваний прибуток за проектом чи середнє значення прибутку ($\bar{\Pi}$):

$$\bar{\Pi} = \sum_{i=1}^n p_i \cdot \Pi_i,$$

де p_i – ймовірність отримання i -го прибутку;
 Π_i – величина i -го прибутку;
 n_i – кількість можливих варіантів прибутку.

Під час реалізації проекту середню величину прибутку знаходимо за формулою:

$$\bar{\Pi} = \frac{\sum \Pi}{n}.$$

Мінливість очікуваного прибутку (ризик) визначається величиною відхилення прибутку від його очікуваного середнього значення. Чим більше відхилення, тим вищий рівень ризику.

Як коефіцієнт стійкості також можливе використання показника (індексу) рентабельності (прибутковості, дохідності) проекту (K_n):



$$K_n = \frac{TB}{I},$$

де TB – теперішня вартість майбутніх грошових потоків;
 I – початкові інвестиції.

Витрати на реалізацію проекту пов'язані з величиною показника стійкості. Через невизначеності внутрішнього та зовнішнього середовища під час реалізації будівельного проекту, показник стійкості є випадковою величиною. Чим вище невизначеність при реалізації проекту, тим значніше варіація показника стійкості (ν_σ). Для порівняння варіацій використаємо квадратичний коефіцієнт варіації, при цьому коефіцієнт варіації не повинний перевищувати 33%:

$$\nu_\sigma = \frac{\sigma}{\bar{\Pi}},$$

де σ — середньоквадратичне відхилення очікуваних від реалізації проектів доходів від їх середнього значення (показник ризику), який розраховується за формулою:

$$\sigma = \sqrt{D},$$

де D – дисперсія очікуваних доходів від реалізації проекту:

$$D = \sum_{i=1}^n p_i \cdot (\Pi_i - \bar{\Pi})^2.$$

Чим більше ризик, тим більшу середню величину прибутку ($\bar{\Pi}$) необхідно забезпечити для підтримки прибуткових показників проекту з вірогідністю w :

$$\bar{\Pi} = \bar{\Pi}(\nu_\sigma, w_0),$$

де w_0 — вірогідність припинення реалізації проекту, що визначається як $w_0 = 1 - w$.

Оскільки витрати пропорційні величині $\bar{\Pi}$, на кожному кроці або етапі треба контролювати їх фактичну величину. Підсумувавши значення витрат на окремих кроках або етапах та умовно поділивши їх на прямі та змінні, можна записати математичну залежність прибутку від обсягу виручки та величини постійних та змінних витрат [5]:

$$\Pi_n = B_n - 3B \frac{B_n}{B} - ПВ,$$

де Π_n – прогнозована величина прибутку;

B_n – планова виручка;

B – фактичний обсяг виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) за звітний період;

$3B$ – змінні витрати;

$ПВ$ – постійні витрати за звітний період.

Таким чином, прогнозована величина прибутку дорівнює різниці запланованого обсягу виручки від реалізації та змінних витрат, що корегуються на коефіцієнт зростання виручки від реалізації, а також постійних витрат. Прямі витрати залишаються незмінними на одиницю виконаних будівельно-монтажних робіт. Із зростанням обсягів виробництва частка постійних витрат, що припадає на одиницю продукції, зменшується. Зменшення витрат при виконанні додаткового обсягу будівельно-монтажних робіт обмежене потужністю будівельної організації, що визначає максимально можливий обсяг виробництва.

Ризики, що виникають при реалізації інвестиційного проекту, можливо мінімізувати, по-перше, контролюючи показники прибутковості учасників проекту, що відповідають заданому рівню невизначеності; по-друге, плануванням обсягів будівельно-монтажних робіт та співвідношенням між витратами. Подальше направлення досліджень націлене на знаходження оптимальних рішень управління проектами з врахуванням ризику та побудові вірогідно-статистичних моделей стійкого управління.

Література: 1. Бушуев С. Д. Словник-довідник з питань управління проектами / Українська асоціація управління проектами. – К.: Видавничий дім "Делова Україна", 2001. – 640 с. 2. Заренков В. А. Управління проектами. – М.: Изд-во "АСВ"; СПб СПбГАСУ, 2006. – 312 с. 3. Товб А. С. Управління проектами: стандарти, методи, опыт / А. С. Товб, Г. Л. Ципес. – М.: ЗАО "Олимп-бизнес", 2003. – 240 с. 4. Разу М. Л. Управління програмами и проектами // http://story/nm/ru/Project/mod8_p2_g3.htm / 5. <http://utg.kiev.ua/?sec=stat&id=210&npage=90&lang=1> – 65к.

ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ВИТРАТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Вирішення питань з обліку та управління витратами з розвитком ринкових відносин стало одним з основних напрямів ефективного функціонування промислового підприємства в умовах глобалізації економіки в контексті інтеграції в ЄС.

В ЄС системний мультиплікатор доданої вартості складає 12-13 од.; в Росії – приблизно 1,5 од. На одиницю сировини економіка європейських корпорацій додає 11-12 од., або у 7 разів більше, ніж сировинна економіка Росії [1]. В Україні ці показники ще гірші. Економічна система України уступає економічній системі ЄС в декілька разів, якщо рахувати за мультиплікатором доданої вартості. Тобто, промислові підприємства України повинні вирішити проблеми збільшення витратою на дачі найближчим часом.

Але, як свідчать статистичні дані, на багатьох промислових підприємствах спостерігається невиправдане збільшення сум витрат на виробництво продукції, що призводить до зменшення прибутковості, або навіть — до збитковості. Це є причиною зменшення надходжень до державного бюджету. На рисунку показані витрати на одиницю виробленої продукції (робіт, послуг) в Україні.

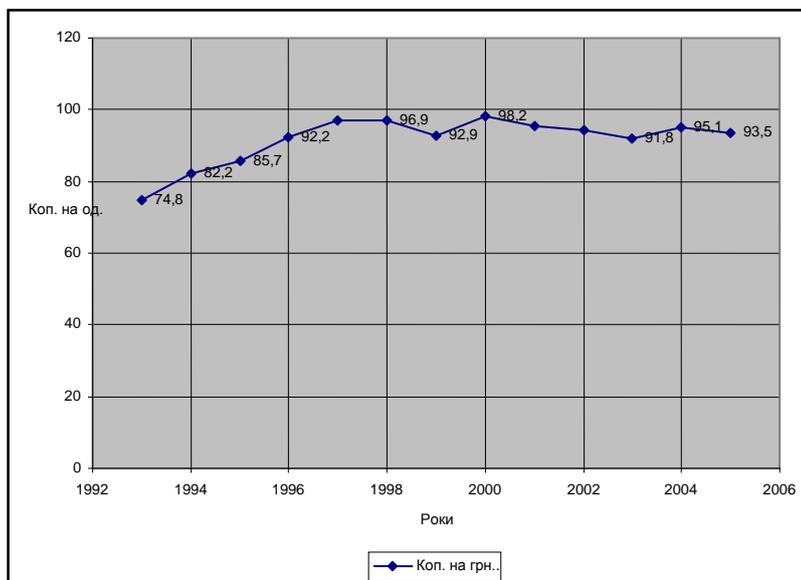


Рис. Витрати на одиницю виробленої продукції
(Дані статистичних щорічників України за 2002 — 2006 р.)

У сфері управління витратами з метою цільового прийняття рішень необхідне максимально повне уточнення характеристик об'єкта управління. Це дозволяє здійснити їх детальну класифікацію. Класифікація будь-якого об'єкта створює потрібне інформаційне забезпечення щодо прийняття рішень, оскільки акцентує увагу на затребуваних в управлінні критеріях розрізнення сукупності однорідних за своїм змістом об'єктів. Класифікація дозволяє деталізувати окремі характеристики об'єкта управління й здійснювати більш цілеспрямований адміністративний вплив на вибір оптимальних управлінських рішень.

Вчені, які займаються дослідженнями у сфері управління підприємством, акцентують, що класифікація витрат має переважно цільовий характер, є наслідком не тільки практичної потреби, але й теоретичних досліджень в цій області, і не є постійною. Вплив зміни зовнішнього та внутрішнього середовища на процес управління підприємством, розвиток теорії управління витрат й окремих практичних аспектів управління ними безпосередньо доповнює нові ознаки і критерії класифікації витрат. Класифікація витрат підприємства не є один раз і назавжди визначеною, вона постійно уточнюється, доповнюється, удосконалюється, "постійно еволюціонує" [2, с. 280].



Робота виконувалася відповідно до тематичного плану науково-дослідних робіт Донбаського державного технічного університету.

Метою статті є визначення проблем обліку витрат у системі управління підприємством в умовах глобалізації економік, напрямки удосконалення методології управління витратами промислових підприємств.

Застосування міжнародних стандартів у діяльності підприємств України потребують розробки нової методології обліку та управління витратами. Поряд з міжнародним досвідом не можна відмовлятися і від накопиченого вітчизняного досвіду управління витратами. Не можна відмовлятися від раніше розроблених ознак і критеріїв класифікації. Як підкреслено луганськими вченими, "переход на международные или адаптированные к ним стандарты учета с жестко закрепленными элементами и статьями затрат, а также ориентация на адаптированный зарубежный опыт в классификации затрат, препятствует выделению некоторых видов затрат в практической деятельности предприятий и управлении ими" [2, с. 281].

Функціонування підприємств України в умовах інтеграції та глобалізації бізнесу вимагають розробки та впровадження в управлінський процес підприємства нових наукових підходів і методологічних принципів. Але необхідно максимально використовувати існуючу структуру й, особливо, людський потенціал. Мова йде про еволюційне удосконалення діючої структури управління, а не про її знищення й побудову зовсім нової, нікому невідомої до цього часу, системи управління [3, с.227].

При впровадженні на ринок нових видів продукції досить часто виникають так звані "сховані" витрати, що не виявляються при збуті пробної партії продукції або в процесі виходу з нею на обмежений ринок. Такі витрати, як правило, проявляються при розширенні обсягів продажів продукції на території України та за її межами [4].

Якщо є інноваційна діяльність, справедливо пов'язані з нею витрати називати інноваційними витратами за аналогією з інвестиційними витратами. Деякі автори при викладенні матеріалу статей, підручників вживають такі назви, як: "інтернет-технологічні витрати" [5; 6], "виртуальные затраты", "затраты на утилизацию" [7], "інформаційні витрати", "статистичні витрати" [8], "консолідовані витрати", "екологічні витрати", "системні витрати" [9], "дифференциальные затраты", "нейтральные затраты, дополнительные издержки" [10], "имплицитные (экономические) издержки", "экстремальные затраты", "затраты жизненного цикла продукции", "собственные затраты", "взаимные затраты", "затраты на владение", "мультипликативні", "маркетинго-збутові витрати", "логістичні витрати" [11] тощо. Отже, виникла необхідність не просто удосконалення існуючої класифікації витрат, а розробка нової їх класифікації з урахуванням вимог нової економіки.

Практика і досвід зарубіжних та вітчизняних вчених з питань управління витратами виробництва на промислових підприємствах дозволив обґрунтувати ознаки та мету їх класифікації.

Слід погодитися з думкою В. М. Панасюка, що "оптимальність процесу управління витратами діяльності з метою запобігання небажаних тенденцій припускає інтегрований підхід до взаємодії всієї сукупності функцій управління шляхом своєчасного науково обґрунтованого впливу на процеси, що в ньому протікають". З метою вирішення цієї проблеми він пропонує створення незалежного управлінського інформаційного забезпечення в напрямку інтеграції інформаційних обчислювальних процесів і створення на цій основі інтегрованої системи обробки даних.

Для цього необхідно вирішити типові проблеми, з якими стикається більшість промислових підприємств.

Основним етапом побудови методологічних основ управління витратами промислового підприємства є розробка пакета документів під назвою "Методологія управління витратами промислового підприємства".

До такого пакета необхідно включати:

1. Документи з нормативно-правової бази з формування витрат підприємства: Закони України; Положення (стандарт) бухгалтерського обліку; Галузеві рекомендації; Методичні рекомендації, методики розрахунків витрат; накази, постанови, інструкції, правила, листи (КМУ, ДПАУ, Держкомстату, міністерств, Держбуду України тощо); типові норми та нормативи.

2. Документи з визначення системи управління витратами: визначення об'єктів планування та обліку витрат; виявлення чинників, що впливають на суму витрат усіх видів ресурсів; нормування витрат ресурсів; планування витрат за їх видами; облік, контроль і аналіз витрат; економічне стимулювання економії ресурсів та зниження витрат; методика розрахунку впливу чинників ризику та невизначеності.

3. Документи з організації бухгалтерського управлінського обліку: укладання виробничої структури підприємства (склад, структура цехів і служб, їх потужність, форми побудови та взаємозв'язку на кожному рівні управління виробництвом, тип і масштаби виробництва, складність технологічних процесів, ступінь та види спеціалізації цехів); обґрунтування моделі управлінського обліку (мета, об'єкти і методи обліку, формування інформації: план рахунків управлінського обліку, склад калькуляційних статей, центрів відповідальності за витратами тощо); затвердження переліку первинних документів і складу регістрів аналітичного обліку, форми внутрішньої звітності, визначення напрямків руху інформації в середині підприємства та витратних потоків; складання внутрішніх документів з розподілу обов'язків між працівниками в системі управлінського обліку, розробка посадових інструкцій відповідальних осіб.

4. Документи з організації стратегічного управління витратами:

розрахунок витрат, доходів і активів для кожного виду діяльності (методика оцінки ланцюжку цінностей); виділення головних чинників змін витрат; виявлення зв'язків різних видів діяльності; ви-



явлення чинників зміни витрат, які регулюють кожний вид діяльності з утворення вартостей; розрахунки часток прибутків постачальників й споживачів; аналіз структури витрат конкурентів; дослідження можливості отримання стійкої переваги в конкуренції або шляхом більш ефективного, ніж у конкурентів, контролю за витратоутворюючими чинниками, або шляхом перебудови структури ланцюжка цінностей.

Невизначеність – це відсутність достатньої інформації. Але саме ця невизначеність і зумовлює ризик. Ризик в управлінні витратами вимагає нової методики обліку витрат як складової методології управління витратами підприємства. Тобто, для підвищення конкурентоспроможності продукції та ефективності функціонування промислового підприємства в умовах глобалізації економіки необхідна комплексна довгострокова програма управління витратами, яка включає до себе: 1. Виділення основних понять і процедур. 2. Виявлення існуючих проблем (діагностика). 3. Опис моделі управління витратами. 4. Побудова інформаційної системи. 5. Адаптація документообігу до інформаційної системи. 6. Розподіл відповідальності за формування витрат. 7. Створення механізму мотивації. 8. Упровадження системи й навчання персоналу.

Отже, діяльність підприємств України в умовах інтеграції та глобалізації бізнесу вимагають розробки та впровадження в управлінський процес підприємства нових наукових підходів і методологічних принципів. Упровадження в управлінський процес комплексної довгострокової програми управління витратами дозволить уникнути неефективних витрат, зменшити собівартість продукції та збільшити прибуток підприємства.

Подальші дослідження спрямовані на розробку практичних рекомендацій з упровадження комплексної довгострокової програми управління витратами в управлінський процес вугледобувного підприємства.

Література: 1. Губанов С. С. Уравнение евроинтеграции и его декомпозиция // Инновационное образование в высшей школе (вопросы теории и опыт внедрения): Научн.-метод. сборник / Коллектив авторов. – Вып. 4. Донецк: ДЭГИ, 2007. – 162 с. 2. Козаченко А. В. Управление крупным предприятием: Монография / А. В. Козаченко, А. Н. Ляшенко, И. Ю. Ладыко. – К.: Либра, 2006. – 384 с. 3. Чиликин А. И. Эффективность управления предприятиями угольной промышленности Украины. Диссертация докт. экон. наук. – Донецк, 2002. 4. Корінев В. Л. Обгрунтування прибутку підприємства з урахуванням рівня ціни на продукцію // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №3. – С. 97 – 103. 5. Король С. Організація обліку витрат на інтернет-технології // Вісник КНТСУ. – 2005. – №5. – С. 64 – 72. 6. Голов С. Чи перешкоджає П(с)БО 16 "Витрати" економічній роботі на підприємстві? // Бухгалтерський учет и аудит. – 2007. – №5. – С. 3 – 10. 7. Мельник Л. Г. Экономика информации и информационные системы предприятия: Учеб. пособие / Л. Г. Мельник, С. Н. Ильяшенко, В. А. Касьяненко. – Сумы: ИТД "Университетская книга", 2004. – 400 с. 8. Турило А. М. Дальнейшее исследование сущности экономической эффективности и классификация её видов / А. М. Турило, А. А. Турило // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №3(33). – С. 152 – 157. 9. Петрова В. И. Системный анализ себестоимости. – М.: Финансы и статистика, 1986. – 175 с. 10. Пожарицкая И. М. Бухгалтерский подход к определению затрат / И. М. Пожарицкая, Т. Н. Пилатова // Экономика и управление. – 2004. – №1. – С. 33 – 35. 11. Кузьменко Л. В. Исследование методов распределения затрат обслуживающих подразделений / Л. В. Кузьменко, Н. И. Ларка, С. Л. Кузьменко, Н. Н. Ларка // Міжн. наук.-практ. конф. "Актуальні проблеми управління економічними процесами промислових підприємств". 36. наук. ст. – 2006. – №7. – С. 99 – 103.

УДК 658.012

Деренська Я. М.

УПРОВАДЖЕННЯ ІМІТАЦІЙНОГО МОДЕЛЮВАННЯ В ПРАКТИКУ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Розвиток сучасного підприємства пов'язаний з реалізацією різноманітних проектів, серед пріоритетних цілей яких, як правило, зазначаються час і витрати. Отже, результатом ефективного проектного менеджменту є дотримання певних часових і бюджетних параметрів. Але у реаліях практики проектної діяльності рідко вдається залишати заплановані критерії незмінними. Головними причинами невиконання проектів у запланований термін є багато різних випадкових факторів: невизначеність у тривалості виконання робіт, невідомість структури моделі з випадковими параметрами та ін.

Проблеми управління проектними ризиками є достатньо значним елементом проектного менеджменту, який розглядається як з точки зору якісного (ідентифікація ризиків, розробка їх класифікацій) [1], так і кількісного (оцінка наслідків) аналізу [2 – 4]. Одним з напрямів коригування планових параметрів реалізації проекту є впровадження імітаційного моделювання (методу

© Деренська Я. М., 2008



Монте-Карло), яке дозволяє врахувати розподіл ймовірностей потрапляння часових і вартісних параметрів у заданий діапазон [5 – 7].

Мета дослідження полягає у впровадженні методу імітаційного моделювання у менеджмент проектів для визначення найвірогідніших строків та бюджетів їх реалізації.

Імітаційна система – це об'єкт, який є сукупністю імітаційної моделі, що дозволяє відтворити перебіг складного процесу з заданими параметрами управління, та алгоритмів і програмних засобів, які реалізують таке відтворення на ЕОМ.

Ефективним є імітаційне моделювання, яке ґрунтується на багаторазових послідовних змінах тривалості робіт (у заданих межах) і "програванні" на комп'ютері різних варіантів сіткової моделі.

Для визначення найбільш ймовірного часу реалізації інноваційного проекту "Виробництво лікарських засобів" скористаємося розробленою програмою MONTE, яка визначає межу допустимого ризику прийнятих рішень на основі методу Монте-Карло з використанням статистичної функції розподілу [5]. Дана програма передбачає запуск алгоритмів рішення поставлених завдань на ЕОМ у режимі пакетної обробки з подальшою розшифровкою результатів.

Вихідними даними для розіграшу моделі є значення кодів кожної роботи, тобто $i \in A$, t_{\min} (мінімальна тривалість), t_{\max} (максимальна тривалість), C_{\min} (мінімальна вартість), C_{\max} (максимальна вартість), P_i (ймовірність), N – кількість розіграшів узагальненої сіткової моделі.

Задамо кількість розіграшів, яка дорівнює 200, кількість робіт за інноваційним проектом "Виробництво лікарських засобів" складає 35. Програма MONTE розраховує ймовірність появи кожної роботи.

Розбиваємо часову вісь на кількість інтервалів, яка дорівнює трьом. Проведемо статистичне моделювання за допомогою програми MONTE. Багаторазовим розіграшем сіткової моделі визначимо кількість значень T_i , які попали в кожен із заданих інтервалів ΔT_i , і відповідні частоти F_1 за формулою:

$$F_1 = NN / N_1,$$

де N_1 – кількість розіграшів сіткової моделі.

Значення F_1 необхідне для побудови графіка статистичної функції розподілу і гістограми частот.

Для побудови графіка статистичної щільності розподілу необхідно для кожного інтервалу визначити значення F_2 за такою формулою:

$$F_2 = F_1 / \Delta T_i.$$

Усі отримані значення NN , F_1 , F_2 зводяться в таблицю статистичного ряду. За значеннями F_2 можна побудувати статистичний графік щільності розподілу ймовірностей випадкової величини T_i визначити параметри функції розподілу $f(T)$.

Випадкова величина "тривалість" характеризується такими числовими характеристиками: загальна середня тривалість, дисперсія, середньоквадратичне відхилення.

Загальна середня тривалість роботи розраховується за формулою:

$$T = \sum T_i * NN / N_1.$$

Загальна середня тривалість роботи за інноваційним проектом "Виробництво лікарських засобів" становить 4,79 місяці.

Розрахуємо генеральну дисперсію за формулою:

$$D = \sum NN(T_i - T)^2 / N_1.$$

Таким чином, генеральна дисперсія буде становити $D = 1,32$.

Розрахуємо середньоквадратичне відхилення за формулою:

$$\sigma = \sqrt{D}.$$

Середньоквадратичне відхилення буде становити $\sigma = 1,148913$.

Для розглянутого інноваційного проекту "Виробництво лікарських засобів" максимальна тривалість роботи становить 26 міс., мінімальна тривалість роботи – 1 міс. Статистичні значення в результаті використання програми MONTE складають: максимальна тривалість роботи – 31 місяць і мінімальна тривалість роботи – 4 місяці.

Нижня технологічна межа проекту – 92 місяці, а верхня – 98 місяців.

Сумарна оптимальна тривалість проекту відповідно до результатів використаної програми MONTE буде знаходитися в інтервалі $92 < T < 98$ місяців з ймовірністю $p = 0,643$ (рис.1).

Тривалість реалізації інноваційного проекту "Виробництво лікарських засобів" потрапляє в інтервал ризику. Таким чином, отримане рішення стійке і ймовірність виконання інноваційного проекту "Виробництво лікарських засобів" у заданий термін достатньо висока.



Вартість реалізації інноваційного проекту "Виробництво лікарських засобів" попадає в інтервал ризику. Таким чином, отримане рішення стійке і ймовірність виконання інноваційного проекту "Виробництво лікарських засобів" за заданими бюджетними обмеженнями достатньо висока.

Виходячи з отриманих результатів, можна зробити висновок, що встановлений термін реалізації інноваційного проекту "Виробництво лікарських засобів" і витрати на його реалізацію знаходяться в межах допустимого ризику.

Подальшого дослідження потребують питання створення системи управління ризиками інноваційних проектів з урахуванням специфіки фармацевтичної галузі та координація впливу окремих видів ризику на результативність проектного менеджменту.

Література: 1. Бежин С. Избежать опасности // ЖУК. – №4 – 5. – 2007. – С. 21 – 23; 46 – 50. 2. Батенко Л. П. Управление проектами: Навч. посібн. / Л. П. Батенко, О. А. Загородніх, В. В. Ліщинська. – К.: КНЕУ, 2003. – 231 с. 3. Киселица Е. П. Экономико-математическое моделирование управления рисками деятельности промышленного предприятия // Управление риском. – №3. – 2006. – С. 43 – 47. 4. Мазур И. И. Управление проектами: Учебн. пособ. / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге; [Под общ. ред. И. И. Мазура. – М.: Омега-Л, 2004. – 664 с. 5. Мамотенко Д. Ю. Управление реализацией инвестиционных проектов с учетом факторов неопределенности и риска // Проблемы науки. – №4. – 2003. – С. 18 – 23. 6. Павлов И. Д. Модели управления проектами: Учебн. пособ. / И. Д. Павлов, А. В. Радкевич. – Запорожье.: ЗГИА, 2004. – 316 с. 7. Погорелова М. В. Имитационное моделирование инновационных процессов научно-производственного предприятия // АПЕ. – №6. – 2007. – 144 с.

Дефорж С. Ю.

УДК 330.837:330.342.146

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНСТИТУТА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ В МОДЕЛИ СОЦИАЛЬНОГО РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Процесс реализации конституционно провозглашенных конечных целей постсоциалистического реформирования – построение социального государства, основанного на социальной рыночной экономике (Ст. 1, 13 Конституции Украины [1]), – принял затяжной характер. Среди глубинных причин противоречий переходного периода на постсоветском пространстве необходимо, на взгляд автора, выделить:

во-первых, отсутствие целостной, научно обоснованной концепции преобразования, на основе которой должна строиться долговременная стратегия реформирования народного хозяйства. Как отмечает немецкий теоретик П. Вельфен: "Если в стране осуществляется трансформация экономической системы (как это происходит в бывших социалистических странах Центральной и Восточной Европы), и она впервые сталкивается с проблемами, свойственными рыночной экономике, рациональную политику из-за отсутствия опыта можно проводить, только руководствуясь экономической теорией. Политика, осознанно проводимая по принципу learning-by-doing (обучение действием) ... может быть рациональной только в малых странах..." [2, с. 40];

во-вторых, приоритетное значение в процессе рыночных преобразований имеет создание базовых условий — институционального фундамента рыночной экономики.

Ориентация реформ на ускоренную либерализацию экономической жизни, разрушение до-реформенной институциональной системы привели к институциональному вакууму. Как справедливо отмечает М. Дерябина: "Демонтировав в короткие сроки старея институты, обеспечивающие приемлемый уровень стабильности, реформаторы не смогли столь же быстро создать "каркас" рыночной экономики... — многочисленные институты, никогда не существовавшие при социалистической системе" [3, с. 108].

В крайне сложном положении оказалось ключевое звено любой хозяйственной системы — предприятие. К унаследованным от социализма проблемам предприятий добавились новые: оказались разорваны отраслевые связи; развилась конкуренция за получение льгот и преференций от региональных администраций; возобладали краткосрочные цели в ущерб продолжению развития, что свело на нет инновационно-инвестиционные процессы; растет социальное напряжение между управляющими, собственниками и работниками; падает квалификация кадров; подрывается конкурентоспособность предприятий и т. д.

Вместе с тем уникальным преимуществом политики постсоциалистической трансформации, обеспечивающим ускоренный характер переходного периода, является возможность использования методов, инструментов, рычагов строительства, прошедших историческую апробацию в других странах.

© Дефорж С. Ю., 2008

Целью данной статьи является дальнейший анализ [4] институционального становления системы управления предприятием, адекватной реалиям и потребностям рыночного механизма. При этом методологической основой данной работы стали, с одной стороны, фундаментальные положения современной институциональной теории, а с другой стороны — исторический опыт строительства самой успешной модели социально ориентированной рыночной экономики — СРХ (социальное рыночное хозяйство).

Опыт становления континентальной модели рыночной экономики (СРХ) вызывает наибольший интерес отечественных исследователей, поскольку:

схожи исходные исторические предпосылки реформирования. Украина, как и послевоенная ФРГ, получила в наследство монополизированную, централизованно управляемую, милитаризованную экономику;

существует глубокий теоретический фундамент реформирования – концепция СРХ, которая стала результатом генезиса трех основных школ немецкой ветви неолиберализма – ордолиберализма. Ее основы были разработаны в 1920 – 1950 годы, а после войны последовательно реализованы в экономической политике канцлера ФРГ Л. Эрхарда;

общеизвестны практические успехи модели СРХ. Так, уже в период послевоенного восстановления и создания основ модели (1950 – 1960 гг.), ВВП ФРГ увеличился почти втрое [5, S. 42 – 43]; реальный ВНП на душу населения Германии достигает сейчас 29 510 долл. (по ППС, 2005 г.). В Украине этот показатель составляет 6770 долл. (по ППС, 2005 г.) [6, S. 534 – 541].

Сущность развитой модели СРХ можно свести к постулату: эффективная рыночная экономика как основа социального прогресса и социальной справедливости.

Ядром эффективного экономического порядка модели СРХ является уникальная для капитализма система "соучастия в управлении" (ряд постсоветских исследователей вообще считает эту систему примером интегрирования нерыночных институтов в рыночную экономику [7, с. 63]). Показательна высокая оценка этой системы аналитиками других развитых стран: Х. Окумура называет германскую систему "соучастия в управлении" пока недостижимым образцом для Японии [8, с. 167 – 168]; У. Хаттон призывает к импорту элементов этой системы в Великобританию [9, с. 37].

Система "соучастия в управлении" в СРХ Германии дает реальное право представителям наемных работников участвовать в управлении предприятием, превращает их в партнеров работодателей. Ее становление началось в 1951 г. с принятием закона об участии работников в управлении предприятиями зоны ЕОУС (Европейского объединения угля и стали). С тех пор система прошла длительную и успешную апробацию в двух отраслях: горнодобывающей и сталелитейной, а с 1972 г. распространена на все отрасли. Согласно закону 1951 г. во всех акционерных обществах названных отраслей с числом работников более 1 тыс. человек избираются наблюдательные советы в составе 11 человек: 5 – от работников, 5 – от акционеров (пайщиков) и 1 – "нейтральный". Сфера полномочий Советов весьма широка: они назначают и отзывают членов правления (управляющих) – для избрания члена правления требуется большинство в 2/3 голосов; заслушивают отчеты по всей деятельности фирмы; имеют право на решение всех кадровых вопросов, регулирование рабочего времени, формы выдачи зарплаты и т. д.

Институционально-правовое развитие система "соучастия в управлении" получила с принятием парламентом (бундестагом) в 1972 г. фундаментального Закона об уставе предприятия (фирмы) (новая редакция — 1988 г.) и в 1976 г. – Закона о соучастии в управлении вне зоны ЕОУС. Теперь наблюдательные советы создаются повсеместно; законы четко определяют их полномочия и условия формирования. Так, соотношение представителей работников и акционеров должно составлять:

6: 6 на фирмах с числом работников до 10 тыс. человек;

8: 8 – число работников от 10 тыс. до 20 тыс. человек;

10: 10 – число работников более 20 тыс. человек.

Наглядным проявлением углубления экономической демократии стала последняя редакция Закона об Уставе предприятия 1988 г. (Betriebsverfassungsgesetz), целью которого было укрепление социального партнерства сторон трудового процесса. Закон распространяется на все предприятия с частной формой собственности с числом занятых 5 и более человек старше 18 лет. Органом, представляющим интересы работников и принимающим участие в управлении предприятием, является производственный совет, который выбирается прямым и тайным голосованием.

В компетенции Совета находятся правила внутреннего распорядка, вопросы рабочего времени, отпусков, техники безопасности, социальные вопросы (подробнее – рис. 1). Особенно важно, что без согласия Совета работодатель не имеет права на увольнение работника (спорные вопросы может решать только суд). Закрытие или перенос производства на предприятиях с числом работников более 20 человек возможно только после переговоров работодателя с Советом о возмещении ущерба работникам в результате этих перемен [10, с. 367 – 373]. Степень защиты от увольнения оказалась столь высока, что стала тормозить мобильность рыночной экономики, препятствовать предпринимательской инициативе. Поэтому программа последней модификации СРХ "Agenda 2010" предусматривает некоторое смягчение требований закона для вновь открывшихся, малых предприятий.

Институционально-правовое гарантирование участия работников в управлении предприятием (система "соучастия в управлении"), наряду с законодательным обеспечением конкурентного порядка, составляет сердцевину эффективной, социально-устойчивой модели СРХ. Внедрение данной системы, разумеется, с учетом национальных особенностей, должно стать, на взгляд автора, стратегической целью переходного государства.

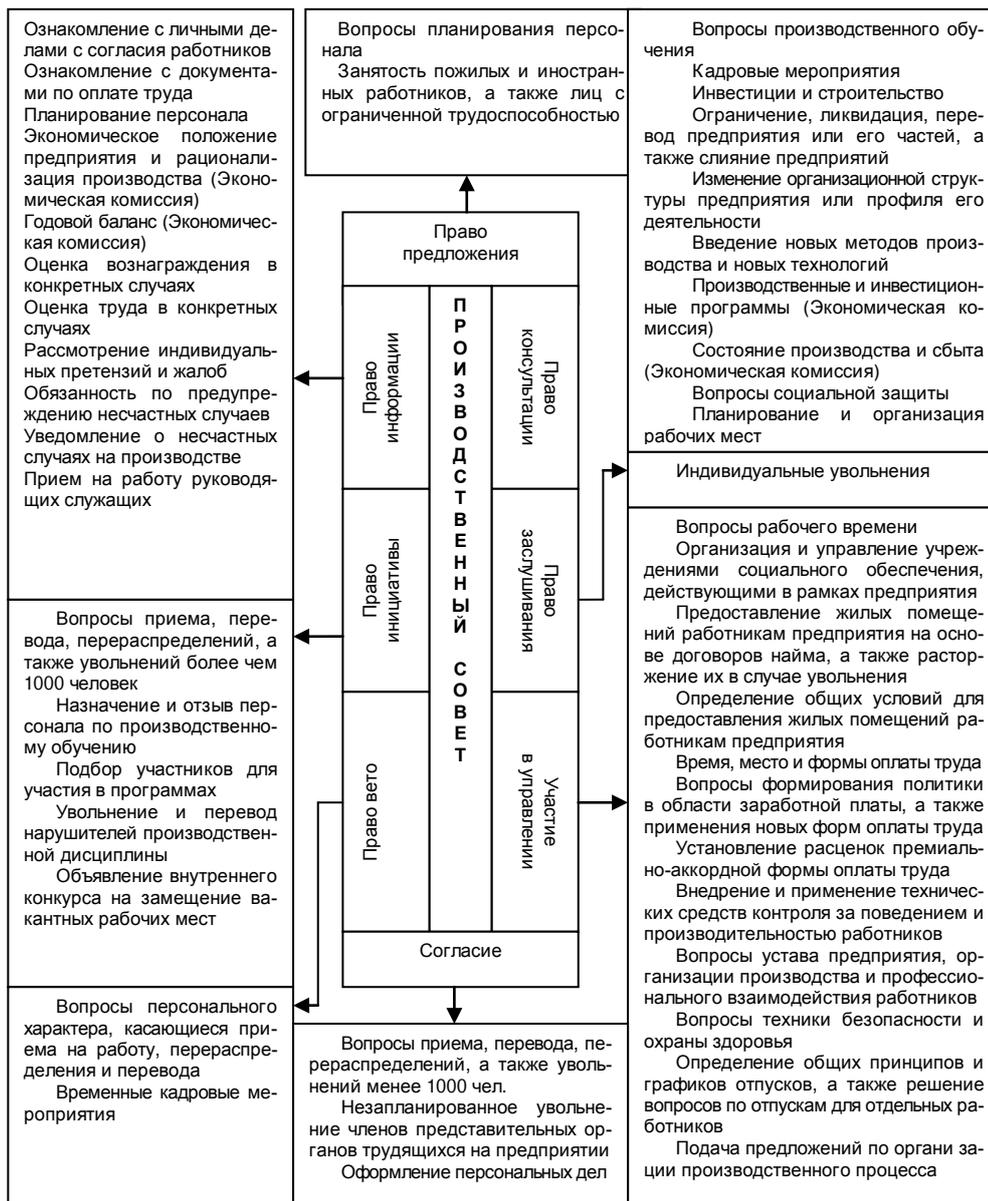


Рис. 1. Участие производственного совета в управлении предприятием [10, с. 367 –374; 11, с. 157 – 166; 12, с. 214]

Полагаем, что постепенное становление такой системы в условиях постсоциалистической трансформации особенно целесообразно, поскольку в силу наследия командной экономики роль важнейшего института социальной рыночной экономики – профсоюзов, крайне ослаблена. В результате наемные работники, особенно в негосударственном секторе экономики, оказались экономически и социально практически незащищенными. К тому же, сложившаяся в переходной экономике функционально-управленческая конфигурация предприятия весьма далека от экономической демократии: не только наемные работники, но и миноритарные акционеры практически отстранены от принятия и реализации управленческих решений.

Показательны результаты исследования Г. Клейнера, который приводит следующее условное распределение "весов" (степени участия в управлении) шести основных субъектов функционирования современного промышленного предприятия: генеральный директор – 10 баллов; общее собрание акционеров – 5; высший менеджмент – 4; трудовой коллектив – 3; работники – 2 [13, с. 28 – 30].

Отсюда вытекает, что одной из главных задач институционального реформирования предприятий в направлении подлинной экономической демократии является согласование и оптимизация прав и ответственности всех экономических субъектов, и учет интересов каждого из них в принятии и реализации управленческих решений.

Использование исторического опыта институционального строительства развитых функционирующих моделей социальной рыночной экономики может обеспечить решение поставленной на

государственном уровне задачи: сократить путь рыночного становления, пройденный передовыми странами за века, до десятилетий [14, с. 12].

Дальнейшее исследование опыта функционирования развитой модели СРХ является актуальным направлением экономической теории и практики.

Литература: 1. Конституция Украины. – Харьков: Велта: Ранок, 2001. – 48 с. 2. Вельфенс П. Основы экономической политики. Социальная экономика: "Синяя серия". – СПб: Дмитрий Буланин, 2002. – 495 с. 3. Дерябина М. Институциональные аспекты постсоциалистического переходного периода // Вопросы экономики. – 2001. – №2. – С. 108 – 124. 4. Дефорж С. Ю. Формирование социального рыночного хозяйства: институциональный аспект: Монография / С. Ю. Дефорж, И. А. Дмитриев, М. Н. Ким. – Харьков: Изд. ХНАДУ, 2007. – 160 с. 5. Soziale Marktwirtschaft – Entstehung, Grundlagen, Instrumente – Bonn: Kollen Druck + Verlag, 1994. – 269 s. 6. Der Fischer Weltalmanach 2008. – Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 2007. – 831 S. 7. Западноевропейские страны: Особенности социально-экономических моделей. – М.: Наука, 2002. – 271 с. 8. Окумура Х. Корпоративный капитализм в Японии. – М.: Мысль, 1986. – 252 с. 9. Хаттон У. Капитализм участия // Мировая экономика и международные отношения. – 2000. – №1. – С. 35 – 44. 10. Германия. Факты. – Франкфурт-на-Майне: Изд. Sozietäts-Verlag, 1998. – 512 с. 11. Ламперт Х. Социальная рыночная экономика. Германский путь. – М.: Дело ЛТД, 1994. – 224 с. 12. Антропов В. В. Социальная рыночная экономика: путь Германии. – М.: ЗАО Изд. "Экономика", 2003. – 223 с. 13. Клейнер Г. Институциональные аспекты реформирования промышленных предприятий // Проблемы теории и практики управления. – 2002. – №4. – С. 24 – 30. 14. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004 – 2015 роки). Шляхи Європейської інтеграції. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.

УДК 658.71

Дзьобко І. П.

КОНЦЕПЦІЯ ЛОГІСТИКО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Для сталого розвитку економіки України умови сучасності вимагають створення умов для модернізації, впровадження інноваційно-інвестиційної моделі економічного прогресу, застосування високих інформаційних технологій, підвищення ролі інтелектуального капіталу, соціальних чинників та ін.

З підвищенням купівельної спроможності населення за рахунок зростання заробітної плати, пенсій, соціальних виплат розширюється ємність внутрішнього споживчого ринку. Це викликає необхідність орієнтації діяльності кожної підприємницької структури на задоволення ринкового попиту. Тобто кожен підприємець мусить налаштуватися на роботу за принципом: виготовляю те, що потребує споживач в певний час, і доставляю туди, куди він наказує [1]. Основоположим підходом до застосування такого принципу виступає трансформація існуючої системи менеджменту й опанування прогресивними методами управління підприємницькою діяльністю, головне місце серед яких посідає логістико-орієнтоване управління.

З огляду на це, теоретико-методичне обґрунтування логістико-орієнтованого підходу до управління розвитком підприємств і розкриття концепції логістико-орієнтованого управління економічною діяльністю підприємств з урахуванням сучасних процесів інтеграції, інформатизації та глобалізації світової економіки, по суті, становлять новий підхід до розробки моделі побудови постіндустріального суспільства в Україні.

Вивчення літератури з логістичної тематики дозволяє констатувати, що існує багато аспектів тлумачення як поняття "логістика", так і концепції логістики. Є вже й підрахунки кількості підходів до тлумачень цих понять. Зокрема, Є. О. Голіков проаналізував 16 варіантів сучасних визначень поняття "логістика", В. І. Сергєєв – 24, а В. С. Колодін відзначає, що в літературі нараховується п'ять десятків визначень логістики [2]. У більшості таких визначень акцент робиться на окремі аспекти, які тільки разом у послідовному взаємозв'язку розкривають сутність логістики у виробничо-комерційній сфері діяльності.

Ряд фахівців [2; 3], розглядаючи логістику, акцентують увагу на поєднанні операцій транспортування і складування вантажів, інформаційного забезпечення і планування перевезень, комплектування відправлень, пакування і маркування вантажів. Таке тлумачення звужує сутність і роль логістики, зводить її до техніко-технологічної діяльності у сфері товароруху і отожднює з транспортно-складською діяльністю. У цьому визначенні, хоч і відображено один з головних аспектів логістики – транспортно-складський, який має велике макроекономічне значення, але його недостатньо для повного розкриття сутності логістики.

© Дзьобко І. П., 2008



Нині найбільше прихильників серед науковців має тлумачення логістики як форми управління фізичним розподілом продукції. Наприклад, українські вчені М. С. Дороніна [4], Є. В. Крикавський, М. А. Окландер, Росії – Б. А. Анікін, А. М. Гаджинський, М. П. Гордон, Б. К. Плоткін і багато інших зарубіжних фахівців, серед яких J. L. Heskett, J. F. Magee, W. C. Soracino, D. B. Rosenfield, R. T. Miles, розглядають логістику як функцію управління матеріалопотоками.

Є. О. Голиков трактує логістику як універсальний науковий інструмент більш організованого й ефективного управління будь-якими потоковими процесами, які мають просторово-часову послідовність [2], а М. А. Окландер ще в 1993 р. розглядав логістику не тільки як інтегральну функцію управління матеріальним потоком, а й як "міждисциплінарну науку, пов'язану з пошуком організаційно-управлінських резервів підвищення ефективності такого управління" [5].

Вивчення й аналіз великого розмаїття тлумачень поняття "логістика" дозволили констатувати, що логістика викристалізувалася в науку, яка породила нове уявлення про раціоналізацію потоків матеріальних і нематеріальних цінностей. Л. В. Фролова розглядає логістику і як науку, і як сукупність механізмів господарювання [6].

Логістична наука, за словами Л. В. Фролової [6] виступає "мистецтвом формування ефективних відносин щодо інтеграції матеріальних, інформаційних, фінансових і сервісних потоків". А як сукупність механізмів господарювання вона "становить інтегровану систему форм, методів та інструментів оптимізації комплексу процесів постачання ресурсів, виробництва, розподілу і доведення готової продукції до споживача".

Автори більшості робіт [2] дають значний спектр сфер застосування логістики й, відповідно, визначень, що ускладнює проведення досліджень.

У сучасних умовах, підкреслюється в роботі [2], "труднощі формулювання поняття логістики пояснюються... тим, що вона включає безліч напрямків, і тому жодна людина не може бути експертом у всіх спеціалізаціях логістики".

За даними авторів роботи [1; 2; 7], "найчастіше в закордонній літературі поняття логістики трактується як процес управління рухом і зберіганням сировини, частин, компонентів і готової продукції в господарському обороті з моменту оплати грошей постачальникам до моменту одержання грошей за доставку готової продукції споживачеві". А також те, що "в цілому в цей час логістика розглядається як напрямок господарської діяльності, що складається в управлінні матеріалопотоками у сфері виробництва й обігу, а також як міждисциплінарний науковий напрямок, безпосередньо пов'язаний з пошуком нових можливостей підвищення ефективності матеріальних потоків".

На думку авторів роботи [2; 7], у закордонній науковій літературі й підприємницькій діяльності склалися "два принципових напрямки у визначенні логістики. Один з них пов'язаний з функціональним підходом до руху товарів, тобто управлінням всіма фізичними операціями, які необхідно виконувати при доставці товарів від постачальника до споживача. Інший напрямок характеризується більш широким підходом: крім управління товарообіговими операціями, він включає аналіз ринку постачальників і споживачів, координацію попиту та пропозиції на ринку товарів і послуг, а також здійснює гармонізацію інтересів учасників процесу руху товарів". При цьому в рамках другого підходу до логістики "найбільше поширення одержали управлінські, економічні й оперативно-фінансові аспекти".

У сучасній вітчизняній теорії логістики склалися власні погляди про її концепцію, певною мірою взаємообумовлені й взаємозалежні з положеннями теорії й практики, накопиченими за кордоном.

У термінологічному словнику з логістики дається таке її визначення: "Логістика – наука про планування, контроль і управління транспортуванням, складуванням та іншими матеріальними й нематеріальними операціями, здійснюваними в процесі доведення сировини й матеріалів до виробничого підприємства, внутрішньозаводської переробки сировини, матеріалів і напівфабрикатів, доведення готової продукції до споживача відповідно до інтересів і вимог останнього, а також передачі, зберігання й обробки відповідної інформації".

Таким чином, логістика використовується в ринковій економіці з метою раціоналізації, оптимізації й відповідного підвищення ефективності управління інтегрованими в єдину систему матеріальними потоками різних масштабів і приналежності, а також викликаних ними інформаційними, фінансовими й трудовими потоками.

Однак такі масштабні погляди про сутність та призначення логістики були розосереджені в ряду причин між іншими науками й за різними напрямками.

Для сприяння соціальному, науково-технічному прогресу, ініціювання нових спіралей, напрямків, темпів розвитку, особливо в складних умовах господарювання, доцільно збирати логістику в комплексну наукову систему, інтегруючи її розрізнені часом частини й збагачуючи сучасними методами досліджень, а також новими можливостями їх реалізації з використанням сучасної обчислювальної й інформаційної техніки.

Логістика завжди використовувалася тоді, коли були необхідні точний розрахунок, оптимальна комбінація людей та їхніх об'єднань, яких-небудь устроїв, механізмів, об'єктів, явищ, процесів, об'єднань зусиль, підвищення надійності цих зусиль, доцільна взаємодія, прискорення, уповільнення, інтенсифікація процесів, у тому числі їх розвиток [1].

Стосовно досліджуваної системи управління розвитком промислового підприємства й проаналізованих визначень поняття "логістика" можна дати таке узагальнене тлумачення логістики. Логістика – це наука, основною метою якої є оптимізація сукупності взаємодоповнюючих видів діяльності підприємства і його відносин з навколишнім середовищем на основі системної інтеграції й комплексної адаптації в просторі й часі поточних процесів і відповідних структур управління на всіх етапах життєвого циклу підприємства з метою одержання синергетичних переваг стійкого розвитку в конкурентному середовищі життєдіяльності.

Виходячи з загальної суті теорії як комплексу поглядів та ідей, направлених на тлумачення і пояснення будь-яких процесів і явищ, концепцію логістико-орієнтованого управління слід розглядати як систему наукових знань, які дають цілісне уявлення про закономірності та принципові підходи до розуміння і управління поточними процесами в економічній діяльності та їх оптимізація.

Звичайно, основні постулати логістико-орієнтованого управління будуть трансформуватися в просторі й історичному часі, формувати різними сполученнями з іншими підходами до менеджменту інші відповідні часу концепції впливу на сфери людської життєдіяльності. Такого роду різноманітність і трансформація принципів та відповідних концепцій є природними й діалектичними.

Основними положеннями концепції логістико-орієнтованого управління, які певним чином корегуються в часі й просторі, є такі (рисунок):

1. Спрямованість логістико-орієнтованого управління на конкретні явища, процеси діяльності, а в них – на конкретні відносини конкретних суб'єктів, і в умовах ринкової економіки на конкретні відносини зі споживачами, з їх конкретними ринками, конкуренцією й іншими вимогами та можливостями.

2. Цілеспрямована системна інтеграція структур, елементів і поточних процесів з позицій часу, простору, масштабів, ритму, інших організаційних, економічних, технологічних умов діяльності людини, для створення в них більших, часом принципово нових позитивних властивостей успішної діяльності й можливостей досягнення переваг, а також доцільна в межах інтегрованої системи гнучка й надійна диференціація структур, елементів, капіталу й процесів за новими конкретними напрямками і періодами їх найбільш ефективного використання.

3. Достатня адаптація, взаємозв'язок і системна співвідпорядкованість у просторі й часі структур, елементів та їх поточних процесів між собою й до середовища діяльності й адекватність цьому їх органів перспективного, поточного й оперативного управління.

4. Оптимізаційна спрямованість логістико-орієнтованого управління на взаємини елементів, впливаючи тим самим більш цілеспрямовано, інтенсивно й сукупно на формування адаптаційних властивостей системи до будь-якого агресивного середовища.

5. Формування й реалізація системних розрахунків, що відповідають своєму часу методів, способів і техніки, включаючи координацію прогнозування, проектування поточних процесів і керуючих ними структурних об'єднань людей.

6. Оптимізаційна спрямованість, комплексність, своєчасність, при необхідності безперервність, багатоваріантність, прямиї і зворотній взаємозв'язок розрахунків прогнозування, планування, оперативного обліку, аналізу й контролю поточних процесів, сукупних витрат і результатів логістико-орієнтованого управління.

7. Оптимальна системність, ощадливість і доцільна спрямованість витрат всіх ресурсів, задіяних у поточних процесах діяльності підприємства.

8. Оптимальність використання знань, прогресивних техніки й технологій з їх резервами у процесах логістико-орієнтованого управління підприємством.

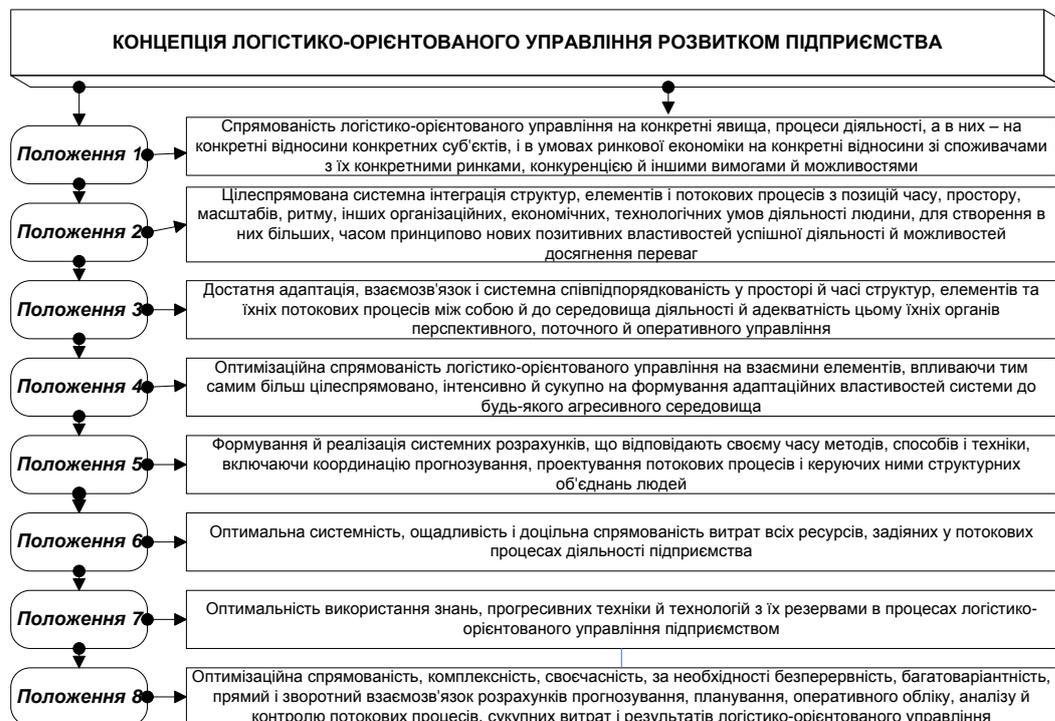


Рис. Концепція логістико-орієнтованого управління розвитком підприємства



З викладеного очевидно, що логістико-орієнтоване управління здатне й повинне обслуговувати практично всі процеси життєдіяльності.

Логістико-орієнтоване управління первинними процесами оптимізації розглядає відносини учасників процесів між собою і з навколишнім середовищем [8; 3]. Це обумовлено тим, що тільки через відносини учасників спільної виробничо-господарської діяльності між собою і з навколишнім середовищем формуються й реалізуються потокові процеси. Відносини при цьому – первинні, а потокові процеси – вторинні. Тобто потокові процеси є інтегральним результатом сукупних відносин їх учасників і тільки в такій категорії можуть найбільш повно й коректно досліджуватися, оптимально формуватися й реалізовуватися.

Можна погодитися з М. Нагловським, що управління, орієнтоване на використання принципів логістики, – це "...цілеспрямоване оптимальне управління сукупністю внутрішніх і зовнішніх відносин із приводу поточкових процесів" [1].

Сукупність внутрішніх і зовнішніх відносин повинна забезпечувати такий кругообіг життєвого циклу, в якому виключалися б етапи регресу й загибелі, що забезпечується за рахунок здійснення попереджувачої оптимізаційної трансформації, модернізації елементів системи й, як зворотна реакція, самих відносин, їх сукупності й визначених ними функціональних потокових процесів [8].

Таким чином, можна констатувати, що логістико-орієнтоване управління розвитком підприємства – це своєчасна, з урахуванням життєвого циклу, оптимальна динамічна зміна організаційно-економічного, організаційно-технологічного й іншого доцільного стану систем, що забезпечує прискорене зростання якості й обсягів обслуговування споживачів порівняно зі зростанням сукупних витрат на нього при компромісно збалансованих між собою внутрішньосистемних і зовнішніх зв'язках.

Література: 1. Нагловский С. Н. Логистика проектирования и менеджмента производственно-коммерческих систем. – Калуга: Манускрипт, 2002. – 336 с. 2. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. и научн. ред. проф. В. И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 976 с. 3. Дзьобко І. П. Дослідження поточкових процесів як об'єкта логістико-орієнтованого управління підприємством // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 226: В 3 т. – Т. III. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – С. 681 – 686. 4. Дороніна М. С. Управління економічними та соціальними процесами підприємства: Монографія. – Харків: ХДЕУ, 2002. – 432 с. 5. Окландер М. Концепція промислової логістики // Економіка України. – 1992. – №10. 6. Фролова Л. В. Логістичне управління підприємством: теоретико-методологічні аспекти: Монографія. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2004. – 261 с. 7. Хэндфилд Роберт Б. Реорганизация цепей поставок. Создание интегрированных систем формирования ценности. – М., 2003. – 406 с. 8. Дзьобко І. П. Логістико-орієнтований підхід до управління розвитком підприємства // Управління розвитком. – 2006. – №7. – С. 67 – 68.

Дзьобко І. П.

УДК 658.7.016

Стойкова М. О.

СУЧАСНІ ПАРАДИГМИ ЛОГІСТИКИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

З моменту зародження менеджменту і дотепер одне з основних його завдань полягає у передбаченні перспективних змін зовнішнього середовища і побудові системи управління, орієнтованої на врахування майбутніх тенденцій та зниження ступеня їх невизначеності. У сучасних умовах, вирішуючи проблеми ефективного управління підприємствами, сучасне промислове підприємство слід вивчати і як складну економічну систему, і як соціальну організацію. На даний час для підприємства як цілісного поєднання системи економічних, соціальних і управлінських процесів ще не створено універсальної методології наукового дослідження та практичного управління його функціонуванням і розвитком. Посилення динамічності та ймовірності середовища, у якому існує підприємство, вимагає розвитку таких якостей його системи управління, як гнучкість, адаптивність, здатність протистояти кризовим явищам. Тому предметом дослідження сучасного економіста в першу чергу мають бути способи пізнання підходів, що дають змогу значно підвищити ефективність процесу управління підприємствами. Одним із таких підходів є логістико-орієнтований підхід, який припускає використання основних положень логістики до управління підприємством [1]. Тому є сенс провести ретроспективний аналіз принципів/положень логістики з метою визначення основних акцентів, на яких треба робити наголос при управлінні підприємством в сучасних умовах.

Залежно від рівня нестабільності навколишнього середовища, складності розв'язуваних завдань та інше менеджментом соціально-економічних систем приймалася та чи інша парадигма управління. Еволюція логістики також супроводжувалася зміною парадигм.

© Дзьобко І. П., Стойкова М. О., 2008



Взагалі, парадигма (від греч. приклад, зразок) – вихідна концептуальна схема, модель постановки проблем і їх рішення, методів дослідження, пануючих протягом певного історичного періоду в науковому співтоваристві. Але спочатку проаналізуємо деякі погляди на логістику [2].

Так, у роботі [3] відзначається, що "логістика – теорія й практична діяльність планування, організації, функціонального управління й контролю процесів руху сукупності матеріальних, фінансових, трудових, правових і інформаційних потоків у системі ринкової економіки".

У роботі [4] підкреслюється, що "логістика насамперед включає організацію й здійснення товаробігу у сфері обігу. До логістичної діяльності правомірно відносити такі функції: формування господарських зв'язків; визначення потреби в перевезеннях продукції, їх обсягах і напрямках, послідовності й звінності пересування продукції через місця складування; координацію оперативного управління поставками й перевезеннями; формування й регулювання запасів продукції; розвиток, розміщення й організацію складського господарства; виконання операцій, що безпосередньо передують і завершують перевезення продукції".

У роботі [1; 5] пропонується таке трактування сутності логістики: "логістика – наука про планування, організацію, управління, контроль й регулювання руху матеріальних та інформаційних потоків у просторі й часі від їхнього первинного джерела до кінцевого споживача".

За даними авторів роботи [6], "американське суспільство інженерів-логістиків дотримується визначення логістики як мистецтва й науки управління, техніки й технічної активності, які передбачають планування, постачання й застосування засобів переміщення для реалізації запланованих операцій заради поставленої мети".

Французькі фахівці [6] трактують логістику як сукупність різних видів діяльності з метою одержання з найменшими витратами необхідної кількості продукції у встановлений час у встановленому місці, у якому існує конкретна потреба в даній продукції.

Німецькі вчені й практики [6] дають визначення, відповідно до якого логістика – це планування, керування, здійснення й контроль корисних і рентабельних рухів сировинних матеріалів, напівфабрикатів і готової продукції разом зі стосовною до них інформацією від місця виготовлення до споживача з метою задоволення бажання споживачів.

Усього в історичному ракурсі розвитку логістики (а згодом і управління ланцюгами поставок) можна виділити три парадигми [2; 6]:

- 1) функціональна;
- 2) ресурсна;
- 3) інноваційна.

Функціональна парадигма була пов'язана з тим, що протягом певного часу (період приблизно з 1960 по 1985 р.) за логістикою поступово закріплювалися операційні види діяльності, зокрема транспортування, складування, вантажопереробка, митне оформлення і страхування вантажів і т. д.

Окремі види логістичної діяльності, природно, приводили до необхідності створення компаній власної інфраструктури (в основному транспортно-складський) або залучення до виконання цієї діяльності сторонніх організацій – логістичних посередників, у ролі яких виступали перевізники, експедитори, митні брокери, склади загального користування, вантажні термінали, страхові компанії і т. ін.

Функції, характерні практично для будь-якого бізнесу, – перевезення вантажів, складське зберігання і комплектація замовлення клієнта, відвантаження і т. ін. – в міжнародній практиці поступово стали відноситися до логістичних, а для їх виконання формувалися логістичні підрозділи (відділи, служби, дирекції) в самій компанії або притягувалися контрагенти – логістичні посередники.

Природно, що для знов виниклих служб логістики основним завданням було зниження витрат на операційну діяльність при виконанні заданого набору послуг і підтримці стандартів якості обслуговування як своїх власних підрозділів, так і зовнішніх клієнтів. Тому служби логістики компаній (або окремі логістичні підрозділи) в своїй діяльності зосереджувалися на пошуку оптимізаційних рішень.

Розуміння компромісів за витратами і необхідністю координації логістичної діяльності в ланцюзі поставок привело в середині 90-х рр. ХХ ст. до появи в бізнесі принципу "загальних витрат" і ресурсної парадигми логістики.

Період поширення ресурсної парадигми логістики у світі охоплює 1980 – 2000 рр., що триває в багатьох країнах і організаціях бізнесу й по дотепер. Основою нового світогляду стала концепція "загальних витрат", відповідно до якої витрати на логістику й пов'язані з нею види діяльності необхідно підсумувати в логістичній системі (ланцюгу поставок) компанії, і саме ця загальна сума буде виступати вимірником ефективності використання ресурсів.

При цьому склад загальних витрат включає:

1) операційні витрати на логістику – це видатки на всі види логістичної діяльності (навантаження – розвантаження транспортних засобів, перевезення, вхідний контроль одержуваних товарів за кількістю/якістю, складська вантажопереробка, зберігання товарів, сортування, маркування, митне оформлення та ін.);

2) адміністративно-управлінські витрати, що включають зарплату управлінського персоналу служби логістики, витрати на пошук і обробку інформації про ринок логістичних послуг, пошук контрагентів, накладні та інші видатки і т. д.;

3) витрати, пов'язані з іммобілізацією коштів у запасах (альтернативні витрати), що враховують заморожування оборотного капіталу компанії в товарних запасах, які циркулюють у підрозділах компанії або в ланцюзі поставок у цілому;

4) загублений прибуток (упущений продаж) — характеризує ефективність прийняття тих чи інших логістичних рішень із позицій клієнта (це фіктивні витрати, що відображають потенційну втрату прибутку компанії від недостатнього рівня якості логістичних послуг).



Сума проаналізованих груп витрат у цілому характеризує ефективність використання ресурсів компанії, вкладених у логістику. Загальні витрати є комплексним вимірником порівняльної ефективності прийнятих рішень.

Ресурсна парадигма логістики також характеризується такими факторами, як розширення використання компаніями логістичного аутсорсингу, передача службі логістики управління запасами й розвиток міжфункціональної логістичної координації.

Таким чином, ресурсна парадигма логістики була пов'язана з якісно новим рівнем її розвитку: переходом на більш високий рівень впливу в ієрархії управління компанією — від операцій до координації.

Інноваційна парадигма логістики стала подальшим логічним продовженням її еволюції в розрізі передової ідеології/концепції SCM (керування ланцюгами поставок).

Основна ідея — оптимізація доданої цінності в ланцюзі поставок.

У міру еволюції логістики безупинно підвищується рівень інтеграції логістичної діяльності: від інфраструктурної через організаційну до інформаційної.

Інфраструктурна інтеграція припускає об'єднання управління активами логістики (в основному транспорт і склад), що дає значні переваги компанії у відношенні бізнес-процесів і більш раціонального використання матеріально-технічної бази.

Організаційна інтеграція була пов'язана з еволюцією типу організаційної структури служб логістики — від лінійно-функціональної структури управління до матричної і процесно-орієнтованої. Ці типи структур управління характеризуються переходом від управління окремими операціями до управління їх сукупністю — інтегрованими бізнес-процесами — з метою оптимізації ресурсів компанії й задоволення вимог кінцевих споживачів.

Інформаційна інтеграція була викликана необхідністю побудови єдиного інформаційного простору контрагентів ланцюгів поставок, що дозволило забезпечити необхідні в сучасних умовах швидкість, повноту й точність одержання потрібних даних для реалізації логістичних бізнес-процесів. Особливе значення тут мали розробка й впровадження систем інтегрованого планування, управління запасами, електронного документообігу, систем моніторингу ланцюгів поставок та ін.

Сутність інноваційної парадигми логістики полягає в розгляді логістичного процесу як єдиного цілого в ланцюзі поставок (логістичній системі) для більш ефективного досягнення цілей бізнесу. Окремі фірми, організації розглядаються тут як ланки загального ланцюга поставок, прямо або побічно пов'язані в єдиному інтегральному процесі управління матеріальними й іншими потоками для найбільш повного і якісного задоволення покупців відповідно до їх специфічних потреб і цілей бізнесу.

Таким чином, сучасна інноваційна парадигма логістики виступає системою наукових знань, які дають цілісне уявлення про закономірності та принципові підходи до розуміння і управління поточними процесами в економічній діяльності підприємства та їх оптимізацію.

Саме використання в системі управління підприємством сучасної інноваційної парадигми логістики забезпечує прискорене зростання якості й обсягів обслуговування споживачів порівняно зі зростанням сукупних витрат на нього при компромісно збалансованих між собою внутрішньосистемних і зовнішніх зв'язків.

- Література:** 1. Дзьобко І. П. Логістико-орієнтований підхід до управління розвитком підприємства // Управління розвитком. – 2006. – №7. – С. 67 – 68. 2. Дыбская В. В. Логистика: Учебник / В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, В. И. Сергеев, А. Н. Стерлигова; [Под ред. В. И. Сергеева. – М.: Эксмо, 2008. – 944 с. – (Полный курс MBA). 3. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. и научн. редакцией проф. В. И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 976 с. 4. Сергеев В. И. Менеджмент в бизнес-логистике. – М.: Информационно-издательский дом "ФИЛИНЪ", 1997. – 772 с. 5. Родников А. Н. Логистика: Терминологический словарь. – М.: Экономика, 1995. – 252 с. 6. Джеймс С. Джонсон. Современная логистика / Джеймс С. Джонсон, Дональд Ф. Вуд, Дэниэл Л. Вордлоу, Поль Р. Мэрфи-мл.; [Пер. с англ. – 7-е изд. – М.: Вильямс, 2002. – 615 с. 7. Голиков Е. А. Основы логистики и бизнес-логистики / Е. А. Голиков, В. М. Пурлик. – М.: РЭА, 1993. – 161 с.

Должикова А. П.

УДК 519.86

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ НА МИКРОУРОВНЕ: ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ

В условиях динамических и непрерывных изменений, преобразования внешних и внутренних факторов производственных отношений для руководителей субъектов хозяйствования особое значение приобретают информационное обеспечение управленческих решений и оценка их результатов. В таких условиях целесообразно использовать производственные функции как наде-

© Должикова А. П., 2008

жный экономико-математический инструмент, который позволяет качественно моделировать экономические процессы и явления.

Проблемам методики построения производственных функций внимание уделяется в работах таких авторов: М. Н. Плакунов [1], Р. Л. Раяцкас [1], Г. Б. Клейнер [2], Б. Е. Грабовецкий [3; 4], Л. Д. Нарьжная [5], Л. Н. Пономарева [5] и др. Указанные авторы предлагают различные подходы к построению производственной функции оперируя различными признаками классификации: по количеству затрачиваемых факторов, по временному признаку, по признаку замещения факторов и т. д., а также по формам представления.

Цель статьи состоит в выявлении производственной функции как ключевого инструмента управления на микроуровне, а также в определении форм ее практического проявления.

Производственной функцией называется любая функция $f: R_+^m \rightarrow R_+^n$, ставящая в соответствие каждому вектору затрат x вектор $y = f(x)$ максимального выпуска, который может быть получен при этих затратах.

Производственная функция (ПФ) – экономико-математическое уравнение, связывающее переменные величины затрат (ресурсов) с величиной продукции (выпуска).

В целом, анализ литературы [1 – 10] позволяет сформулировать ПФ как модель, описывающую причинно-следственные связи между затратами факторов производства и объемом выпуска продукции при определенном технико-технологическом оснащении и наличии рабочей силы соответствующего профиля.

История развития теории производства и затрат представляет широкий спектр для анализа экономико-математических моделей и практического применения ПФ на макроуровне. Однако применение ПФ, как составной части системы экономико-математических моделей, может стать эффективным инструментом в руководстве предприятием, позволяющим поставить управление производством на качественно новый уровень.

Следует отметить, что классическое представление теории производства делают производственную функцию не реализуемой на практике, заведомо упрощая модель построения и накладывая ряд ограничений. Снимая такие ограничительные условия, как наличие свободной совершенной конкуренции, строгая привязанность к технологической специфике производства и натуральном выражении выпуска продукции, принцип замещения факторов производства, действие в условиях однопродуктового и одностадийного производства, очерчивается современная значимость производственных функций для управления на уровне предприятия.

Ценность применения ПФ в управлении субъектами хозяйствования наиболее полно проявляется в использовании комплекса форм ее представления. Ранее в исследованиях по способу задания ПФ классифицировались как алгебраические, табличные и графические. В данной работе предлагается классифицировать производственные функции по четырем формам представления: вербальная, аналитическая, табличная и графическая.

Авторы, исследующие теорию производства, не учитывают вербальную форму ПФ. Тем самым, не принимая во внимание то, что именно в такой форме ПФ была изначально оформлена и использовалась еще во 2 веке до н. э. для виноделия в определении количества рабов (13 человек), необходимых для обработки виноградника (240 югерей) (Марк Порций Катон "О земледелии"). Среди отечественных авторов Н. Огронович в 19 веке сформулировал идею производственной функции и ее предназначение в вербальной форме следующим образом: "определить максимум и минимум функции, или наибольшее и наименьшее производство всякого организма индивидуального, всякого организма фермы и всякого другого организма", определить "прибыль, которая не что иное, как дифференциал этой функции", определить "ценность из этой функции всякой производственной силы, умноженной на число, которое будет показывать, сколько раз производственная сила принимала участие в производстве общем в данный момент производства" [6].

Наиболее распространенной формой представления ПФ является аналитическая [3 – 10]: $Q = f(x_1, x_2, \dots, x_n)$, где Q – максимальный объем производства при заданных затратах; x_i – количество использованного i -фактора ($i = 1, 2, \dots, n$). Практическая значимость данной формы заключается в возможности и удобности проведения математических расчетов.

Далее представлены некоторые наиболее известные типы ПФ в аналитической форме (ограничимся двухфакторными моделями):

линейная ПФ: $y = f(x_1, x_2) = a_1x_1 + a_2x_2$, $a_i \geq 0, i = 1, 2$, где параметры a_i – предельные затраты i -ресурса, $i = 1, 2$;

ПФ Кобба-Дугласа: $Y = AK^\alpha L^\beta$, где Y – объем производства, A – коэффициент пропорциональности, α и β – коэффициенты эластичности производства по затратам капитала и труда;

ПФ Кобба-Дугласа-Тинбергена с фактором – научно-технический прогресс: $Y = AK^\alpha L^\beta e^r$, где e^r – фактор времени, r – постоянная, которая носит разные названия: "показатель технических изменений", "индекс эффективности" и даже "мера нашего незнания";

ПФ Леонтьева в модели "затраты-выпуск": $Q = \min\left(\frac{x_1}{c_1}, \frac{x_2}{c_2}\right)$, $c_i > 0, i = 1, 2$, где c_i – количество i -затрат, необходимых для производства единицы продукции;

ПФ CES Солоу: $Y = c_0 [c_1 K^{-\beta} + c_2 L^{-\beta}]^{-\frac{1}{\beta}}$, $(K, L) \in R_+^2, c_0 > 0; c_i \geq 0, i = 1, 2; h > 0, \beta \geq -1$, где c_0 – коэффициент шкалы (масштабный множитель), c_i – параметр распределения ($i = 1, 2$), h характеризует степень однородности, β – параметр замещения.



В табличной форме ПФ с изменяющимся фактором – количеством рабочих – представлена в таблице.

Таблица

Табличная форма производственной функции

Количество рабочих	Выпуск	Предельный продукт	Средний продукт
1	4	4	4
2	10	6	5
3	17	7	5,7
4	23	6	5,8
5	28	5	5,6
6	31	3	5,2
7	32	1	4,6
8	32	0	4

График производственной функции – это кривая (поверхность, гиперповерхность), которая описывает соотношение затрат (факторов производства) и выпуска. Для того, чтобы проиллюстрировать графическую форму ПФ, будем рассматривать модель с одной независимой и одной зависимой переменными. В таком случае ПФ имеет вид кривой на плоскости с затратами фактора (x) и объемом выпуска (Q) по осям абсцисс и ординат соответственно (рис. 1).

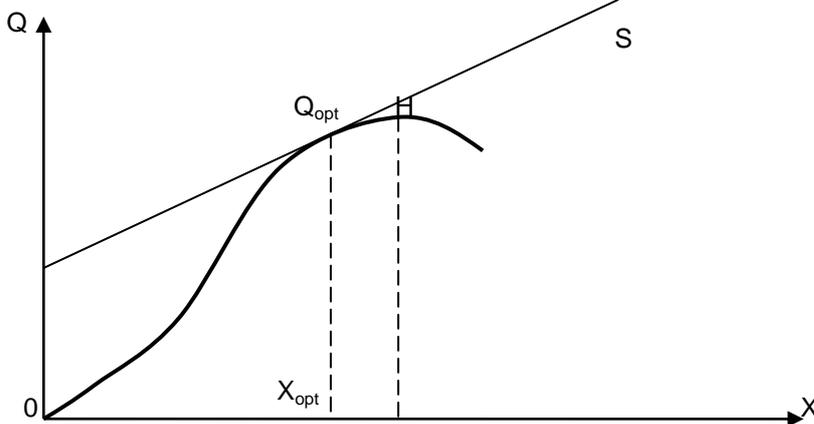


Рис. 1. Графическая форма производственной функции в R_+^2

Ценность такой формы ПФ заключается в определении экстремальных точек. Точка H отражает максимально возможный объем выпуска. Оптимальный объем выпуска графически может быть определен в точке касания Q_{opt} прямой S, отражающей постоянное соотношение цен на продукцию и затрат, к графику ПФ.

Двухфакторная модель ПФ графически представима в виде поверхности (рис. 2) со значениями объема выпуска и двух переменных факторов по осям координат. Оптимум выпуска определяется аналогично ПФ на плоскости.

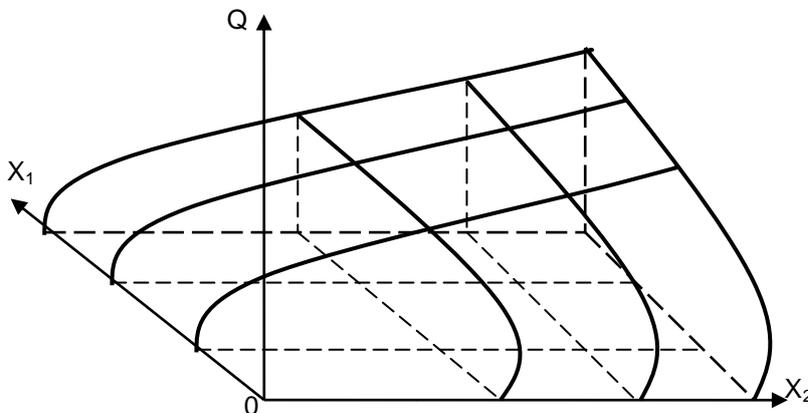


Рис. 2. Производственная функция в трехмерном пространстве



В заключение следует отметить значимость применения производственной функции на микроуровне. Это есть и анализ использования и исследование эластичности факторов производства, анализ объема выпуска продукции, себестоимости и прибыли, анализ эффективности изменения масштаба производства и технико-технологического прогресса, исследование условий рационального ведения хозяйства, критериев оптимального планирования и прогнозирования вариантов развития субъектов хозяйствования. Снимая указанные ранее ограничения, появляется возможность объективного использования ПФ на практике, применяя экономический подход, а не только технологический, появляется возможность выразить все факторы производства в универсальной (денежной) форме. Также ПФ функция позволяет расширить понимание критерия эффективности производства, так как вмещает в себя не только интересы спроса и предложения, но и аллокацию ресурсов в интересах общества: ПФ необходима для природных и общественнозначимых ресурсов; ПФ учитывает не только коммерческую выгодность для производителя, но и общественную полезность для социума; разграничение цены от стоимости помогает найти ограничения в росте инфляции.

Дальнейшие разработки по данной тематике следует отнести на разработку методических рекомендаций построения ПФ на предприятиях и их практическую адаптацию в новых условиях снятия ограничений.

Литература: 1. Плакунов М. К. Производственные функции в экономическом анализе / М. К. Плакунов, Р. Л. Раяцкас. – Вильнюс: Минтис, 1984. – 308 с. 2. Клейнер Г. Б. Производственные функции: теория, методы, применение. – М.: Финансы и статистика, 1986. – 239 с. 3. Грабовецкий Б. С. Виробничі функції: теорія, побудова, використання в управлінні виробництвом. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2006. – 137 с. 4. Грабовецкий Б. С. Виробничая функция как засіб вдосконалення економічних досліджень / Б. С. Грабовецкий, О. В. Мороз, Л. М. Савчук // Вісник вінницького політехнічного інституту. — 2006. — №2. — С. 12 – 25. 5. Нарыжная Л. Д. Микроэкономическая теория производства и затрат: Курс лекций для студентов экономических специальностей высших учебных заведений / Л. Д. Нарыжная, Л. Н. Пономарева. – Краматорськ: ДГМА, 2007. – 136 с. 6. Гальперин В. М. Штрихи к портрету производственной функции // Экономическая школа. – 1993. – Вып. 3. – С. 6 – 11. 7. Гладышевский А. И. Производственные функции, их построение и применение // Экономика и математические методы. – 1966. – Т. II. – Вып. 4. 8. Кваско А. В. Оцінка і використання виробничих функцій на поліграфічних підприємствах // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №7(73). – С. 150 – 157. 9. Уолтерс А. А. Производственная функция и функции затрат: экономический обзор; [Под ред. В. М. Гальперина // Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т.2.– СПб.: Экономическая школа, 1999. – 292 с. 10. Фандель Г. Теория производства и затрат; [Пер. з нім. під керівництвом і наук. ред. М. Г. Грещака. — К.: Таксон, 2000. — 520 с.

УДК 330.33.01

Дубовик А. О.

КРИТЕРІЇ ВІДБОРУ ОБ'ЄКТІВ-АНАЛОГІВ В ОЦІНЦІ БІЗНЕСУ МЕТОДАМИ ПОРІВНЯЛЬНОГО ПІДХОДУ

Із затвердженням Концепції Державної цільової економічної програми модернізації ринків капіталу в Україні, ухваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 8 листопада 2007 р. №976-р. [1], зростає актуальність оцінки підприємств методами порівняльного підходу, що базуються на використанні індикаторів ринку цінних паперів.

Відповідно до Національного стандарту №3 [2], загальним для методів порівняльного підходу є етап формування переліку подібних цілісних майнових комплексів, що використовуватимуться як об'єкти порівняння, та збирання інформації про них.

Серед провідних спеціалістів з оцінки бізнесу є головне протиріччя щодо вибору компаній-аналогів – дотримання галузевого критерію при виборі об'єктів порівняння (А. Н. Чиркін [3], колектив авторів під редакцією А. Г. Грязньової [4], О. В. Чиркова [5], В. М. Рутгайзер [6]) чи підбір компаній-аналогів за кількісними критеріями – значення дохідності, ризикованості цінних паперів та темпів приросту грошових потоків — не залежно від галузі об'єкта оцінки (Асват Дамодаран [7]).

Метою проведених досліджень є визначення умов використання ринкового та галузевого критеріїв при відборі подібних підприємств для оцінки бізнесу на основі індикаторів ринку цінних паперів.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі завдання:

- проаналізувати дослідження вітчизняних та зарубіжних економістів щодо переліку критеріїв відбору компаній-аналогів для оцінки бізнесу методами порівняльного підходу;
- провести класифікацію визначених критеріїв;
- надати практичні рекомендації щодо вибору об'єктів-аналогів при оцінці бізнесу на основі галузевого та ринкового критеріїв.

© Дубовик А. О., 2008



За результатами аналізу досліджень вітчизняних та зарубіжних економістів, присвячених методам оцінки бізнесу, були виділені основні критерії відбору компаній-аналогів у ринковому підході, відібрані критерії вибору об'єктів порівняння поділені автором на якісні та кількісні. (табл. 1) [3 – 9].

Таблиця 1

Критерії відбору компаній-аналогів

Якісні критерії	Кількісні критерії
розмір підприємства – об'єкта оцінки	структура інвестованого капіталу структура активів підприємства
одно- або багатопродуктовість бізнесу	ступінь залучення позикового капіталу
ринки збуту продукції	
місцезнаходження	динаміка фінансових результатів
номенклатура випуску продукції	
диверсифікація продуктової структури	структура капіталу або співвідношення власних і позикових засобів
строк економічного життя підприємства	
характер взаємозамінності вироблених продуктів	фінансовий ризик
залежність від споріднених економічних факторів	рівень ліквідності акцій підприємства
географічна диверсифікованість	
кількісні знижки на сировину	кредитоспроможність фірми
цінові розходження за подібними товарами	показники покриття процентних витрат
перспективи зростання	
якість менеджменту	показники прибутковості бізнесу (рентабельність продажу і т. д.)
якість звітної документації	
віковий склад, рівень освіти, досвід, зарплата управлінського персоналу	оборотність дебіторської заборгованості, запасів, чистого оборотного капіталу, основних фондів
місце компанії на ринку	
ступінь інформаційної відкритості компанії	ризиків цінного паперу
захищеність акціонерів	
питома вага профільної продукції	доходи цінного паперу
відсутність залучення до різноманітних судових процесів	темпи зростання доходів акцій
неучасть у можливих угодах щодо злиття (поглинання)	
репутація позичальника	обсяги виручки
здатність платити дивіденди	балансова вартість активів

За результатами табл. 1 автором були визначені два підходи щодо відбору об'єктів порівняння – галузевий підхід; ринковий підхід.

Серед зазначених вище критеріїв порівняння об'єктів-аналогів до ринкового підходу відбору можна віднести такі: ризиків цінного паперу, доходи цінного паперу та темпи зростання доходів акцій. Усі останні критерії стосуються галузевого підходу щодо вибору об'єктів порівняння.

У країнах з високим рівнем розвитку фондового ринку в умовах його ефективності оцінювачі схильні відходити від виключно галузевого критерію об'єктів порівняння. Таку практику започаткував провідний американський спеціаліст з оцінки бізнесу Асват Дамодаран [7], який стверджує, що величина будь-якого мультиплікатора визначається однаковими базовими факторами – ризиком цінного паперу, доходами, які він приносить та темпами зростання доходів. Економіст дає своє визначення поняття порівняної фірми як такої, у якій грошові потоки, потенціал зростання та ризик схожі з аналогічними показниками оцінюваної фірми" [7, с. 620].

Такий підхід до вибору об'єктів порівняння розширює межі потенційно можливих компаній-аналогів, що особливо позитивно при обмеженому виборі аналогів серед підприємств конкретної галузі в умовах проведення оцінки бізнесу за допомогою даних щодо котирувань цінних паперів на фондових ринках, що розвиваються.

Щодо галузевого підходу до вибору об'єктів порівняння з переліку критеріїв виділено ті, які є обов'язковими для усіх галузей (загальні критерії), та критерії, дотримання яких бажано для конкретної галузі (табл. 2).

При складанні списку об'єктів-аналогів в оцінці бізнесу на основі галузевого підходу до відбору об'єктів порівняння (табл. 2) першочерговим є дотримання обов'язкових критеріїв, характерних для кожної галузі. На наступному етапі відбору найбільш подібних об'єктів порівняння важливим є орієнтація на критерії, урахування яких доцільне для конкретної галузі.

Для надання практичних рекомендацій щодо вибору об'єктів-аналогів на основі галузевого та ринкового критеріїв було проведено аналіз сучасного стану розвитку фондового ринку України.

Класифікація критеріїв відбору компаній-аналогів на обов'язкові та критерії, характерні для конкретної галузі

Галузь	Обов'язкові критерії	Критерії, характерні для конкретної галузі
Нафта та газ	1) розмір підприємства; 2) строк економічного життя підприємства; 3) місце компанії на ринку; 4) рівень ліквідності акцій підприємства; 5) динаміка фінансових результатів; 6) фінансовий ризик; 7) показники прибутковості бізнесу (рентабельність продажу та ін.)	1) одно- або багатопродуктовість бізнесу; 2) ринки збуту продукції; 3) місцезнаходження; 4) номенклатура випуску продукції; 5) диверсифікація продуктової структури; 6) географічна диверсифікованість; 7) питома вага профільної продукції; 8) балансова вартість активів
Видобувна та переробна галузь		1) характер взаємозамінності вироблених продуктів; 2) кількісні знижки на сировину; 3) цінові розходження за подібними товарами; 4) оборотність дебіторської заборгованості, запасів, чистого оборотного капіталу, основних фондів
Промисловість		1) балансова вартість активів; 2) обсяги продажу електроенергії; 3) обсяги державних дотацій та участь в державних програмах
Споживчі товари		1) структура інвестованого капіталу; 2) структура активів підприємства
Споживчі послуги		
Підприємства комунальних послуг		
Фінансові інститути		

На рисунку надана динаміка обсягу торгів на ринку акцій фондової біржі ПФТС за останнє півріччя (квітень-вересень 2008 р.) [9].

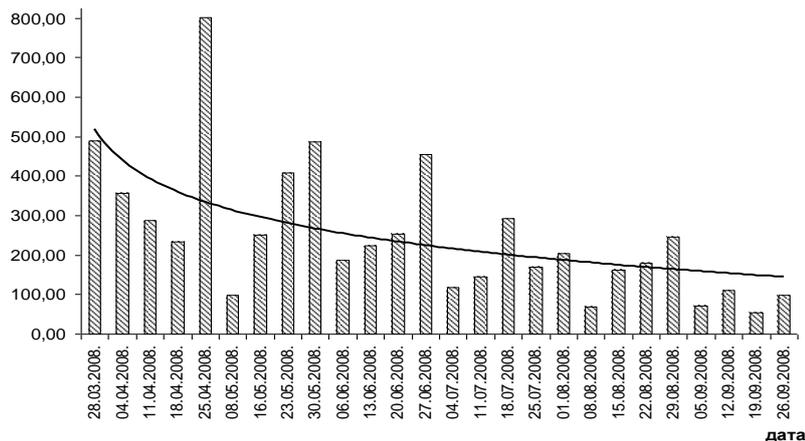


Рис. Динаміка обсягу торгів на ринку акцій фондової біржі ПФТС за останні 6 місяців (квітень-вересень 2008 р.)

З рисунку видно, що обсяги торгів акціями на фондовій біржі ПФТС за останнє півріччя мали нестабільну тенденцію. Логарифмічна лінія тренду має нахил спаду, що свідчить про зменшення активності ринку акцій фондової біржі. За умов скорочення обсягів торгів цінними паперами зменшується можливість використання емітентів, акції яких котируються на фондовій біржі, в якості об'єктів порівняння в межах методу ринкових угод порівняльного підходу щодо оцінки бізнесу. Метод ринкових угод ґрунтується на припущенні про еквівалентність ринкової вартості цілісного майнового комплексу цінам продажу подібних цілісних майнових комплексів. Як базовий показник для зазначеного методу застосовуються ціни продажу та ціни пропонування подібних цілісних майнових комплексів або ціни продажу і ціни пропонування їх корпоративних часток, що характеризуються певними правами контролю [2].

У табл. 3 надано порівняння галузевої структури біржового списку ПФТС 95] станом на кінець травня та кінець вересня 2008 р.

З табл. 3 видно, що за останні 4 місяці кількість емітентів, акції яких котируються на фондовій біржі ПФТС, збільшилась на 28 підприємств і на кінець вересня 2008 р. загальна кількість емітентів біржового списку склала 363 підприємства. Збільшення біржового списку відбулося за рахунок таких галузей: основні матеріали (на 1 емітент), споживчі товари (на 3 емітенти), телекомунікації (на 18 емітентів), підприємства комунальних послуг (на 2 емітенти), різне (на 4 емітенти). Для оцінки корпоративних прав така ситуація є позитивною, оскільки збільшується кількість потенційно можливих об'єктів порівняння.

Незважаючи на наявність позитивної тенденції, серед біржового списку є галузі, які практично не представлені на фондовому ринку – це охорона здоров'я (4 емітенти в біржовому списку)



та технології (1 емітент у біржовому списку). Для таких галузей застосування галузевого підходу щодо відбору об'єктів порівняння неможливе, тому необхідно обґрунтоване використання ринкового підходу на основі характеристик цінних паперів, що дозволить розширити межі потенційно можливих об'єктів-аналогів.

Таблиця 3

Галузева структура біржового списку ПФТС станом на кінець травня та кінець вересня 2008 р.

№ з/п	Галузь	Станом на кінець травня 2008 р.		Станом на кінець вересня 2008 р.		Кількісна зміна, шт.
		Кількість емітентів, шт.	Кількість емітентів, %	Кількість емітентів, шт.	Кількість емітентів, %	
1	Нафта та газ	7	2,1	7	1,9	
2	Основні матеріали	61	18,2	62	17,1	+1
3	Промисловість	94	28,1	94	25,9	
4	Споживчі товари	52	15,5	55	15,2	+3
5	Охорона здоров'я	4	1,2	4	1,1	
6	Споживчі послуги	19	5,7	19	5,2	
7	Телекомунікації	1	0,3	19	5,2	+18
8	Підприємства комунальних послуг	45	13,4	47	12,9	+2
9	Фінансові інститути	38	11,3	38	10,5	
10	Технології	1	0,3	1	0,3	
11	Різне	13	3,9	17	4,7	+4
Усього		335	100	363	100	+28

Таким чином, галузевий підхід до відбору об'єктів-аналогів в оцінці бізнесу методами порівняльного підходу не є виключним, при нестачі достатньої кількості емітентів галузі, акції яких котируються на біржі (не репрезентативності вибірки) можлива орієнтація на ринковий підхід – відбір об'єктів порівняння на основі ринкових характеристик цінних паперів – ризику, доходу та темпи зростання доходів акцій.

Література: 1. Розпорядження Кабінету Міністрів України "Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми модернізації ринків капіталу в Україні" №976-р від 8 листопада 2007 р. // <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=976-2007-%F0>. 2. Постанова Кабінету Міністрів України. Національний стандарт №3 "Оцінка цілісних майнових комплексів" №3597 від 28.12.2006 р. // <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1655-2006-%EF>. 3. Чиркин А. Н. Оценка бизнеса. Вопросы теории. – К.: 2002. – 85 с. 4. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / А. Г. Грязнова, М. А. Федотова, М. А. Эскиндаров, Т. В. Тазикина, Е. Н. Иванова, О. Н. Щербакова. – М.: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2003. – 544 с. 5. Чиркова Е. В. Как оценить бизнес по аналогии: Методологическое пособие по использованию сравнительных рыночных коэффициентов при оценке бизнеса и ценных бумаг. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 190 с. 6. Рутгайзер В. М. Оценка стоимости бизнеса. – М.: Маросейка, 2008. – 432 с. 7. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 1344 с. 8. Джеймс Р. Хитчнер. Три подхода к оценке стоимости бизнеса. – М.: Маросейка, 2008. – 304 с. 9. Інформація сайту фондової біржі ПФТС // http://www.pfts.com/uk/trade-results/?graph_type=bar&market_id=nothing&class_id=1&period_id=516&x=31&y=6.

Ермошкіна О. В.

УДК 366.6

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗПОДІЛОМ ФІНАНСОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Інтенсивний розвиток підприємств, впровадження новітніх технологій та стандартів управління, ускладнення господарських, фінансових, виробничих та управлінських процесів ставить перед менеджментом підприємства питання щодо формування відповідної інструментарію оцінки ефективності функціонування як системи управління підприємством в цілому, так і оцінці діяльності окремих підсистем.

© Ермошкіна О. В., 2008



Питанням оцінки ефективності процесів управління присвятили роботи багато вітчизняних та закордонних вчених (І. Бланк, Дж. Вудворд, П. Друкер, М. І. Іпатов, С. Ф. Покропивний, І. М. Разумов, Е. А. Смірнов, Дж. Томпсон, Р. Уотерман, Р. А. Фатхутдінов та ін.), які висвітлювали як загальні питання оцінки ефективності процесу управління підприємством, так і окремі його аспекти. Якщо розглядати проблему оцінки ефективності процесу управління фінансовими потоками підприємства, то серед новітніх досліджень слід виділити дослідження В. Корнеєва [1], який вводить поняття стерильного нетто-результату управління потоками капіталу, що відображає ефективність процесу управління, Г. Азаренкової [2], яка наголошує на понятті "скелетон фінансових потоків" та обсяги "вузла скелетону". Однак, ці дослідження спрямовані на управління фінансовими потоками на макро- та мезорівнях. Дослідження, в яких досліджується ефективність управління фінансовими потоками [2; 3], в основному спрямовані на оцінку кінцевого результату руху фінансових потоків або окремих їх характеристик. Слід зауважити, що оцінка характеристик самих фінансових потоків та оцінка ефективності управління ними є науковими завданнями, які знаходяться у певному взаємозв'язку але не повинні ототожнюватись. Відповідно, оцінка ефективності процесу управління розподілом фінансових потоків промислових підприємств є актуальним науковим завданням, що потребує дослідження та вирішення.

Метою даного дослідження є визначення на основі системно-потокowego підходу характеристик системи управління розподілом фінансових потоків промислових підприємств, які дозволяють оцінити ефективність її функціонування.

Дослідження природи, сутності та особливостей формування, розподілу та руху фінансових потоків [4], існуючих теоретичних підходів [5] та розробленого підходу до управління фінансовими потоками [6], дозволяє стверджувати таке:

характеристики фінансових потоків та особливості їх формування розподілу та руху дозволяють застосовувати для побудови системи управління розподілом фінансових потоків основні положення теорії масового обслуговування;

в ролі замовлень виступають вимоги, що формуються на підприємстві та за його межами на виділення певних сум фінансових ресурсів;

в ролі обслуговуючих апаратів виступають джерела фінансових ресурсів, які доступні (або потенційно доступні) для даного підприємства та які характеризуються відповідними максимально можливими обсягами залучення, вартістю залучення та здатністю до відновлення (поповнення) фінансових ресурсів;

під процесом обслуговування розуміємо виділення певної суми фінансових ресурсів з відповідного джерела для задоволення вимоги або відмову у виділенні ресурсів, тобто розподіл фінансових потоків.

В умовах розвитку фінансового ринку перед підприємствами постає нелегкий вибір найбільш оптимальних джерел фінансових ресурсів серед всього їх розмаїття, що пропонується вітчизняним та світовим фінансовими ринками. Як було зазначено вище, при формуванні системи обслуговування фінансових потоків на основі застосування базових положень теорії масового обслуговування джерела фінансових ресурсів, доступні підприємству, становлять певний набір апаратів обслуговування, які відрізняються сумою ресурсів, а, відповідно, і виробничою потужністю. Таким чином, система обслуговування фінансових потоків відповідає параметрам системи, яка складається з декількох апаратів різної виробничої потужності і може бути описана згідно з базовими положеннями теорії масового обслуговування для таких типів систем.

Характеристика діяльності таких систем передбачає, що існує певний вхідний потік замовлень, який підпорядковується формулі Пуассона та має інтенсивність λ . Кожне замовлення, що надійшло в систему, може знаходитись в трьох основних станах:

якщо є відповідна сума фінансових ресурсів тільки одного виду, замовлення обслуговується в загальному порядку;

якщо у підприємства є два або більше джерел фінансових ресурсів, доступні для використання при обслуговуванні відповідних замовлень, то замовлення може бути задоволене за рахунок будь-якого джерела фінансових ресурсів;

якщо в підсистемі всі фінансові ресурси вичерпані, то замовлення стає в чергу і очікує на вивільнення певного джерела та відновлення суми фінансових ресурсів, тобто очікує надходження вхідного фінансового потоку.

Крім того, для кожного джерела з різною доступною сумою фінансових ресурсів та певним часом на її мобілізацію існує своя характеристика $t_{об.і}$, тобто середній час обслуговування замовлення і-им джерелом фінансових ресурсів. Для спрощення процедури розрахунку показників ефективності функціонування системи обслуговування фінансових потоків введемо такі позначення:

сукупний час, необхідний для задоволення замовлень з першого та другого джерела фінансових ресурсів, $t_A = \overline{t_{об1}} + \overline{t_{об2}}$;

параметр навантаження системи обслуговування фінансових потоків $\tau = \lambda \cdot \overline{t_{об1}} \cdot \overline{t_{об2}}$;

відносна інтенсивність залучення джерел фінансових ресурсів $\psi = \overline{t_{об1}} / \overline{t_{об2}}$.

При побудові системи обслуговування фінансових потоків необхідно враховувати, що підсистеми, які її складають, повинні передбачати наявність певних особливостей існування та функціонування систем:

відсутність будь-яких пріоритетів в обслуговуванні відповідних замовлень – для звичайних поточних регулярних платежів, несвоєчасне виконання яких не несе суттєвих фінансових втрат;



наявність встановленого пріоритету обслуговування потоку платежів, що обумовлено наявністю певних законодавчих, внутрішніх або зовнішніх обмежень;

існування певних часових обмежень щодо актуальності виконання платежу (обмежений термін дії платіжного інструмента та ін.) та існуючої довжини черги замовлень, що очікують на обслуговування.

Відповідно до теорії масового обслуговування розрахункові величини відповідних ймовірностей свідчать про частоту настання проблемних ситуацій і є основою для коригування фінансового плану підприємства. Основні розрахункові характеристики ефективності функціонування системи обслуговування фінансових потоків наведені у таблиці.

Слід також приймати до уваги те, що вхідний потік замовлень, який характеризується параметром λ і не має пріоритетів в обслуговуванні у випадку існування пріоритетності, поділяється на два паралельні потоки, які характеризуються відповідною інтенсивністю потоку λ_1 (пріоритетні потоки) та λ_2 (непріоритетні потоки).

Особливістю функціонування такої системи є те, що при наявності черги потоки першої групи стають в чергу, а потоки другої групи залишають систему без обслуговування.

Таблиця

Ефективність системи обслуговування фінансових потоків

Ймовірність стану системи	Ф ормула обчислення
1. Пріоритетні потоки відсутні	
1.1. Жодне джерело фінансових ресурсів не задіяне в обслуговуванні	$P_{00}(t) = \frac{\psi t_A (t_A - \tau)(t_A + 2\tau)}{\psi t_A^2 + \tau^2(\psi + 1) - t_A \tau(\varphi + \psi\varphi - 3)}$
1.2. Усі джерела фінансових ресурсів, залучені до обслуговування, вичерпані, а замовлення стають в чергу через брак фінансових ресурсів	$P_F(t) = 1 - P_{00}(t) - \frac{\tau(1+\psi)(t_A - \tau)[t_A(1-\varphi) + \tau(1-\psi + \varphi)]}{\psi t_A^2 + \tau^2(\psi + 1) - t_A \tau(\varphi + \psi\varphi - 3)}$
1.3. Кількість замовлень, що знаходяться в черзі, перевищує планову величину m , тобто сума необхідного вхідного потоку перевищує $m \cdot S_p$	$P_{>m}(t) = 1 - P_{00}(t) \times \left\{ 1 + \frac{\tau(1+\psi)(\tau^m - t_A^m)[t_A(1-\varphi) + \tau(1+\psi + \varphi)]}{t_A^{m+1}(\tau - t_A\psi)} \right\}$
2. Існує пріоритет в обслуговуванні потоків	
2.1. Жодне джерело фінансових ресурсів не задіяне в обслуговуванні	$P_0(t) = \frac{(n - T_1)n!}{T_A \left((n - T_1)n! \sum_{k=0}^n \frac{T_A^k}{k!} + T_1 T_A^{n+1} \right)}$
2.2. Частина джерел фінансових ресурсів задіяна в обслуговуванні (система частково зайнята) $0 < k \leq n$	$P_{0 < k \leq n}(t) = \frac{(n - T_1) T_A^{k+1} \left(\sum_{k=0}^n \frac{T_A^k}{k!} \right)^2}{(n - T_1)n! \sum_{k=0}^n \frac{T_A^k}{k!} + T_2 T_A^{n+1}} \times \frac{n!}{k!}$
2.3. Усі джерела фінансових ресурсів вичерпані, замовлення формують чергу, розподіляючись за пріоритетами обслуговування ($k > n$)	$P_{k > n}(t) = \frac{(n - T_1) T_A^{n+1}}{(n - T_1)n! \sum_{k=0}^n \frac{T_A^k}{k!} + T_1 T_A^{n+1}}$
2.4. Втрата замовлення другої групи (непріоритетного)	$P_{emp}(t) = \frac{n T_A^{n+1}}{(n - T_1)n! \sum_{k=0}^n \frac{T_A^k}{k!} + T_1 T_A^{n+1}}$
2.5. Перевищення терміну очікування на обслуговування пріоритетними замовленнями граничного значення t	$P_{>t}(t) = P_{emp}(t) e^{-\frac{(n-T_1)t}{t_{oc}}}$
3. Існує граничний час очікування обслуговування	
3.1. Жодне джерело фінансових ресурсів не задіяне в обслуговуванні (система вільна), тобто $k = 0$	$P_0(t) = \frac{n!}{n! \left(1 + \sum_{k=1}^n \frac{\lambda t_{oc}^k}{k!} \right) + \lambda t_{oc}^m \sum_{s=1}^m \frac{(\lambda t_{oc}^s)^s}{\prod_{l=1}^s (n + l \frac{t_{oc}}{t_{oc}})}}$
3.2. Частина джерел фінансових ресурсів задіяна в обслуговуванні, черга відсутня	$P_k(t) = \frac{\lambda t_{oc}^k}{k!} P_0(t)$
3.3. Усі джерела фінансових ресурсів вичерпані, замовлення формують чергу довжиною $1 \leq s \leq m$	$P_{n+s}(t) = \frac{(\lambda t_{oc}^s)^{n+s}}{n! \prod_{l=1}^s \left(n + l \frac{t_{oc}}{t_{oc}} \right)} P_0(t)$
3.4. Втрата замовлення (довжина черги перевищує m , а замовлення очікує на обслуговування більш ніж t_{oc})	$P_{взм}(t) = \frac{\lambda t_{oc}^m - n + \sum_{k=0}^{n-1} (n-k) p_k(t)}{\lambda t_{oc}^m}$



З точки зору необхідності виконання фінансових зобов'язань, вихід з системи без обслуговування не означає повну втрату вимоги, а передбачає, що замовлення другої групи, які залишили дану підсистему без обслуговування, спрямовуються до інших підсистем, утворюючи додатковий потік вхідних вимог, або повертаються до даної підсистеми і знову стають в чергу. Відповідно, при визначенні рівня ефективності функціонування такої системи необхідно враховувати середній час, необхідний для обслуговування всіх замовлень і-го виду, що надійшли в систему в періоді t — $T_i = \lambda_i \overline{t_{ob,i}}$, та сукупний час, необхідний для обслуговування всіх замовлень всіх видів $T_A = \lambda_1 \overline{t_{ob,1}} + \lambda_2 \overline{t_{ob,2}} + \dots$. Оскільки в даній системі з'являються втрати замовлення, необхідно також ввести додаткові показники діяльності системи, які свідчать про ефективність встановленої системи обслуговування фінансових потоків:

а) середній термін вивільнення фінансових ресурсів T_B , тобто очікування замовленням на обслуговування (1):

$$T_B = \frac{P_{emp}(t) \cdot \overline{t_{ob1}}}{(n - T_A)} = \frac{P_{emp}(t) \cdot \overline{t_{ob1}}}{(n - \lambda_1 \overline{t_{ob1}})}; \quad (1)$$

б) середня сума вивільнення джерел фінансових ресурсів $\overline{S_F}$, яка свідчить про суму ресурсів, що не використовуються (2):

$$\overline{S_F} = \left(n \cdot p_{00}(t) + \sum_{k=1}^n (n-k) p_{0 < k < n}(t) \right) \overline{S_R}, \quad (2)$$

де $\overline{S_R}$ — середня сума залучення фінансових ресурсів з n джерел, грн.

Розраховуючи дані параметри функціонування системи обслуговування фінансових потоків, можна визначити резерви фінансових ресурсів та внести відповідні корективи до фінансового плану підприємства. При цьому слід враховувати, у фінансових відносинах перевірка доступності певного джерела фінансових ресурсів відбувається ще до початку обслуговування, тобто у процесі обслуговування замовлення джерело фінансових ресурсів може стати недоступним лише за умов настання ознак форс-мажору. Однак, якщо сторони такої угоди не визнають настання умов форс-мажору, до обслуговування можуть бути залучені резервні джерела фінансових ресурсів.

Для забезпечення ефективного функціонування та об'єктивного прогнозування діяльності системи обслуговування фінансових потоків слід доповнити систему обмежень граничною кількістю замовлень, що перебувають в черзі. Таке обмеження дозволяє встановити максимальну суму фінансових зобов'язань підприємства, які мають бути сплачені за рахунок фінансових ресурсів, що формують дану підсистему. Відповідно в системі будуть задіяні n джерел фінансових ресурсів, які характеризуються середнім терміном обслуговування $\overline{t_{ob}}$, максимальною довжиною черги — S замовлень та максимальним часом очікування обслуговування в черзі $\overline{t_{оч}}$.

У даному випадку важливим є визначення середньої суми фінансових ресурсів, незадіяних в обслуговуванні фінансових потоків, тобто вивільнений резерв фінансових ресурсів, який може бути перерозподілений між іншими підсистемами обслуговування (3):

$$\overline{S_F} = \left(n - \sum_{k=1}^n k \cdot p_k(t) - n \sum_{s=1}^m p_{n+s}(t) \right) \overline{S_R}. \quad (3)$$

При формуванні системи обслуговування фінансових потоків слід враховувати також і те, що джерела фінансових ресурсів, які складають певну підсистему обслуговування, є вичерпними. Відповідно, система повинна характеризуватись параметром відносного терміну відновлення суми фінансових ресурсів $t_u = \overline{t_{en}} / \overline{t_u}$ (відношення середнього часу, необхідного для відновлення джерела фінансових ресурсів ($\overline{t_{en}}$) до середнього часу нормального функціонування джерела фінансових ресурсів ($\overline{t_u}$)). Відповідно, ймовірність того, що в момент t в системі j джерел фінансових ресурсів недоступні для використання і для поновлення роботи необхідно очікувати протягом $\overline{t_{en}}$ складає формула (4):

$$P_j(t) = \frac{t_u^j}{(n-j) \sum_{k=0}^n t_u^k \frac{1}{(n-k)!}}. \quad (4)$$

Таким чином, у результаті проведених досліджень:

розроблені та обґрунтовані показники, які дозволяють оцінити ефективність функціонування системи управління розподілом фінансових потоків промислових підприємств, які ґрунтуються на адаптованих до особливостей формування, руху та розподілу фінансових потоків поняттях та визначеннях теорії масового обслуговування;



враховані особливості функціонування системи управління розподілом фінансових потоків при наявності пріоритетів в обслуговуванні потоку та обмежень щодо часу очікування на обслуговування та довжини черги замовлень;

визначені показники, які дозволяють виявити резерви фінансових ресурсів та вдосконалити їх використання підприємством в рамках комплексної системи управління фінансовими потоками;

до подальших напрямків досліджень слід віднести розробку організаційно-економічного механізму управління фінансовими потоками з точки зору системно-потокowego підходу.

Література: 1. Корнеев В. В. Кредитні та інвестиційні потоки капіталу на фінансових ринках: Монографія. – К.: НДФІ, 2003. – 376 с. 2. Азаренкова Г. М. Фінансові потоки в системі економічних відносин: Монографія. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 328 с. 3. Бланк И. Управление использованием капитала. – К.: "Ника-Центр", 2000. – 656 с. 6. Єрмошкіна О. В. Побудова системи управління фінансовими потоками підприємства в ринкових умовах // Економічний вісник Національного гірничого університету. – №3. – Дніпропетровськ: РИК НГУ, 2003 – С. 56 – 63. 4. Єрмошкіна О. В. Теоретичні підходи до класифікації фінансових потоків в умовах розвитку міжнародних зв'язків підприємства // Економічний вісник Національного гірничого університету. – №4. – Дніпропетровськ: РИК НГУ, 2003 – С. 79 – 87. 5. Новиков О. А. Прикладные вопросы теории массового обслуживания / О. А. Новиков, С. И. Петухов. – М.: Советское радио, 1969. – 400 с.

Загорная Т. О.

УДК 658.011.12

УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИЙ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В условиях рыночной неопределенности все хозяйствующие субъекты заинтересованы в достоверной оценке экономического состояния своих бизнес-партнеров для минимизации финансовых рисков. Наиболее интегрированным показателем, отражающим степень безопасности влияния средств или установления делового сотрудничества, является экономическая устойчивость организации, подтверждающая ее способность стабильно осуществлять свои основные функции и выполнять обязательства в условиях меняющейся внутренней и внешней бизнес-среды.

Исследованию теоретических, методологических и практических аспектов экономической устойчивости развития организаций посвящены работы многих зарубежных и отечественных ученых. Особую значимость представляют теоретические и методические работы Д. Аакера, Р. Акоффа, И. Ансоффа, Ю. Бриггема, О. С. Виханского, Ф. Котлера, Д. С. Львова, М. Х. Мескона, А. И. Наумова, К. К. Прахалада, М. Портера, П. Э. Самуэльсона, Р. А. Фатхутдинова, о стратегии рыночного управления; Э. Альтмана, У. Бивера, И. А. Бланка, Л. Т. Гиляровой, А. Ф. Демченко, О. В. Ефимовой, В. В. Ковалева, Г. В. Савицкой, Н. Н. Селезневой, А. Д. Шеремета о закономерностях экономической устойчивости. Однако в этих исследованиях не нашли полного отражения отдельные вопросы, связанные с управлением экономической устойчивостью организаций в быстро изменяющихся рыночных условиях.

Совокупность теоретических подходов, формирующих теоретическую базу управления устойчивостью хозяйственных систем, представлена в таблице.

Таблица

Теоретическая база управления устойчивостью [1, с. 47]

Концепция или подход	Сущность	Вклад в управление устойчивостью хозяйственной системы
1	2	3
Системный подход	Подход, основанный на общей теории систем, учитывающий специфику и сущность объекта управления как хозяйственной системы	Позволяет управлять устойчивостью объекта с системных позиций, на основе учета имманентных и эмерджентных свойств хозяйственной системы и ее составляющих эффекта синергии
Антикризисный менеджмент	Концепция управления, направленная на предотвращение развития кризисных ситуаций в деятельности предприятия	Позволяет предотвратить существенное отклонение хозяйственной системы от выбранного вектора развития на основе применения соответствующего инструментария

© Загорная Т. О., 2008

Окончание табл.

1	2	3
Риск-менеджмент	Управление, основанное на идентификации, мониторинге и минимизации рисков	Позволяет выявлять риски, присущие конкретной хозяйственной системе, обеспечивает устойчивость системы за счет превентивного принятия соответствующих мер по минимизации рисков
Регулярный менеджмент	Концепция сквозного контроллинга и аудита, охватывающего все уровни управления системой и все сферы ее функционирования	Обеспечивает устойчивость функционирования всех подсистем за счет автоматизации рутинных процессов, что в условиях кризиса позволяет акцентировать внимание на ключевых параметрах
Стратегический менеджмент	Управление, основанное на целеполагании, формировании и реализации стратегий, направленных на достижение поставленных целей	Обеспечивает долгосрочную устойчивость системы на основе перспективного прогнозирования и стратегического планирования
Менеджмент экономической безопасности	Управление совокупностью элементов, обеспечивающих экономическую безопасность хозяйственной системы	Обеспечивает устойчивость системы в отношении внешних угроз

Неопределенность внешней среды предприятия обуславливает неустойчивость параметров его функционирования: ресурсов, технологий, производственного процесса, сбыта и общей эффективности функционирования. По мере роста неопределенности усложняются задачи управления и возрастает роль антикризисного управления и риск-менеджмента для эффективного функционирования предприятия. Основой управления рутинными процессами на операционном уровне, обеспечивающей реализацию целей и задач антикризисного менеджмента выступает регулярный менеджмент. Основой функционирования стратегического уровня управления, обеспечивающего долгосрочную устойчивость хозяйственной системы, является стратегический менеджмент. Кроме того, нельзя недооценивать роль управления экономической безопасностью в структуре подходов к управлению устойчивостью хозяйственной системы. Системный подход выступает связующим звеном, обеспечивающим синергию используемых концепций управления. Таким образом, управление устойчивостью хозяйственных систем на микро-уровне обеспечивается сочетанием методов и приемов антикризисного, регулярного, стратегического и риск-менеджмента, с учетом требований экономической безопасности хозяйствующего субъекта, реализуемым на основе системного подхода [2, с. 27].

Вполне логичным представляется следующая последовательность аналитических процедур по изучению природы экономической устойчивости:

- разработка методологии диагностики, анализа и прогнозирования развития организаций;
- выделение принципов и факторов развития с обязательной разработкой системы показателей, отражающих результаты их воздействия;
- всесторонний анализ и оценка влияния различных параметров деятельности на приращение экономической устойчивости хозяйствующих субъектов;
- разработка экономико-математической модели устойчивого развития организаций, основанная на выявленных в ходе моделирования показателей, динамика которых обеспечивает необходимый уровень экономически устойчивого развития;
- построение модели инвестиционного поведения организаций, отличительной особенностью которых является подверженность внешним воздействиям и резким колебаниям инвестиционных рисков [2, с. 29].

Экономическая устойчивость развития организаций и корпоративных объединений – это интегрированное свойство, включающее в себя финансовую устойчивость и способность осуществлять организацией основные функции в условиях допустимого риска, достаточной рентабельности для роста прибыли и ее рыночной стоимости в прогнозируемом будущем.

Концепция управления экономически устойчивым развитием организаций (рисунок) основывается на методологии управления экономически устойчивым развитием; экономической стратегии; организационной стратегии управления и создает преимущества в управлении предприятием, заключающихся в разработке экономической и организационной стратегий на методологии управления экономически устойчивым развитием.

Долгосрочная эффективная деятельность организаций определяются стратегическим выбором их развития. Эффективная стратегия организаций характеризуется устойчивым экономическим ростом и развитием, повышением конкурентоспособности производимой продукции, ростом прибыли и рыночной стоимости организации. Одним из возможных вариантов повышения экономической устойчивости является создание различных горизонтально и вертикально интегрированных объединений.

Движущим мотивом объединения организаций является использование преимуществ корпоративных объединений, заключающихся в разработке экономической и организационной стратегий на методологии управления экономически устойчивым развитием. В современных экономических условиях, характеризующихся динамичностью, нестабильностью, а так же возможностью банкротства, возрастает значение обеспечения качества управления хозяйствующими субъектами. От качества принимаемых управленческих решений во многом зависят экономические результаты хозяйственной деятельности. Диагностика и экономический анализ являются одной из функций системы управления организаций и играют важную роль в обосновании управленческих решений.

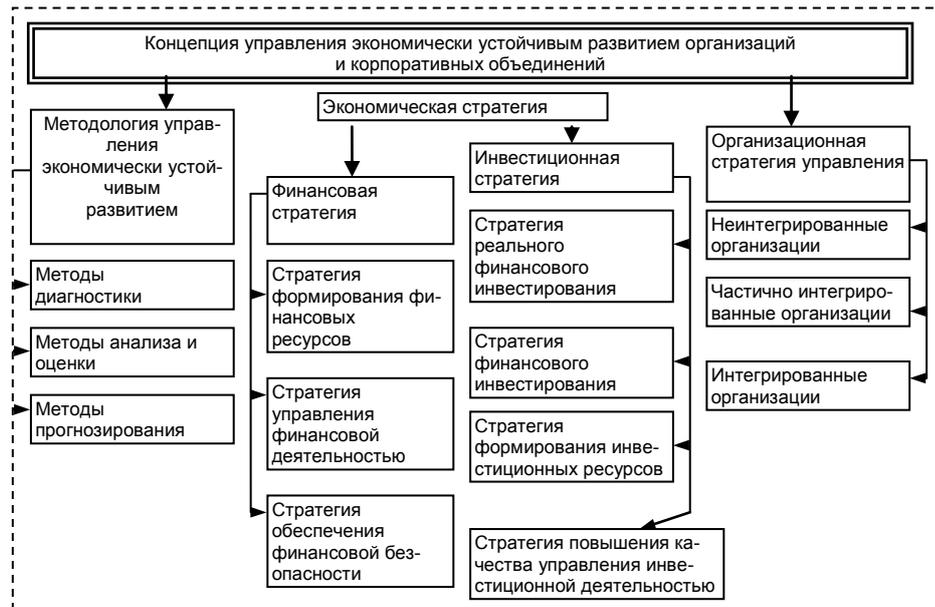


Рис. Концепция управления экономически устойчивым развитием организаций [1, с. 67]

Движущим мотивом объединения организаций является использование преимуществ корпоративных объединений, заключающихся в разработке экономической и организационной стратегий на методологии управления экономически устойчивым развитием. В современных экономических условиях, характеризующихся динамичностью, нестабильностью, а так же возможностью банкротства, возрастает значение обеспечения качества управления хозяйствующими субъектами. От качества принимаемых управленческих решений во многом зависят экономические результаты хозяйственной деятельности. Диагностика и экономический анализ являются одной из функций системы управления организаций и играют важную роль в обосновании управленческих решений.

Диагностика экономической устойчивости организаций осуществляется в целях: оценки финансового состояния организаций; установления степени платежеспособности текущей и общей организаций; выявления фактов и тенденций ухудшения платежеспособности и возникновения угрозы банкротства организаций; информирования исполнительного органа организации о фактах и тенденциях ухудшения платежеспособности и возникновения угрозы банкротства. На основании диагностики экономической устойчивости организаций, а также информации о фактах и тенденциях в их хозяйственной деятельности проводится их группировка в соответствии с установленной экономической устойчивостью и степенью угрозы банкротства путем отнесения организации к соответствующим группам.

Статистическая оценка траектории развития организации может проводится на основе синтеза динамических нормативов и применения непараметрических ранговых методов, что актуально для стратегического управления организацией. Динамический норматив конкретной организации – это ранжированный список показателей финансово-хозяйственной деятельности анализируемой организации, между которыми установлено и зафиксировано на перспективу нормативное соотношение темпов роста [2, с. 24].

Когда экономическая система сталкивается с необходимостью решения проблем обеспечения устойчивости в условиях дефицита времени, а, следовательно, невозможности осуществления полноценного стратегического планирования, можно говорить о ситуации принятия гибких экстренных решений в реальном масштабе времени. Гибкость связана с обязательностью соблюдения принципа альтернативности в принятии решения, и альтернатива определяется достаточностью резерва и подготовкой ряда возможных решений. Экстренность принятия решения возникает потому, что откладывание решения приведет экономическую систему к кризису.

Формирование системы управления устойчивым развитием предполагает использование следующих принципов: взаимосвязанности системы управления развитием с другими видами деятельности организаций. Корпоративные объединения — это системы, которые состоят из обособленных элементов, поэтому при разработке механизма управления необходимо учитывать взаимосвязанность инвестиционной и инновационной деятельности с другими видами деятельности (производственной, операционной и т. д.); комплексного характера принимаемых решений. Управление устойчивым развитием должно рассматриваться как комплексная система действий, обеспечивающая разработку взаимосвязанных управленческих решений, каждое из которых вносит свой вклад в результативность деятельности корпоративного объединения; динамичности управленческих решений в области управления развитием. Системе управления устойчивым развитием корпоративного объединения должен быть присущ высокий динамизм, учитывающий изменение факторов внешней и внутренней среды; согласованности при принятии решений, связанных с реализацией текущих (тактических) и долгосрочных ориентиров деятельности [3, с. 102].



Под устойчивостью хозяйственной системы микроуровня понимается интегральная характеристика способности системы сохранять организационно-производственную целостность в условиях нестабильной внешней среды в установленных границах. Устойчивость предприятия как хозяйственной системы складывается из организационной, рыночной, производственной и финансовой устойчивости, каждая из которых представляет собой результат комплексного взаимодействия основных подсистем предприятия.

В качестве базовой методологии оценки динамической устойчивости предпринимательской структуры может использоваться индикаторный подход. Система индикаторов устойчивости должна включать: показатели, характеризующие динамику внешней и внутренней среды, рассчитанные как динамические, то есть в виде показателей прироста/падения их фактических значений по сравнению с плановыми; показатели, характеризующие пределы допустимых колебаний, уровень которых позволит определять степень устойчивости или уровень запаса устойчивости; прирост по факту, вариацию по факту; уровень запаса устойчивости; относительные показатели, отражающие долгосрочный (стратегический) аспект устойчивости. При этом следует рассчитывать коэффициент вариации каждого показателя в конце года, используя прирост по плану. Данную систему показателей предлагается рассматривать как основу для оценки динамической устойчивости предпринимательской структуры, как совокупность относительных показателей, характеризующих динамику стратегических эндогенных и экзогенных факторов, обеспечивающих способность предпринимательской структуры осуществлять принятую стратегию развития.

Литература: 1. Рукин Б. П. Управление экономически устойчивым развитием организаций и корпоративных объединений: теория, методология, практика: Монография. – Воронеж: Издательство "Истоки", 2007. – 312 с. 2. Лишук А. А. Алгоритм формирования стратегических факторов устойчивого развития предпринимательских структур с использованием сценарного подхода // Проблемы современной экономики. – 2007. – №4(24). – С. 25 – 31. 3. Конопляник Т. М. Управление устойчивостью хозяйственных систем: Монография. – СПб.: ИРЭ РАН, 2007. – 405 с.

УДК 330.341.1

Іпполітова І. Я.

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах реалізації структурно-інноваційної моделі розвитку економіки України та динамічності зовнішнього середовища змінюється підхід до управління підприємством. Функціонування в цих умовах вимагає від підприємств створення конкурентних переваг, які базуються на застосуванні знань та інновацій. При цьому найважливішим фактором інноваційного розвитку є інвестиції, тому що в умовах обмеженості власних коштів підприємств їх обсяг визначає перспективні можливості інноваційної діяльності підприємства.

Дослідження теоретичних та практичних аспектів інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства в умовах ринкової конкурентної боротьби знайшло своє відображення в роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, таких, як В. Геєць, А. Гриньов, В. Гриньова, С. Ілляшенко, С. Ільєнкова, В. Пономаренко, Р. Фатхутдинов, О. Чернега, Н. Чухрай та ін. [1 – 7]. У цих наукових дослідженнях змістовно обґрунтовано зміст та напрямки інноваційно-інвестиційної діяльності, сутність інноваційного менеджменту, необхідність використання інноваційної моделі розвитку підприємства, процес формування інноваційного потенціалу та ін. Проте деякі важливі аспекти інноваційно-інвестиційної діяльності в умовах структурно-інноваційних трансформацій економіки потребують подальшого розвитку та уточнення.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування змісту та організаційних засад здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності на підприємстві. У дослідженні використано методи логічного узагальнення, аналізу та синтезу, теоретичного обґрунтування для вивчення теоретичних засад здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності.

У науковій літературі [8 – 10] у цей час не існує єдиного підходу до визначення сутності поняття інноваційно-інвестиційної діяльності (ІІД). Думки серед учених щодо даного питання розходяться вже на етапі формування сутності складових даної діяльності, а саме, розбіжності засновані на розходженнях у визначенні понять "інновацій" й "інвестицій", і, як наслідок, "інноваційної" й "інвестиційної діяльності". Тому, перш ніж визначити сутність поняття "інноваційно-інвестиційна діяльність", уточнимо формулювання складових даного поняття. І, насамперед, звернемося до законодавчих і нормативно-правових актів, що регулюють ІІД підприємств, розглянемо їх підхід до визначення сутності понять "інновацій" й "інвестицій", "інноваційної" й "інвестиційної діяльності", проведемо аналіз підходів різних авторів до визначення даних понять.

Законом України "Про інноваційну діяльність" поняття "інновації" трактується як новостворені (застосовані) та (або) удосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а та-



кож організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, які істотно покращують структуру і якість виробництва та (або) соціальної сфери; а "інноваційна діяльність" – як діяльність, що спрямована на застосування й комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок та визначає випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг (виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру) [11].

Термін "інновації" походить від латинського слова *inovatis* (*in* – в, *povus* – новий), що в перекладі означає "оновлення, новинка, зміна" [12].

Відповідно до міжнародних стандартів інновації визначаються як кінцевий результат інноваційної діяльності, що втілений у вигляді нового або вдосконаленого продукту, технологічного процесу, впровадженого на ринок, якому знайдене застосування в практичній діяльності [13]. У сучасній науковій літературі можна виділити кілька підходів до визначення сутності поняття "інновація":

1) інновація – це результат творчого процесу у вигляді нової продукції, технологій, методу управління й т. п. [14; 15];

2) інновацією називають діяльність або процес введення нових видів продукції, елементів, підходів, принципів замість існуючих [16, 17];

3) інновація – це новий об'єкт, успішно впроваджений у виробництво та який приносить прибуток [12];

4) "інновація – це зміна в початковій структурі виробничого механізму, тобто перехід його внутрішньої структури в новий стан" [8];

5) "інновація становлять комплексний процес створення, поширення й використання нових практичних коштів для кращого задоволення існуючої потреби людини" [8].

Отже, "інновація" – це багатогранне явище, розуміння якого не повинна обмежуватися одностороннім підходом, тому що інновацією може бути об'єкт (продукт, елемент продукту, техніка), спосіб (принцип, метод, якщо управління), процес (технологія), система (управління підприємством, форма бізнесу), зміна (удосконалювання існуючої). Але всі ці підходи поєднують одне, що все це є результатом (продуктом) розумової творчої діяльності людини або групи людей, раніше не зафіксованим [8; 17; 18].

Отже, більш прийнятним є таке визначення інновації: "інновація" – це новостворений результат розумової творчої діяльності людини або групи людей, що істотно поліпшує якісний рівень виробничої або соціальної сфери системи суспільних відносин, раніше не зафіксований та якому знайдено практичне застосування.

У підходах до визначення сутності інноваційної діяльності істотних розбіжностей практично немає. В основному автори виражають згоду з нормативним визначенням або не заперечують його.

Наприклад, інноваційну діяльність трактують як практичне застосування науково-технічного результату й інтелектуального потенціалу з метою одержання нового або вдосконаленого продукту, способу його виробництва або послуг, що задовольняють потреби суспільства [19]. Але проаналізувавши законодавчу базу й наведені вище визначення, в них можна відзначити ряд відмінностей:

по-перше, інноваційна діяльність може бути спрямована не тільки на комерціалізацію результату, а просто на його запровадження;

по-друге, "інновація" законодавчо визначена як новація, що може приносити соціальний ефект, у той час як у визначенні інноваційної діяльності цей аспект не обговорений;

по-третє, практичне застосування інновації є кінцевою метою інноваційної діяльності, у той час як інноваційна діяльність є процесом перетворення інновації, якій знайдено практичне застосування в практичній діяльності.

Далі перейдемо до розгляду сутності визначення інвестицій. "Інвестиції" Закон України "Про інвестиційну діяльність" визначає як всі види майнових й інтелектуальних цінностей, вкладених в об'єкти підприємницького й іншого видів діяльності, внаслідок чого буде отриманий прибуток або досягнутий соціальний ефект [20]. Різноманітні визначення інвестицій часто визначають цю категорію недостатньо чітко або надмірно вузько, акцентувати увагу лише на окремих її сутнісних сторонах [9]. Наприклад:

1) під інвестиціями розуміється будь-яке вкладення фінансових коштів, що часто не пов'язане з вирішенням інвестиційних цілей суб'єктів, які їх здійснюють, та за своїм економічним змістом до інвестицій не відносяться;

2) не проводиться розмежування між інвестиційними витратами фінансових коштів і поточних витрат, що обслуговують операційний процес підприємства;

3) інвестиції пов'язують винятково з цілями приросту капіталу або одержання поточного доходу (прибутку) [21], хоча інвестиції можуть переслідувати й інші як економічні, так і позаекономічні цілі;

4) ідентифікація поняття "інвестиції" з поняттям "капітальні вкладення" [8], тобто вкладення капіталу у відтворення основних коштів – як виробничого, так і невиробничого характеру. Але, капітальні вкладення є більш вузьким поняттям і можуть розглядатися лише як одна з форм інвестицій, але не як їх аналог;

5) інвестиції відзначають як вкладення коштів [22], але інвестування капіталу може здійснюватися не тільки в грошовій, але й у інших формах;

6) інвестиції становлять довгострокове вкладення коштів [17], проте інвестиції можуть бути й короткостроковими.

Сучасні умови господарювання обумовили об'єктивну необхідність виділити ще один вид інвестицій – "інноваційні інвестиції", які становлять вкладення коштів у проект, пов'язаний з реалізацією результатів науково-технічного прогресу або інтелектуальної діяльності людини [12]. Виходячи з особливостей ІІД, в межах дослідження буде розглядатися саме цей аспект інвестування. Тому, найбільш доцільним є визначення інвестицій як вкладення коштів, нематеріальних активів інших форм інвестиційного капіталу на певний період (короткостроковий або довгостроковий) з метою

забезпечення зростання інноваційного потенціалу підприємства та реалізації результату інтелектуальної діяльності людини або групи людей. Практичне здійснення інвестицій забезпечується інвестиційною діяльністю підприємства, що є одним із самостійних видів його господарської діяльності й найважливішою формою реалізації його економічних інтересів.

Інвестиційна діяльність, відповідно до Закону України "Про інвестиційну діяльність", — це послідовна сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави зі здійснення інвестицій з метою одержання доходу або прибутку, рішення екологічних, соціальних й інших питань соціально-економічного розвитку підприємств і суспільства [20].

Інвестиційна діяльність підприємства становлять цілеспрямовано здійснюваний процес пошуку необхідних інвестиційних ресурсів, вибору ефективних об'єктів (інструментів) інвестування, формування збалансованої за обраними параметрами інвестиційної програми (інвестиційного портфеля) і забезпечення її реалізації.

Отже, формуючи сутність інноваційно-інвестиційної діяльності необхідно виходити з того, що інновації — це новий кінцевий результат інтелектуальної діяльності людини, а інвестиції — вкладення коштів у реалізацію результату розумової творчої діяльності людини або групи людей, що істотно поліпшує якісний рівень виробничої або соціальної сфери системи суспільних відносин, раніше не зафіксований та якому знайдено практичне застосування.

Таким чином, згідно з проведеним аналізом, можна сформулювати таке визначення: інноваційно-інвестиційна діяльність підприємства — це діяльність, обумовлена сучасними умовами господарювання, спрямована на впровадження результатів науково-технічного прогресу та інтелектуальної діяльності людини, для задоволення суспільних потреб на новому, більш високому якісному рівні, за рахунок вкладення коштів у розвиток інноваційного потенціалу й удосконалення інвестиційної політики підприємства, з метою формування довгострокових конкурентних переваг суб'єкта господарювання, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Цей підхід до визначення сутності "інноваційно-інвестиційна діяльність підприємства" дозволяє найбільш повно відобразити сутність даного поняття й значення даного виду діяльності в сучасних умовах господарювання, при цьому воно не суперечить законодавчим нормам нашої держави.

Отже, підприємство в умовах конкурентної економіки повинно постійно удосконалювати техніко-технологічну базу виробництва, організацію виробництва, підвищувати кваліфікацію персоналу та якість управлінської праці, створювати нову продукцію, а також здійснювати розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства для посилення своєї конкурентної позиції. Удосконалення змісту ІІД дозволить у подальшому розробити стратегію її управління на підприємстві. Напрямки подальших досліджень, які потребують вивчення та методичного доопрацювання, на думку автора, є такі: визначення мотивуючих факторів інноваційно-інвестиційної діяльності персоналу підприємства, розроблення методичного підходу до формування інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку підприємства.

Література: 1. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління. — Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. — 308 с. 2. Гриньова В. М. Функціонально-вартісний аналіз в інноваційній діяльності підприємства. Монографія. — Харків: ВД "ІНЖЕК", 2004. — 128 с. 3. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи. — Суми: ВТД "Університетська книга", 2003. — 278 с. 4. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. С. Д. Ильенковой. — М.: ЮНИТИ, 1997. — 328 с. 5. Пономаренко В. С. Стратегічне управління. — Харків: Основа, 1999. — 632 с. 6. Фатхутдинов Р. А. Інноваційний менеджмент. — М.: ЗАО "Бизнес школа "Интел-Синтез", 1998. — 615 с. 7. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Монографія. — Львів: "Львів. Політехніка", 2002. — 316 с. 8. Економіка й організація інноваційної діяльності: Підручник / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан; [Під ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П. Денисенка. — К.: Професіонал, 2004. — 960 с. 9. Бузько І. Р. Стратегическое управление инвестиционной и инновационной деятельностью предприятий: Монографія / І. Р. Бузько, Е. В. Вартанова, А. А. Голубенко. — Луганск: ВНУ им. В. Даля, 2002. — 175 с. 10. Трифилова А. А. Управление инновационным развитием предприятия. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 175 с. 11. Закон України "Про інноваційну діяльність" №40-IV від 04.07.2002 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2002. — №36. 12. Ларичева Е. А. Двойная роль инноваций // Менеджмент в России и за рубежом. — 2004. — №3. — С. 22 — 25. 13. Федоренко В. Г. Удосконалення структури фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств в Україні // Економіка та держава. — 2005. — №6. — С. 3 — 9. 14. Каламбет С. В. Податкові аспекти регулювання інвестиційної діяльності підприємства у регіоні / С. В. Каламбет, А. В. Антонов. — Дніпропетровськ: Пороги, 2004. — 169 с. 15. Турило А. М. Інновації: сутність і теоретичні характеристики / А. М. Турило, О. А. Зінченко // Актуальні проблеми економіки. — 2005. — №5(47). — С. 76 — 79. 16. Економічний словник-довідник / Укл. М. А. Сіроштан, Г. М. Григорян, Л. М. Седова, І. С. Зайцева, С. В. Лукашев, О. О. Пономаренко. — Харків: РВВ ХДЕУ, 1999. — 148 с. 17. Матросова Л. М. Формування організаційно-економічного механізму управління інноваційними процесами в промисловості. — Луганськ: Вид-во СУДУ, 2000. — 184 с. 18. Овчаренко Т. С. Проблеми інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств // Вісник Київського нац. ун-ту. Сер. Ек-ка. — 2002. — Вип. 58. — С. 63 — 69. 19. Гордиенко Л. Ю. Інноваційний менеджмент. Конспект лекцій. — Харьков: Изд. ХДЭУ, 2001. — 80 с. 20. Закон України "Про інвестиційну діяльність" №1955-ХІІ від 10.12.1991, зі змінами та доповненнями // Урядовий кур'єр. — 2008. — 26 серпня. 21. Гуткевич С. О. Інвестування: пріоритети та ефективність / С. О. Гуткевич, В. Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. — 2004. — №6. — С. 24 — 27. 22. Журавель С. А. Інвестиції та їх місце в економічній системі // Економіка та держава. — 2004. — №3. — С. 22 — 27.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Становление и развитие в Украине рыночных отношений сопровождается качественными преобразованиями экономических отношений, которые обуславливают изменение характера взаимодействия отдельных элементов и участников процесса создания общественного продукта. На первый план выходят проблемы повышения результативности, эффективности и конкурентоспособности украинских строительных предприятий, решение которых требует построения адекватной рыночным условиям системы организации и управления предприятиями.

Оценка эффективности применения логистической системы является сложным и проблематичным процессом. В настоящее время не существует единственного методологического подхода к количественной оценке эффективности функционирования [1].

Проблеме поиска приоритетных направлений усовершенствования механизма управления предприятием с использованием логистической системы посвящены работы отечественных и зарубежных ученых: Б. А. Аникина, А. И. Баскина, Д. Ж. Букана, Д. Вилсона, А. М. Гаджинского, П. Д. Гаркуши, О. П. Глогусь, Е. А. Голикова, Е. В. Крикавского, Ю. М. Неруш, Д. Т. Новикова, А. М. Окландера, П. П. Олейника, Д. Саати, Р. Б. Тяна, Ф. Эджворта и других ученых и специалистов. Вместе с тем анализ работ ведущих ученых и специалистов в области управления потоковыми процессами показывает, что к настоящему времени вопросы формирования, анализа и функционирования эффективной логистической системы на отечественных предприятиях освещены недостаточно и требуют дальнейших исследований.

Большинство недостатков и противоречий в практике управления материальными, финансовыми, информационными потоками порождено решениями, ориентированными на оптимизацию каждого из этих потоков в отдельности, причем по участкам их продвижения вопросы организации строительного производства требуют совершенствования и развития в части организационно-экономического механизма контроля эффективности использования производственно-финансовых ресурсов строительных предприятий. В связи с этим, актуально рассмотреть все организационно-экономические факторы, влияющие на эффективность работы строительных предприятий.

Целью предполагаемой статьи является анализ закономерностей формирования принципов построения системы логистического управления строительным предприятием.

Пока не существует универсальной модели оценки эффективности логистической системы, способной учитывать все переменные, все ситуации и всевозможные сценарии.

Тем не менее, критерий, который может увязать всю логистическую систему с учетом всех переменных, ситуаций и сценариев, есть – это прибыль [2].

В общем случае логистические затраты представляют собой денежное выражение использованной рабочей силы, средств и предметов труда, финансовые затраты и различные негативные последствия форс-мажорных событий, которые обусловлены продвижением материальных ценностей (сырья, материалов, изделий, конструкций) на предприятии и между предприятиями, а также поддержанием запасов.

Логистические затраты как сумма затрат на управление и реализацию логистических процессов в очерченных границах перемещения материальных потоков, не выделяются из учета затрат предприятия. И это затрудняет оценивание их уровня и их эффективности. Поэтому важно обозначить критерии (признаки) классификации (распределения) логистических затрат.

Классификация логистических затрат является необходимой для реализации на предприятии концепции логистического контролинга: зная расчетную величину уровня логистических затрат в разрезе установленных классов (групп) логистических затрат, совершая их мониторинг, можно принимать эффективные управленческие решения, касающиеся регулирования этих составляющих и этим влиять на общий их уровень в реальном времени. Важность классификации логистических затрат аргументирована также и современной концепцией бюджетирования, и идентификацией центров затрат, что способствует повышению эффективности управления логистическими затратами предприятия.

Внешние параметры, предопределяющие уровень логистических затрат предприятия, существенно влияют и на величину затрат на эти процессы. Вследствие внешнего характера этих параметров минимизировать обсуждаемые затраты можно только путем управления их носителями. Например, затраты на привлечение сторонних капиталов для финансирования запасов могут быть снижены в результате уменьшения объема запасов. Аналогичная ситуация наблюдается и по отношению к другим видам затрат. Это свидетельствует о взаимосвязи внутренних и внешних факторов формирования логистических затрат, предопределяющей необходимость их комплексного и совместного рассмотрения.

С практической точки зрения затраты на физическое продвижение материалов K_{pf} состоят из:

1) амортизационных отчислений (K_a) по основным средствам, используемым в логистических процессах:

$$K_a = M_t \bar{s}_a, \quad (1)$$

где M_t – начальная стоимость основных средств, задействованных в логистических процессах;

\bar{s}_a – средняя норма амортизации для этих средств;

2) расходов на трудовые ресурсы (K_p):

$$K_p = L \bar{p}, \quad (2)$$

где L – количество занятых в логистическом процессе;

\bar{p} – средняя заработная плата с учетом начислений;

3) затрат (K_m) на использованные материалы, топливо и энергию как сумма затрат на использование отдельных видов этих материальных факторов;

4) прочих расходов на продвижение (K_{in}), к которым относятся, в частности, суммы налогов на недвижимость и на транспортные средства, причем величина этих расходов влияет на налогооблагаемую базу или уровень налогообложения. Например, площадь земельного участка, занятого складами и транспортными путями, а также стоимость складских зданий и сооружений определяют величину налога на недвижимость, а при расчете налога на транспортные средства его ставки зависят от имеющихся на предприятии видов и типов этих средств.

Затраты на физическое продвижение материалов представляют собой внутренние расходы предприятия. В эту группу также можно включить расходы на внешние (в частности, транспортные) услуги (K_{ut}).

Таким образом, затраты на физическое продвижение материалов (K_{pf}) охватывают, прежде всего, внешние и внутренние транспортные затраты, а также расходы на манипуляционные процессы, связанные с продвижением. Они равны сумме соответствующих факторов:

$$K_{pf} = K_a + K_p + K_m + K_{in} + K_{ut}. \quad (3)$$

Затраты на физическое продвижение материалов характерны для всех трех фаз продвижения, если только эти фазы (закупка, производство, дистрибуция) реализуются на предприятии. Они возникают, прежде всего, в управлениях (отделах) внутреннего и внешнего транспорта.

Эти затраты частично имеют относительно постоянный характер, а частично оказываются переменными.

Минимизация затрат на физическое продвижение материалов становится следствием целого комплекса мероприятий по совершенствованию транспортных и манипуляционных процессов, а также по повышению производительности и снижению затрат труда. Затраты также могут быть снижены за счет сокращения излишних компонент средств (ставшего ненужным транспорта и/или манипуляционного оборудования), подбора видов транспортных средств, наиболее соответствующих техническим условиям перемещения материалов и манипулирования ими.

Затраты на информационные процессы представляют собой третий важный комплекс логистических затрат предприятия.

Значение логистических затрат можно оценить на фоне других экономических показателей.

Уровнем логистических затрат будем называть отношение этих затрат к другим экономическим показателям, характеризующим либо деятельность предприятия, либо объем логистической деятельности (потоки и запасы).

Показатели уровня логистических затрат позволяют оценивать их сокращение как в абсолютных, так и в относительных единицах.

Соотношения, используемые для расчета уровня логистических затрат, должны учитывать степень связи (зависимости) конкретных групп затрат с соответствующими экономическими показателями. Не подлежит сомнению, что важнейшими базовыми показателями для всего множества логистических затрат должны считаться объемы продаж, либо совокупные расходы на деятельность.

Для того, чтобы иметь возможность определить затраты на физическое продвижение материалов, в качестве базового показателя необходимо использовать объем продвигаемого потока, выраженный в натуральных единицах.

Независимо от используемых базовых показателей уровень логистических затрат должен проявлять тенденцию к снижению. Это будет свидетельствовать о повышении эффективности логистических процессов, рассматриваемых через призму затрат на них [3].



Эффективность применения логистики оценивается не столько ее конкретными показателями и тенденцией их изменения, сколько ее влиянием на изменение экономических и финансовых результатов деятельности фирмы: увеличение размера прибыли, повышение производительности труда и т. д.

Для оценивания влияния конкретных факторов логистических процессов можно воспользоваться одним из методов экономического анализа (цепных подстановок). В этом случае можно исследовать, как влияют на показатели рентабельности конкретные логистические процессы при фиксации прочих факторов (оборот, затраты, средства) на базовом уровне.

Как дорогостоящая функция, логистика оказывает существенное влияние на общие финансовые показатели строительной организации.

Согласно поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

формирование принципов построения системы логистического управления строительным предприятием;

разработка теоретических положений механизма управления предприятием на основе логистического подхода;

анализ структуры логистических затрат;

систематизация организационно-экономических факторов (ОЭФ), влияющих на формирование затрат логистической системы строительного предприятия;

исследование влияния организационно-экономических факторов на логистические затраты.

Литература: 1. Сковронек Ч. Логистика на предприятии / Ч. Сковронек, З. Сариуш-Вольский. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 400 с. 2. Неруш Ю. М. Логистика в схемах и таблицах: Учебн. пособ. – М.: ТК Велби; Изд. Проспект, 2006. – 192 с. 3. Крикавський С. В. Логістика. Основи теорії: Підручник. – Львів: Національний університет "Львівська політехніка" (Інформаційно-видавничий центр "ІНТЕЛЕКТ+" Інституту післядипломної освіти), "Інтелект-Захід", 2004. – 416 с. 4. Новиков О. А. Логистика: Учебн. пособ. / О. А. Новиков, С. А. Уваров. – СПб.: Изд. дом "Бизнес-пресса", 2000. – 208 с. 5. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с.

Каткова М. І.

УДК 338.45:339.138:339.9

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

З точки зору зовнішньоекономічної діяльності, підставою для оцінки маркетингових можливостей виступає гіпотетична різниця між національним та міжнародними ринками, сформована за рахунок диференціації національних економік у системі міжнародного поділу праці, особливостей законодавчо-нормативного регулювання, митних процедур та обмежень, економічних циклів тощо.

Природні та штучні бар'єри до уніфікації національних ринків та їх перетворення у глобальний ринок провокують наявну різницю у цільових та перспективних ринках порівняно з традиційним національним ринком. З іншого боку, спрощене входження у цільові ринки визначається належністю підприємства до оператора на глобальному ринку.

Узагальнюючи наявні тенденції розвитку світового та національного ринків, слід зазначити, що останні формуються та функціонують у системі складних та самодостатніх механізмів, що потребують тривалої підготовки та вироблення спеціальних уніфікованих стратегій на основі потенціалу ринку та можливостей компанії. Явна складність входження у ринок вимагає обов'язкового проведення оцінки ринкового потенціалу та маркетингових можливостей у діяльності суб'єктів господарювання.

Оцінка маркетингових можливостей діяльності підприємств на зарубіжних ринках у теоретичній та практичній площинах знайшли своє відображення у працях низки відомих маркетингологів, серед яких Ф. Котлер, І. Ансофф, П. Друкер, Г. Армстронг, М. Портер, а також науковців вітчизняної маркетингової школи, де слід виділити праці П. Перерви, В. Герасимчука, Т. Циганкової, Є. Крикавського, В. Ткаченка та ін. Узагальнюючи набуті результати наукових досліджень, слід констатувати, що на сучасному етапі вироблені дослідні та управлінські інструменти, які забезпечують ефективне входження у міжнародні ринки. Проте вироблені у формі універсальних інструментів підходи втрачають результативність на етапі ринкових зрушень, що продукуються глобальними змінами цільових ринків, виникненням перманентних енергетичних криз та негативним впливом з боку енергетичних ринків, черговим витком науково-технічного прогресу, поглибленням залежності цільових ринків від інформаційного забезпечення та інформаційних систем.

На етапі становлення внутрішнього ринку, коли соціально-економічні зрушення викликають скорочення внутрішнього попиту та опосередковано попиту на засоби виробництва, намагання вітчизняних компаній розширити діяльність на зарубіжні ринки є досить закономірними. При цьому,

© Каткова Т. І., 2008

практика свідчить про переважні невдачі у досягненні такого роду цілей через відсутність досвіду маркетингової діяльності, недосконалий менеджмент, відсутність інвестиційного забезпечення для експансії на міжнародні ринки, не конкурентоспроможність виробленого продукту.

Зрештою, на сучасному етапі останні постають не вирішеними частинами проблеми для вітчизняних підприємств, серед яких у сфері управління цільовими ринками на особливу увагу заслуговує формування маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства, де ключове місце займає ефективний маркетинговий механізм.

Основне завдання полягає у дослідженні методологічної складової та інструментарію оцінки маркетингових можливостей виходу суб'єктів господарювання на цільові зарубіжні ринки.

Традиційно проведення оцінки у системі наявної парадигми реалізації маркетингової стратегії є складною процедурою, у якій на основі аналітичних компонентів вибудовується логічний ланцюжок, здатний відобразити характеристики цільових ринків. Визначені характеристики перетворюються у критерії вибору маркетингових інструментів просування, ціноутворення, логістики та стимулювання. Гіпотетичний алгоритм оцінки маркетингових можливостей у зовнішньоекономічній діяльності суб'єктів господарювання визначимо на основі ключових характеристик цільових ринків (рис. 1).

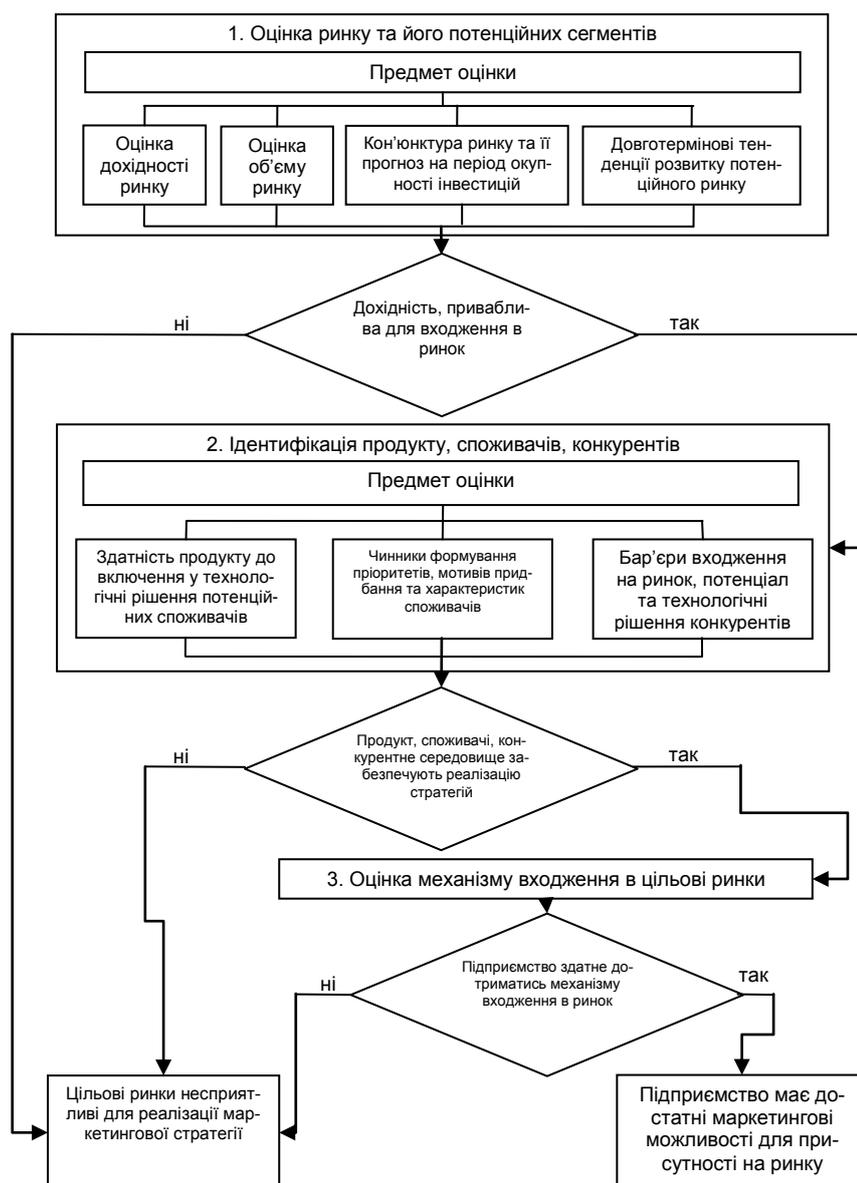


Рис. 1. Алгоритм оцінки маркетингових можливостей у зовнішньоекономічній діяльності підприємства

У межах запропонованого алгоритму пріоритетність чинників успішності умовно визначена на основі трьох ключових складових реалізації маркетингової стратегії, що становлять відповідні етапи оцінки. Кожен наступний етап підпорядкований результатам попереднього на основі здатно-



сті адаптуватися до цільових критеріїв реалізації маркетингової стратегії. Найвищий рівень адаптації підприємства притаманний для механізму входження у цільові ринки та практично відсутній для потенційних сегментів, які не піддаються управлінню з боку суб'єкта господарювання.

На першому етапі, в межах встановлених пріоритетів, предметом оцінювання виступає дохідність ринку, яка відображає цілі комерційної діяльності, і тому є основоположною для здійснення інвестицій, а інші показники, такі, як об'єм, кон'юнктура та тенденції розвитку ринку, доповнюють основоположний на рівні формування повноцінних об'єктивних характеристик цільового ринку. Спрощено оцінювання дохідності відбувається в межах різниці між середніми цінами та середніми витратами, де позитивне значення є ознакою привабливості цільового ринку (рис. 2).

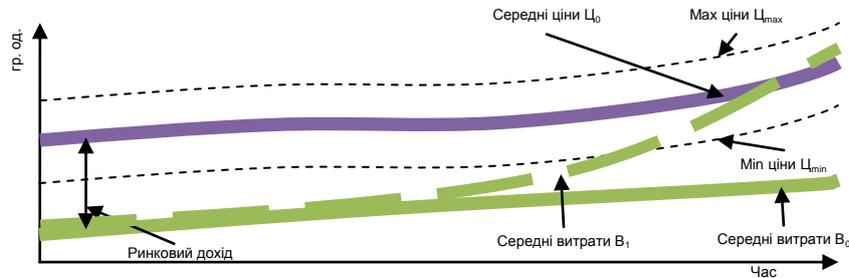


Рис. 2. Оцінка ціноутворення на цільових зарубіжних ринках

Візуально відображене зростання цін та витрат є традиційною тенденцією для світової економіки та цільових ринків, пов'язаною, з одного боку із загальною тенденцією глобалізації, зростанням вимог до якості продукту та технологічних рішень, що її забезпечують, та, як наслідок, ціни, а з іншого – зростанням вартості палива та сировинних ресурсів. Очевидно, що в силу диференціації достатньо схожих та типових продуктів на практиці ринкова ціна коливається в межах від найменшого (C_{\min}) до найбільшого (C_{\max}) значень. За таких умов, збереження тенденції витратами підприємства в межах показника V_0 , коли різниця між ціною та витратами є сталою, є підставою визнати ринкову дохідність привабливою для входження в ринок. Зміна тенденції витрат з тренду V_0 на тренд V_1 свідчить про ризикованість маркетингової стратегії входження в обраний для дослідження ринок, яка у точці перетину кривих V_1 та C_{\min} перетворюється у ризик збитків, а у точці перетину кривих V_1 та C_0 – у найбільш імовірні збитки. Ризик збитків та негативна ринкова дохідність є підставою для визнання ринку непривабливим для реалізації маркетингових стратегій.

Разом з визнанням ринкової дохідності привабливою, оцінка доповнюється критерієм здатності ринку до відтворення інвестицій, ототожнена з його обсягом, сталою кон'юнктурою та збереженням наявних тенденцій у довготерміновій перспективі.

За визнання дохідності привабливою для входження в ринок, слід провести ідентифікацію продукту на предмет здатності до включення у технологічні рішення потенційних споживачів, а споживачів – на чинники формування пріоритетів, характеристик та мотивів придбання, конкурентів – на предмет вхідних бар'єрів, потенціал та технологічні рішення. Здатність дотриматись критеріїв продукту, задовольнити мотиви споживачів та подолати бар'єри конкурентів є підставою для розробки механізму входження у цільові ринки, за прогнозованої ефективності якого визначається достатність маркетингових можливостей для присутності на ринку. У межах запропонованого алгоритму маркетингові можливості визначаються на основі комплексного дослідження ринку.

За запропонованими об'єктами та завданнями комплексної оцінки маркетингових можливостей зовнішньоекономічної діяльності вивчається продукт, ринок, споживачі, конкуренти та правові аспекти діяльності на ринку. При цьому, у процесі практичної реалізації методологічних інструментів оцінки маркетингових можливостей слід чітко усвідомити необхідність застосування складного дослідного апарату за неоднозначного трактування ринкової кон'юнктури, конкурентоспроможності виробу, його життєвого циклу, структури та обсягів ринку, ціноутворення, ефективності маркетингу, реклами, каналів просування, збуту тощо.

Поряд з оцінкою ринкового стану для здатності застосування маркетингових стратегій, і головне – досягнення дохідності продукту не нижче дохідності цільового сегмента, важливе значення має ресурсний потенціал підприємства у сфері управління збутовими системами на міжнародних ринках. На додаток до оцінки привабливості цільових сегментів за показником дохідності та забезпечення реалізації маркетингової стратегії, за придатністю продукту до збуту на зарубіжних ринках, здатністю задовольнити вмотивовані прагнення потенційних споживачів та ефективно функціонувати у системі наявних конкурентних відносин, оцінки потребує здатність підприємства на основі наявної організаційної структури, фінансово-інвестиційних ресурсів, управлінських ресурсів, потенціалу до реалізації необхідних маркетингових стратегій, дотриматись механізму входження в ринок та забезпечення присутності на ньому.

Методологічна сторона обґрунтування поточної проблематики аналізу знайшла відображення у працях багатьох вітчизняних вчених, серед яких слід звернути увагу на останні результати дослідження С. Гаркавенка [1], П. Перерви [2], Н. Куденко [3], О. Костюка [4], В. Момота [5] та ін. Не вдаючись до оцінки повноти та раціональності, слід звернути увагу на орієнтацію запропонованих методик на їх змістове наповнення на основі принципів економіки підприємства та маркетингових стратегій. Проте, на



погляд автора, для обраного предмета та об'єкта дослідження принциповим є орієнтація на управлінські принципи. У такому випадку, на даному етапі дослідження доцільно прийняти наявні методи оцінки привабливості цільових ринків, з перспективою подальшого вдосконалення в межах комплексу методик, застосованих при аналізі та виробленні рекомендацій з практичного застосування.

Логічним результатом аналізу привабливості цільових ринків підприємства є загальний висновок з приводу можливості чи неможливості реалізації маркетингових стратегій. Невід'ємною складовою загального висновку виступає структурування окремих чинників через визначення сприятливого чи несприятливого характеру їх дії, на основі якого розробляється маркетингова стратегія. Остання розглядається авторами у формі найбільш раціонального набору маркетингових інструментів з рекомендаціями стосовно маркетингових можливостей як відправна точка.

З огляду на отримані висновки з приводу характеру та цілей діяльності підприємств, орієнтованих на концепцію виробництва, збуту та повного маркетингу, маркетингові стратегії на зарубіжних ринках набувають чітко диференційованих підходів до їх реалізації. З наукової точки зору, вони розглядаються при розробці методології формування маркетингових стратегій підприємств та передбачають встановлення етапів, вибору типів базових конкурентних стратегій, рівнів конкурентної активності, застосування положень концепції кількісної оцінки маркетингових програм, вдосконалення маркетингової культури, врахування етапів розвитку міжнародного маркетингу, впровадження стратегічної маркетингової програми та вибору оптимального способу виходу підприємства на цільові закордонні ринки.

Перспективи подальшого дослідження слід передбачити у визначенні місця напрацьованого підходу до оцінки маркетингових можливостей у маркетинговій стратегії розвитку підприємства.

Література: 1. Гаркавенко С. С. Маркетинг. – К.: Лібра, 1998. – 384 с. 2. Перерва П. Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии. – Харьков: Основа, 1993. – 288 с. 3. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг. – К.: КНЕУ, 2005. – 152 с. 4. Костюк О. Конкурентні стратегії підприємства в маркетинговій і логістичній інтерпретації // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2005. – №3. – С. 152 – 161. 5. Момот В. Є. Стратегія підприємства в умовах невизначеності середовища господарювання (методологічний аспект): Автореф. дис. ... канд. екон. наук спец. 08.06.01 – ек-ка, організація і управління підприємствами. – Одеса: ОДЕУ, 2004. – 31 с.

УДК 658.016.7

Кінас І. О.

УПРАВЛІННЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність реструктуризації підприємства залежить від досконалості форм, прийомів і методів, необхідних для вирішення поставлених завдань, та способів кількісного визначення змін як за окремими структурно-функціональними елементами, так і в цілому за підприємством. Сукупність форм, прийомів і методів організації процесу реструктуризації та способів кількісного вимірювання змін становлять організаційно-економічний механізм реструктуризації. Завдання, функції та основні складові організаційно-економічного механізму повинні бути спрямовані на забезпечення загально-го взаємозв'язку і взаємозумовленості, що дозволяє подолати дисбаланс і невідповідність внутрішньої структури підприємства зовнішнім умовам.

Реструктуризація підприємства стосується буквально всіх аспектів діяльності: маркетингу, фінансів, кадрів, організаційної структури, бізнес-процесів, виробничих потужностей та інформаційних технологій. При цьому зміни в одній функціональній підсистемі супроводжуються відповідними змінами в іншій.

Проблема створення ефективно діючої структури чи реорганізація діючої структури досить складна й багатоаспектна. Розв'язання подібного завдання не може бути здійснено за допомогою окремих заходів, у будь-якому випадку це повинен бути цілий комплекс заходів, здійснюваних узгоджено, у рамках єдиної моделі.

З дослідження проблеми реструктуризації підприємств таких вчених, як Т. Бень, С. Маслов, А. Тутунджунян, А. Мендрул, Л. Кальниченко, О. Паровий, впливає необхідність розробки моделі управління процесом реструктуризації, що відповідала б таким основним принципам.

Принцип системності вимагає підходити до об'єкта як до системи. Визначення системи містить у собі дві важливих ознаки — взаємозв'язок елементів і наявність загальносистемної властивості, що дають підставу для формулювання двох положень.

По-перше, це принцип взаємозв'язку показників. Інформація про підприємство не повинна бути ізольованою, націленою на один фактор. Одиначні відносні показники мають обмежену цінність, тому що принципове значення для управління має оцінка загальних тенденцій. Тому системність моделі повинна забезпечувати розгляд процесу реструктуризації у взаємозв'язку, взаємозалежності та взаємозумовленості.



Другий принцип, що впливає із системності, — принцип інтеграції. Цей принцип вимагає розробки (і використання) інтегральних показників. Інтегральні показники отримують шляхом згортання декількох індивідуальних показників. Ключову роль серед інтегральних показників відіграють загальносистемні показники, що характеризують дану систему в цілому з урахуванням взаємозв'язку явищ усередині її, а також такі інтегральні властивості, як результативність діяльності, організованість, стійкість.

Принцип комплексності також повинен бути найважливішим принципом моделі управління процесом реструктуризації. Необхідність комплексного, багатобічного, повного відображення всіх значущих властивостей об'єкта відзначається багатьма економістами.

Таким чином, комплексна оцінка є всебічною якісно-кількісною характеристикою результатів діяльності підприємства. Комплексна оцінка, що містить у собі багатогранне уявлення про результати господарської діяльності, є найбільш важливим джерелом інформації для обґрунтування і прийняття управлінських рішень.

Тільки комплексна і системна реструктуризація підприємства може дати відчутний позитивний результат. Однобічні, часткові рішення в найкращому випадку можуть на короткий час покращити симптоми, але при цьому не усунуть найбільш хворобливі явища і лише створюють небезпечні ілюзії в керівництва компанії [1 – 4].

З урахуванням зазначених положень, в даному дослідженні розроблена комплексна динамічна модель управління процесом реструктуризації, що припускає такі інформаційно-аналітичні елементи (підсистеми):

1. Мотиваційно-факторного аналізу.
2. Формування інформаційної моделі.
3. Аналізу варіантів та прийняття рішення.

Така структура моделі реструктуризації відповідає принципам системного аналізу, сучасним концепціям і методологіям реструктуризації, останньому досвіду консалтингових фірм і CASE-технологіям, що визначає глибокий рівень розвитку даної моделі відповідно до рівня програмних продуктів і систем підтримки прийняття управлінських рішень.

Перший блок — мотиваційно-факторного аналізу. На динаміку підприємства, як соціально-економічну систему, впливають, по-перше, об'єктивні фактори зовнішнього середовища, по-друге, суб'єктивна складова. Фактори зовнішнього середовища впливають на механізм формування стимулів, мотивів і, отже, цілей здійснення змін. Мотиви змін є вихідним моментом у ланцюжку причинно-наслідкових зв'язків процесу змін і, у той же час, є основою для виявлення цілей змін. Мотиви суб'єкта змін обумовлені особливостями утворення мети, закріпленими за суб'єктом, як за інститутом. Цільовий опис підприємства варто шукати у сфері мотивації людей, тобто у сфері взаємодії їх інтересів, вигоди. Але для цього потрібно мати чітке уявлення про склад і структуру економічних інтересів у керіваному колективі, знати та постійно враховувати інтереси не тільки загальні для всього підприємства, але й специфічні — колективів підрозділів (основних, допоміжних, управлінських), а також різних категорій працівників (за статтю, віком, рівнем кваліфікації). Без такого знання не може діяти внутрішній механізм економічного управління, механізм стимулювання і мотивації праці.

Проблема ідентифікації цільової моделі підприємства, залежно від співвідношення переваг окремих груп інтересів, носить якісно-кількісний характер і тому пов'язана з численними труднощами. Ці питання залишаються сьогодні мало вивченими у вітчизняній і закордонній науці й практиці управління. У той же час рішення даної проблеми дозволило б виробити збалансовану за інтересами і цілями модель підприємства [3; 5; 6].

Процес змін на підприємстві можна визначити як вироблення рішення з боку легітимного власника підприємства, тобто суб'єкта, що має законне право ініціювати початок змін.

Фактори, що впливають на процес змін, можна класифікувати на об'єктивні фактори зовнішнього середовища, мотиви і вимоги суб'єктів ініціації та внутрішні мотиви суб'єкта змін.

На вирішення суб'єкта реструктуризації впливають три складові:

- внутрішні мотиви суб'єкта змін;
- вимоги зовнішніх сторін, що не можуть одержати легітимного права ініціювати зміни;
- об'єктивні фактори зовнішнього середовища.

Внутрішні мотиви суб'єкта змін обумовлені особливостями формування цілей, закріпленими за даним суб'єктом як за інститутом. Тому можна припустити визначену цільову модель, асоційовану з даним інститутом, і визначити набір переваг щодо напрямків розвитку об'єкта.

Друга група факторів пов'язана з розходженнями між "суб'єктом змін" і "суб'єктом ініціації". Під "суб'єктом змін" автор розуміє безпосередньо легітимного власника чи контролюючу групу. "Суб'єкт ініціації" — особа або група, що висуває визначені вимоги до "суб'єкта змін", для задоволення яких необхідно здійснити управління об'єктом контролю.

Реструктуризація або будь-які зміни на підприємстві стратегічного характеру починаються з того моменту, коли ініціатор змін одержав підтримку з боку легітимного власника підприємства [1; 6]. Якщо ініціатива змін виходить від легітимного власника, тобто обумовлена внутрішніми мотивами, то суб'єкт ініціації та суб'єкт змін збігаються. У цьому випадку має місце чітко виражена спрямованість змін, і, як правило, формулювання мети та її критеріальний опис не становить великих труднощів.

У більшості ж випадків має місце нееквівалентність суб'єкта ініціації та суб'єкта змін. Так, суб'єктом ініціації можуть виступати агенти, які не мають легітимного права здійснювати управління і контроль над підприємством, і тому звертаються з визначеною вимогою до власника. Власник же підприємства у відповідь на акт ініціації повинен здійснити відповідні впливи на об'єкт для задоволення вимог в рамках цілей функціонування чи цільової адаптації.

Третя група факторів обумовлена об'єктивною динамікою зовнішнього середовища і впливає як на внутрішні мотиви суб'єкта змін, так і на суб'єктів ініціації і на сам об'єкт.



Відповідно до прийнятого вище визначення, реструктуризація підприємства, по-перше, передбачає зміну кількісного та якісного складу структури підприємства як цілісного комплексу, по-друге, забезпечує оптимальну відповідність структури підприємства його цільовим функціям.

Нові або перетворені цілі функціонування є основою для розробки чи перетворення функціональної структури підприємства, що у свою чергу визначає структуру підприємства.

Наступним елементом комплексної моделі реструктуризації є формування інформаційної моделі підприємства. Цей блок є основою як процесу підготовки, так і наступного контролю реалізації програми реструктуризації. Функції блоку полягають у здійсненні моніторингу стану підприємства, його діагностиці й наступному контролю реалізації програми реструктуризації.

Відповідно, результатом формування комплексної інформаційної моделі підприємства є фактичний і нормативний опис об'єкта управління, що буде використовуватися для виявлення відхилень.

Нормативна система показників надає інформацію для формування на її основі положень про відділи, посадових інструкцій, описів робочих місць, тобто організаційно-розпорядчих документів або внутрішньофірмових регламентів.

Наступним елементом моделі реструктуризації є блок аналізу варіантів та прийняття рішення. Надані інформаційною моделлю параметри відхилень фактичних показників від нормативних вимагають здійснення управлінського впливу з боку суб'єкта управління, спрямованого на досягнення критеріального опису. Тому наступним елементом моделі реструктуризації буде процес вибору варіанта досягнення мети.

Формування загальної структурної схеми у всіх випадках має принципове значення, оскільки при цьому визначаються головні характеристики організації, а також напрямки, за якими має бути здійснене більш детальне проектування як організаційної структури, так й інших найважливіших аспектів системи (внутрішньоорганізаційного економічного механізму, способів переробки інформації, кадрового забезпечення). До принципових характеристик організаційної структури, які визначаються на цій стадії, можна віднести цілі виробничо-господарської системи й проблеми, що підлягають вирішенню; загальну специфікацію функціональних і програмно-цільових підсистем, що забезпечують їх досягнення; кількість рівнів у системі управління; ступінь централізації й децентралізації повноважень і відповідальності на різних рівнях управління; основні форми взаємин даної організації з зовнішнім середовищем; вимоги до економічного механізму, форм обробки інформації, кадрового забезпечення організаційної системи.

Головна особливість другої стадії процесу проектування організаційної структури управління — розробка складу основних підрозділів і зв'язків між ними — полягає в тому, що передбачається реалізація організаційних рішень не тільки в цілому за великими лінійно-функціональними і програмно-цільовими блоками, але й за самостійними (базовими) підрозділами апарата управління, розподіл конкретних завдань між ними й побудова внутрішньоорганізаційних зв'язків. Під базовими підрозділами розуміються при цьому самостійні структурні одиниці (відділи, бюро, сектори, лабораторії), на які організаційно розділяються лінійно-функціональні й програмно-цільові підсистеми. Базові підрозділи можуть мати свою внутрішню структуру [2; 4; 6].

Третя стадія — регламентація організаційної структури — передбачає розробку кількісних характеристик апарата управління й процедур управлінської діяльності.

Для випадків, коли потрібна деталізована регламентація відповідальності за окремими етапами розробки й прийняття рішень при виконанні особливо складних завдань, що вимагають взаємодії багатьох ланок і рівнів управління, розробляються специфічні документи, які одержали назву органіграм. Сполучення організаційного алгоритму механізму управління з алгоритмом технологічної обробки інформації, здійснюване шляхом побудови органіграм, дозволяє узгодити процес раціоналізації технологічних маршрутів й інформаційних потоків з упорядкуванням взаємозв'язків між структурними елементами системи управління, що виникають при організації погодженого виконання її завдань і функцій. На відміну від документограм, органіграми не відображають інформаційного змісту робіт, що виконуються, вони фіксують лише організацію управлінського процесу у вигляді розподілу повноважень і відповідальності за забезпечення, розробку й прийняття управлінських рішень.

Отже, в даному дослідженні зроблена спроба вирішення питання розробки моделі управління процесом реструктуризації, заснованої на динамічній складовій розвитку підприємства.

Отриманий результат дослідження становить методичну основу удосконалення організаційно-економічного механізму реструктуризації підприємства на базі комплексної системи організації, планування і контролю процесу реструктуризації підприємства, організації інформаційного забезпечення процесу змін.

Література: 1. Кальниченко Л. Реструктуризація підприємств в умовах становлення ринкової середовища / Л. Кальниченко, А. Мендрул // *Економіка України*. — 1999. — №10. — С. 27 — 29. 2. Мазур И. И. Реструктуризація підприємств і компаній: Справочное пособие. — М.: Высшая школа, 2000. — 587 с. 3. Маслов С. Необходимость и понятие реструктуризации компании в условиях переходной экономики // *Фондовый рынок*. — 1998. — №31. — С. 19 — 20. 4. Паровий О. Стан та перспективи реструктуризації в Україні // В сб. *Реструктуризація з метою створення середніх підприємств*. — К.: НБУ, 2000. — 250 с. 5. Бень Т. Проблемы и перспективы эффективной реструктуризации / Т. Бень, С. Довбня // *Економіка України*. — 2000. — №8. — С. 37 — 42. 6. Тутунджян А. К. Реструктуризація підприємств в умовах переходу к ринковій економіці: проблеми теорії і практики. — М.: Економіка, 2000. — 262 с.

ПАТОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Патологія управління підприємством до теперішнього часу системно не вивчалася, хоча поняття патології вже застосовується щодо окремих функцій управління. Зокрема, відомі праці російського вченого Аркадія Пригожина щодо дезорганізації діяльності підприємства і як частковий випадок розглядається дезорганізація управління [1]. Патологія управління підприємством є новим напрямом, і тому є багато питань, що потребують з'ясування.

Метою статті є встановлення сутності патології управління підприємством, її ознак та загальних способів подолання.

Використання медичного терміна щодо управління підприємством – патології – зумовлено тим, що цей термін, як ніякий інший, відображає порушення в управлінні. Саме ці порушення визначають стан підприємства, його відносини із суб'єктами зовнішнього середовища, характеристики результатів діяльності і є причиною багатьох негативних процесів на підприємстві. Тому, відповідно до смислового навантаження слова, у загальному вигляді патологію управління підприємством пропонується розглядати так. Патологія управління підприємством – це тривале існування порушень у процесі управління ним, що призводить до погіршення результатів діяльності підприємства, про що свідчать його незадовільні характеристики, такі, як конкурентоспроможність, стійкість, ділова активність, результативність, ефективність.

Порушення в процесі управління підприємством мають виявлятися, вивчатися, а також усуватися, для чого необхідні відповідні дослідження. Зокрема, потребує пояснення само поняття порушення щодо управління підприємством. Традиційно порушення розглядається як відхилення від нормального стану, невиконання, недотримання заздалегідь заданих норм, параметрів тощо. Але автор не буде зупинятися на цьому питанні, і порушення в управлінні підприємством пропонує розуміти традиційно, без поглибленого вивчення смислового навантаження цього терміна.

Надане розуміння патології управління підприємством змушує пояснити позицію щодо розгляду управління підприємством. Відомо, що існує багато тлумачень поняття управління підприємством, які пояснюють цю категорію мікроекономіки з позиції функціонального, системного або процесного підходів.

Новизна поставленої проблеми – патології управління підприємством – зобов'язує приділити увагу базовим поняттям, що послугували підґрунтям її вирішення. Отже, при вивченні патології управління підприємством прийняті такі вихідні передумови.

По-перше, управління підприємством розглядається як сукупність управлінських рішень, кожне з яких перебуває у конкретний момент часу на різних етапах процесу його прийняття та реалізації, спрямовано на отримання конкретного результату та пов'язано з іншими рішеннями. Процесний підхід до управління підприємством забезпечує можливість послідовного розгляду окремих етапів, що полегшує локалізацію патології.

По-друге, процес прийняття та реалізації управлінського рішення має ієрархічну або вертикальну та гетерархічну або горизонтальну структури. Традиційно у процесах управління підприємством перевага надається ієрархічному аспекту, відповідно до якого обмін інформацією розглядається переважно "по вертикалі", тобто між рівнями управління. Тому необхідно посилити гетерархічний аспект процесів управління, відповідно до якого обмін інформацією розглядається і "по горизонталі".

По-третє, управлінські рішення приймаються у разі існуванні потреби, яка зумовлена причинами стратегічного та поточного характеру.

Стратегічні управлінські рішення мають на меті переведення підприємства з існуючого стану в інший. Таке переведення може відбуватися за рахунок відповідних змін як у всіх підсистемах підприємства, так і стосуватися лише окремих з них. Поточні управлінські рішення поділено на дві групи. Першу групу можна розглядати як реакцію підприємства на зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі його діяльності. Реактивні управлінські рішення спрямовані на захист існування підприємства, на підтримку характеристик його діяльності. Друга група поточних управлінських рішень спрямовані на підтримку діяльності підприємства і представлені рутинними діями, що повторюються неодноразово, здійснюються з певною періодичністю.

Ще одна передумова стосується структури процесу прийняття управлінського рішення.

У загальному вигляді процес прийняття управлінського рішення складається з таких етапів, як прийняття рішення, реалізація рішення та її контроль, та аналіз результатів виконання управлінських рішень. Але названі етапи прийняття управлінських рішень мають загальний вигляд і тому мають бути деталізовані. Зокрема, на етапі прийняття рішень доцільно виділити підетапи підготовки необхідної інформації, встановлення відповідності рішення, що приймається, тим, що вже реалізуються, а також відповідності кваліфікації та компетентності виконавців складності прийнятих рішень, мотивації виконавців. На етапі реалізації управлінських рішень слід виділити підетап організації та координації дій виконавців.



І остання вихідна передумова вивчення патології управління стосується забезпечення процесу прийняття управлінського рішення відповідними ресурсами. У разі їх відсутності, неналежної якості, неповноти або несвоєчасного надходження не можна очікувати якісної управлінської діяльності.

Кожен з етапів прийняття та реалізації управлінських рішень може бути виконаний, якщо вони забезпечені ресурсами. Так, на етапі прийняття управлінського рішення такими ресурсами є інформація та час; етап реалізації управлінського рішення має супроводжуватися витратами матеріальних, трудових, фінансових та часових ресурсів. Одночасно кожен з етапів прийняття та реалізації управлінських рішень має бути забезпечений відповідним інструментарієм, оскільки управлінська діяльність, як і будь-яка інша, має виконуватися з використанням певних інструментів. До таких належать методи, способи, норми, нормативи тощо.

Патологія управління як порушення процесу може виникнути на будь-якому етапі прийняття та реалізації управлінського рішення. Ознаки патології можна виявити в цілому щодо процесу управління, а можна – за окремими етапами процесу прийняття та реалізації управлінських рішень. До ознак патології в цілому щодо процесу управління слід віднести такі:

- присутність на певному рівні управління не властивих цьому рівню етапів управлінських рішень. Так, на рівні топ-менеджменту мають прийматися стратегічні та масштабні реактивні рішення, тоді як поточні рішення з підтримки діяльності підприємства мають прийматися на нижчому рівні;

- репресивний характер управління, при якому найчастіше як мотивування діяльності працівників підприємства використовуються погрози, обіцянки покарання, пониження посади тощо;

- порушення цілісності процесу управління через гетерархічну невідповідність рішень, що приймаються;

- домінування серед управлінських рішень, що приймаються, рішень щодо підтримки діяльності підприємства, які передбачають часті зміни рутинних процедур; адже для таких рішень мають існувати розроблені, погоджені та прийняті до використання процедури, зміни яких мають бути виправданими;

- висока питома вага рішень, які не виконані, виконані з запізненням або не з тим результатом, що очікувався;

- висока питома вага рішень, які не виконані, виконані з запізненням або не з тим результатом, що очікувався, через непогодженість з іншими управлінськими рішеннями;

- відсутність чіткого закріплення управлінських робіт за управлінськими підрозділами, через що виникає дублювання в їх виконанні або невиконання їх;

- складний шлях руху інформації до осіб, що приймають рішення, прийнятого рішення від таких осіб до виконавців;

- констатуючий контроль реалізації прийнятих управлінських рішень замість превентивного, відсутність інструментів поточного контролю.

Представлені ознаки мають загальний характер, тобто вони свідчать про порушення процесу управління підприємством. Для локалізації порушень необхідно звернутися до комплексу ознак, які свідчать про порушення, що мають місце на окремих етапах прийняття управлінських рішень певного характеру, щодо окремих горизонтальних складових та рівнів управління.

Ознаки дають можливість зафіксувати локалізовані порушення в управлінні підприємством, а надалі слід з'ясувати міру, ступінь поразки управління, виявити причини і визначити способи подолання, виправлення процесу управління.

У загальному вигляді причини патології управління криються в управлінській діяльності, яка здійснюється посадовими особами. Саме у цій діяльності спостерігається незбігання етосу управлінської культури на підприємстві з принципами, методами, правилами, нормами, процедурами, які регламентують порядок здійснення управлінських дій, процедуру прийняття та реалізації управлінських рішень. У контексті діяльності підприємства таке незбігання проявляється у неправильному формулюванні цілей та інтересів підприємства, підміні інтересів підприємства власними інтересами посадових осіб, у виборі способів захисту інтересів підприємства, зокрема у виборі таких способів захисту інтересів підприємства, які одночасно спрямовані на захист власних інтересів тощо.

Ступінь поразки управління підприємством може значно різнитися, оскільки порушення в управлінні, що є формою прояву патології управління, мають несистемний і системний характер.

Порушення в управлінні підприємством несистемного характеру мають випадковий характер, не призводять до втрати його властивостей або появи негативних властивостей. Вони, як правило, зумовлені неправильними діями управлінських працівників; неадекватністю цих дій обстановці, що склалася, або завданню, що вирішується. У свою чергу, ця неправильність зумовлена низкою обставин: низькою кваліфікацією управлінських працівників, відсутністю професійного досвіду або здібностей до управління, невмінням управлінських працівників користуватися відповідними управлінськими інструментами, ставити та контролювати завдання тощо. У такому випадку стан системи управління підприємством слід вважати наближеним до нормального, а патологію управління можна усунути у певний термін шляхом корегування (модернізації) відповідної ділянки системи управління або дій управлінського персоналу. Отже, у такому випадку мова йде про тимчасову патологію управління, яку можна подолати, якщо на це є бажання керівництва підприємства, визнання ним існування порушень в управлінні підприємством.

Системні порушення пов'язані зі станом системи управління підприємства, тобто зумовлені властивостями самої системи управління, які, у свою чергу, викликані станом її елементів та характером їх взаємозв'язку. Існують такі порушення необмежено довго, що спричиняє їх перетворення з окремих випадків на процеси, які негативно впливають на управлінську діяльність в цілому. У цьому випадку мова йде про стійку патологію управління. Ліквідувати її можна, але це потребує керівної волі, визнання керівництвом підприємства патології управління, значного часу та таких суттєвих пе-



ретворень у системі управління, які спричиняють її перетворення. Як правило, стійка патологія управління підприємством виявляється при зміні керівної команди, при появі нового керівника, при реорганізації підприємства у формі злиття або поглинання.

Отже, виявлення патології управління підприємством можна визнати складним процесом, який потребує керівної волі, високої кваліфікації спеціалістів, неупередженого погляду, відповідного інструментарію. Навряд таке може забезпечити підприємство за певним винятком. Тому виявлення патології управління підприємством, як правило, доцільно доручати фахівцям з консалтингу певного профілю.

Література: 1. Пригожин А. И. Дезорганизация: причины, виды, преодоление. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 402 с.

Козирєва О. В.

УДК 338.45-230.047

Самойленко В. В.

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ РІВНЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Розвиток промисловості органічно пов'язаний з територіальною трансформацією продуктивних сил, зміною соціальних та екологічних стандартів регіонального устрою. Виходячи з сучасних умов і тенденцій регіонального розвитку економіки України, державна промислова політика ставить за мету забезпечення раціонального використання регіональних ресурсів промислового розвитку, максимальне нівелювання соціальних диспропорцій та підвищення екологічної безпеки умов праці і якості життя населення.

За цих умов особливої актуальності набуває проблема забезпечення населення лікарськими препаратами власного виробництва. Збільшення витрат на розробку і виведення на ринок нових лікарських препаратів, з одного боку, й існуючі обмеження щодо купівельної спроможності населення, які суттєво впливають на цінову політику вітчизняних фармацевтичних підприємств, з іншого, — підвищують необхідність соціально-економічного розвитку фармацевтичної промисловості.

Вирішенню окремих завдань цієї проблеми присвячені роботи багатьох вітчизняних вчених, до яких належать: А. М. Колот, З. М. Мнушко, В. М. Новикова, О. В. Посилкіна, М. М. Слободянюк та ін. [1; 2].

Однак ряд аспектів соціальних завдань економічного розвитку фармацевтичної галузі вимагає подальшого обґрунтування, а саме – дослідження рівня соціально-економічної справедливості за регіонами України.

У наданні якісної медичної та фармацевтичної допомоги в умовах реалізації права кожної людини на охорону здоров'я важлива роль належить створенню соціально-ефективної системи забезпечення населення лікарськими засобами.

Аптечна установа як заклад охорони здоров'я сьогодні, насамперед, має виконувати соціальну функцію. Фармацевтичне підприємство як суб'єкт підприємницької діяльності є економічною складовою національної економіки. Тому організація діяльності аптечних установ та фармацевтичних підприємств підлягає державному регулюванню згідно з фармацевтичним та господарським законодавством: суворо регламентована їх кількість, місце розташування та ін.

Мета даної роботи — дослідження рівня забезпеченості населення регіонів України аптечними закладами та фармацевтичними підприємствами з метою обґрунтування показника соціально-економічної справедливості фармацевтичного забезпечення населення.

Дослідження проводилося на основі статистичних даних регіонального розподілу кількості аптечних закладів та фармацевтичних підприємств. Додатково були використані результати всеукраїнського вибіркового обстеження умов життя сімей, яке здійснюється в Україні з 1999 р. Державним комітетом статистики систематично по всіх регіонах [3 – 5]. Економіко-статистичне моделювання розвитку фармацевтичної промисловості України здійснювалось з використанням методу кластеризації k-середніх.

Враховуючи існуючі у світі принципи розвитку та розміщення аптечної мережі, становило інтерес, з точки зору відповідності кількості аптечних закладів в Україні до міжнародних норм, дослі-

© Козирєва О. В., Самойленко В. В., 2008

дження рівня забезпеченості населення регіонів аптечними закладами. У зв'язку з цим було розраховано відношення кількості аптечних закладів для кожного регіону до загальної кількості цих закладів у країні. Відповідні результати наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Матриця вихідних даних для комплексної оцінки рівня соціально-економічної справедливості забезпечення населення фармацевтичними підприємствами та аптечними закладами за регіонами України (2006 р.)

Регіони (області)	Частка аптечних закладів у регіоні	Частка населення в регіоні	Частка фармацевтичних підприємств у регіоні	Рівень соціальної справедливості (P _{соц})	Рівень економічної справедливості (P _{екон})	Рівень соціально-економічної справедливості (P _{соц-екон})
АР Крим	0,0465	0,0349	0,0222	1,329	0,636	0,845
Вінницька	0,0373	0,0241	0,0111	1,548	0,461	0,713
Волинська	0,0189	0,0114	0	1,654	0,000	0,000
Дніпропетровська	0,0794	0,0745	0,1555	1,065	2,087	2,223
Донецька	0,0894	0,0856	0,0666	1,044	0,778	0,812
Житомирська	0,0264	0,0198	0,0111	1,335	0,561	0,749
Закарпатська	0,0289	0,0174	0	1,66	0,000	0,000
Запорізька	0,047	0,0405	0,0222	1,16	0,548	0,636
Івано-Франківська	0,0305	0,0157	0,0333	1,938	2,116	4,101
Київська	0,0290	0,0224	0,2777	1,296	2,410	3,123
Кіровоградська	0,0251	0,0192	0	1,308	0,000	0,000
Луганська	0,0552	0,0513	0,0444	1,075	0,865	0,930
Львівська	0,0506	0,0334	0,0111	1,513	0,332	0,502
Миколаївська	0,0291	0,0234	0,0222	1,244	0,949	1,181
Одеська	0,0575	0,0445	0,0333	1,291	0,748	0,965
Полтавська	0,0371	0,0293	0,0111	1,266	0,379	0,480
Рівненська	0,0194	0,0111	0	1,747	0,000	0,000
Сумська	0,0262	0,0217	0,0111	1,206	0,511	0,616
Тернопільська	0,0203	0,0109	0,0111	1,867	1,021	1,906
Харківська	0,0634	0,0576	0,1444	1,1	2,505	2,756
Херсонська	0,0265	0,0201	0,0111	1,316	0,551	0,725
Хмельницька	0,0246	0,0158	0	1,558	0,000	0,000
Черкаська	0,0296	0,0214	0,0555	1,385	2,597	3,597
Чернівецька	0,0156	0,0084	0,0222	1,852	2,636	4,881
Чернігівська	0,0205	0,0161	0,0111	1,275	0,690	0,880

Як свідчать дані табл. 1, частка аптечних закладів у регіонах суттєво відрізняється, що свідчить про тісний зв'язок між показниками середнього доходу населення, середніх витрат на купівлю ліків, частки аптек у регіоні та частки міського населення, що потребують подальшого аналізу.

Необхідні для проведення дослідження дані щодо оцінки рівня соціально-економічної справедливості в розподілі фармацевтичних підприємств та аптечних закладів у регіонах наведені в табл. 1.

При цьому рівень соціальної справедливості в розподілі аптечних закладів між регіонами обчислювався за формулою:

$$P_{соц} = \frac{n_i}{v_i}, i = 1, 2, \dots, 25,$$

де n_i — частка аптечних закладів у i -му регіоні;
 v_i — частка населення в i -му регіоні.

Рівень економічної справедливості в розподілі фармацевтичних підприємств між регіонами розраховувався за формулою:

$$P_{екон} = \frac{m_i}{v_i}, i = 1, 2, \dots, 25,$$

де m_i — частка фармацевтичних підприємств у i -му регіоні.

Комплексний показник соціально-економічної справедливості визначався як добуток рівня соціальної та економічної справедливості:

$$P_{соц-екон} = P_{соц} \times P_{екон}$$

При цьому беремо до уваги те, що рівень соціально-економічної справедливості тим вище, чим вище одиниці значення цього показника.



Групування регіонів за розрахованим параметром $P_{\text{соц-екон}}$ проведено з використанням методу кластеризації k-середніх. Результати кластеризації представлені в табл. 2.

Таблиця 2

Кластеризація регіонів за рівнем соціально-економічної справедливості розподілу аптечних закладів та фармацевтичних підприємств

Номер кластера	Кластер	Регіони (області)
I	Задовільний розподіл	Дніпропетровська Івано-Франківська Київська Харківська Черкаська Чернівецька Миколаївська Тернопільська
II	Незадовільний розподіл	АР Крим Вінницька Донецька Житомирська Запорізька Луганська Львівська Одеська Полтавська Сумська Херсонська Чернігівська
III	Вкрай незадовільний розподіл	Волинська Закарпатська Кіровоградська Рівненська Хмельницька

Таким чином, розрахунок відношення аптечних закладів та фармацевтичних підприємств кожного регіону до загальної кількості цих об'єктів в Україні свідчить про нерівномірний розподіл аптечних закладів та фармацевтичних підприємств у регіонах країни, що є негативною тенденцією, яка спостерігається останнім часом.

Аналіз рівня соціально-економічної справедливості в розподілі аптечних закладів та фармацевтичних підприємств у регіоні за допомогою запропонованого показника, свідчить, що у 18 областях спостерігається явна диспропорція між розподілом між часткою населення, та часткою фармацевтичних підприємств і установ.

Враховуючи визначені загальні тенденції у фармацевтичній галузі в Україні, необхідно провести комплекс заходів, спрямованих на поліпшення стану фармацевтичного виробництва та лікарського забезпечення населення відповідно до міжнародних норм GMP, GCP, GPP.

Література: 1. Колот А. М. Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу. Навчальний посібник. – К., 1998. – 224 с. 2. Посилкіна О. В. Інноваційно-інвестиційний розвиток фармацевтичного виробництва: проблеми фінансового забезпечення: Монографія / М-во охорони здоров'я України; Нац. фарм. акад. України. – Харків: Вид. НФАУ: Золоті сторінки, 2002. – 528 с. 3. Вибіркове обстеження умов життя домогосподарств України. Зб. стат. даних. — К.: Держкомстат. 1999 – 2006. 4. Методологічні положення зі статистики. Державний комітет статистики України. – К.: ЗАТ "Август", 2005. – 552 с. 5. Стан здоров'я населення (за даними вибіркового опитування сімей): Статистичн. зб. – К.: Держкомстат, 2002 – 2007.

Котлярова В. Г.

УДК 657.422

ОБОСНОВАНИЕ РАЗМЕРА ОБМЕННОГО ФОНДА КАК ИНСТРУМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ

Производственные запасы на предприятии являются неотъемлемым элементом производства, способствующим безостановочному производству.

Вопросам управления запасами посвящены исследования многих авторов [1; 2]. Но в этих работах рассматривается управление такими элементами производственных запасов, как сырье и

© Котлярова В. Г., 2008

основные материалы. Это объясняется тем, что обычно в структуре производственных запасов эти элементы занимают наибольший удельный вес: 50-80% в зависимости от специфики производства. Такие элементы, как вспомогательные материалы и запчасти, занимают обычно 7-10%. Но в денежном выражении это может составлять десятки миллионов гривен. Поэтому управление запасами вспомогательных материалов и запчастей имеет также большое значение.

Особый интерес в структуре вспомогательных материалов вызывают запчасти: с одной стороны они являются элементом производственных запасов, стоимость которых списывается в момент передачи в производство; с другой стороны – запчасти могут использоваться многократно, что вызывает проблемы их учета.

Цель статьи – обоснование необходимости формирования обменного фонда запчастей и установления нормативов его образования.

В данной статье вопрос формирования обменного фонда рассматривается на примере коксохимических предприятий Украины.

На складах исследуемых предприятий скапливаются большие запасы запасных частей. По ряду позиций запчастей движение по складу не происходит годами.

Такая ситуация объясняется тем, что коксохимия является непрерывным производством с ограниченными возможностями по остановке производства. Поэтому механики цехов, которые несут ответственность за исправную работу оборудования и предотвращение аварийных ситуаций, заказывают "на всякий случай" службам материально-технического снабжения всю номенклатуру запасных частей.

В то же время, многие запчасти поддаются ремонту, то есть восстановлению первоначальных функциональных свойств. К таким запчастям, например, относятся: приводной и натяжной барабаны, роликкоопоры, насосы, двигатели и др. Удельный вес запчастей, которые можно использовать многократно, на коксохимических предприятиях достигает 30-40% от всех используемых запчастей. Соответственно, потребность в новых запчастях может быть снижена на те же 30-40%. Однако, как показал анализ на коксохимических предприятиях, учет этих запчастей не ведется и потребность в них покрывается за счет приобретения новых.

Отсутствие учета таких запчастей объясняется тем, что учет и движение запчастей на заводах организован только с целью их бухгалтерского учета. В бухгалтерском учете согласно [3] запчасти относятся к производственным запасам, и их стоимость списывается в момент передачи в производство. Поэтому на практике возникает проблема организации стоимостного и количественного учета: когда запасная часть приходит в негодность и ее передают в ремонт, как объект учета она уже отсутствует, тогда как затраты по ее восстановлению учитываются в составе производственных затрат.

С целью учета запчастей, которые повторно могут быть использованы в производстве, предлагается создать на предприятиях обменный фонд. Под обменным фондом понимаются [4] материальные оборотные активы, используемые в качестве запасных частей, узлов и деталей к производственному оборудованию, которые могут быть использованы многократно (при условии их восстановления, реставрации).

Аналитический учет запасных частей и деталей обменного фонда необходимо вести на складе главного механика по однородным группам, а внутри этих групп по степени пригодности к эксплуатации.

По степени пригодности к эксплуатации обменный фонд подразделяется на три группы:
пригодные к эксплуатации;
находящиеся на складе и подлежащие восстановлению;
находящиеся в ремонте.

Оценка материальных ценностей, входящих в обменный фонд, производится следующим образом:

покупные детали и запчасти оцениваются по первоначальной стоимости; при этом транспортно-заготовительные расходы (ТЗР) учитываются в принятом на предприятии порядке;
детали и запчасти, изготовленные собственными силами, – по производственной себестоимости изготовления;
восстановленные детали и запчасти – по себестоимости их восстановления.

Детали и запасные части, подлежащие восстановлению, учитываются на складе только в количественном выражении.

В процессе работы кладовые обменивают на складе негодные, изношенные детали и запчасти на годные (штука за штуку).

Сдача на склад и выписка со склада деталей и запчастей оформляется первичными документами установленного образца.

Списание на производство производится по стоимости, по которой запчасти числятся в складском учете.

По поступившим на склад изношенным деталям и запчастям, составляется заказ на их восстановление в порядке, принятом на предприятии.

При нецелесообразности дальнейшего восстановления изношенной детали (запчасти):

- а) цех в установленном порядке получает на складе новую деталь (запчасть);
- б) изношенная (не подлежащая восстановлению) деталь (запчасть) в установленном порядке сдается в металлолом;
- в) склад дает заявку на приобретение (изготовление собственными силами) новой детали (запчасти) для пополнения обменного фонда.



Формирование обменного фонда должно производиться в соответствии с разработанными нормативами.

Определение норматива запасных частей на складах основных производственных цехов предлагается проводить вероятностным методом. Вероятность отказа оборудования не должна превышать некоторого максимального уровня значимости:

$$P_{отк} \leq P_{зн} \quad (1)$$

где $P_{отк}$ – вероятность отказа;
 $P_{зн}$ – максимальный уровень значимости.

Учитывая, что коксохимическое предприятие представляет собой сложный хозяйственный и технологический комплекс с разветвленной структурой материальных потоков и технологических связей, нарушение устойчивой работы которого из-за отказов оборудования влечет за собой значительные материальные потери, уровень значимости вероятности отказа должен быть принят на достаточно низком уровне 0,01, что соответствует вероятности безотказной работы предприятия 99%.

При наличии на складе цеха запасных частей вероятность отказа оборудования в целом по цеху снижается. При наличии запасных частей определенного вида отказ оборудования, приводящий к остановке производства в цехе, произойдет, если последовательно выйдут из строя не только детали, установленные на работающем оборудовании, но и устанавливаемые взамен них при первичных отказах детали, взятые со склада. Последовательные отказы являются событиями, независимыми друг от друга, поэтому к ним применимо правило перемножения вероятностей, то есть:

$$P_{отк} = (p')^n, \quad (2)$$

где p' – вероятность единичного отказа;
 n – количество запасных частей определенного вида.

Последняя величина за какой-либо период времени может быть выражена через продолжительность этого периода и вероятность отказа детали в единицу времени:

$$P' = p_o \times t, \quad (3)$$

где t – период времени;
 p_o – единица времени.

Приняв в качестве единицы времени сутки, можно выразить вероятность отказа в единицу времени через общее количество отказов однотипных деталей в год N :

$$p_o = \frac{N}{365}, \quad (4)$$

где N – общее количество отказов однотипных деталей в год.

Продолжительность периода t целесообразно в данном случае принять равным максимальной длительности перерыва в работе центральных заводских складов. Во время совпадения выходных и праздничных дней (например, в 2006 году с 1 по 4 мая включительно) и с учетом режима короткого дня работы в предпраздничный день и открытия склада в утреннюю смену 5 мая длительность периода t может быть принята равной 5 суток. Тогда вероятность отказа p' может быть записана как:

$$p' = \frac{5N}{365} = 0,0137N. \quad (5)$$

С учетом всего вышеизложенного можно записать:

$$P_{отк} = (p')^n = (0,0137N)^n \leq P_{зн} = 0,01 \quad (6)$$

или

$$(0,0137N)^n \leq 0,01. \quad (7)$$

Для разрешения данного неравенства относительно n необходимо прологарифмировать его, для удобства дальнейших расчетов взяв в качестве основания логарифма число 10:

$$n \lg(0,0137N) \leq \lg 0,01 = -2. \quad (8)$$

Выражения под знаками логарифма представляют собой вероятности, следовательно, находятся в пределах от 0 до 1, то есть их логарифмы всегда будут отрицательными величинами. Поэтому, разделив обе части приведенного неравенства на отрицательную величину $\lg(0,0137N)$, меняем тем самым его знак на противоположный:

$$n \geq \frac{-2}{\lg(0,0137N)}. \quad (9)$$

И числитель, и знаменатель этой дроби представляют собой отрицательные величины, поэтому их частное будет величиной положительной.

Полученное выражение позволяет принять в качестве рекомендуемого норматива запасных частей на складах основных производственных цехов наименьшее целое число, удовлетворяющее последнему неравенству.

Таким образом, формирование обменного фонда запчастей в соответствии с нормативами снизит потребность предприятия в денежных средствах.

Литература: 1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент: Учебный курс. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2001. – 528 с. 2. Ван Хорн. Основы финансового менеджмента / Ван Хорн, К. Джеймс, Джон М. Вахович мл.; [Пер. с англ. – 11-е изд. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2001. – 992 с. 3. Положение (стандарт) бухгалтерского учета 9 "Запасы". Утвержден приказом Министерства финансов Украины от 20 октября 1999 г. №246, зарегистрировано в Министерстве юстиции Украины 2 ноября 1999 г. за №751/4044 // www.liga.net.ua. 4. Положение по бухгалтерскому учету малоценных и быстроизнашивающихся предметов. Письмо Министерства финансов СССР от 18 октября 1979 г. №166 // www.liga.net.ua.

УДК 339.94:659.1

Кошонько О. В.

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Перехід до ринкової економіки, що супроводжується децентралізацією управління, суттєво змінює ставлення підприємств до науково-технічного розвитку. Висока якість продукції, що випускається, зменшення затрат і збільшення гнучкості реагування на поведінку споживачів – необхідні умови успіху в умовах конкуренції на ринку, через те маркетинг зовнішньоекономічної діяльності стає одним з головних факторів успіху, а управління ним має стати цілеспрямованим та гнучким, здатним перебороти масу протиріч і чутливо сприймати нове.

Проблемами дослідження застосування маркетингу в системі управління ринковою діяльністю підприємства присвячена велика кількість наукових робіт як зарубіжних вчених, так і вітчизняних, а саме: Й. Шумпеттера, Ж.-Ж. Ламбера, Ч. Макмиллана, Е. Демінга, А. Фейгенбаума, С. Фомічова, А. Амоші, Г. Оганяна, В. Кулішова, А. Кредисова, В. Наумова, Ю. Макогона, В. Геєця та ін.

Метою статті є обґрунтування необхідності використання елементів маркетингу на промислових підприємствах у контексті розвитку міжнародних відносин та зовнішньоекономічної діяльності.

У процесі розвитку міжнародних відносин для ефективної діяльності підприємств машинобудування особливої уваги заслуговує використання елементів маркетингу в їх практичній діяльності. Так, маркетингова діяльність повинна забезпечити: інформацію про зовнішні умови функціонування підприємства, тобто надійну, достовірну і своєчасну інформацію про ринок, структуру і динаміку конкретного попиту, смаки і вподобання покупців; створення товарів, які найбільш повно задовольняють вимоги ринку; необхідний вплив на споживача, попит, ринок для забезпечення максимально можливого контролю над сферою реалізації. Якщо маркетингова діяльність замикається на завданнях вирішення поточного ринкового попиту, то вона втрачає свої переваги. У сучасних умовах виняткового значення при виході підприємства на зовнішні ринки набувають якість продукції, що випускається, і здійснюваний контроль за нею, а також реалізація заходів щодо організації збуту, технічного обслуговування після продажу, надання послуг, проведення рекламних кампаній. Досягнення в результаті цих заходів поставлених цілей, тобто одержання максимального і стійкого прибутку, проникнення на нові ринки або закріплення на існуючому ринку, і є головним критерієм оцінювання маркетингової діяльності.

Щоб належним чином функціонувати в умовах маркетингу, необхідно одержувати адекватну інформацію до і після прийняття рішень. Існує безліч причин, у силу яких маркетингова інформація повинна збиратися при розробці, реалізації і перегляді маркетингового плану фірми або яких-небудь його елементів [1; 2].

Достовірна інформація дозволяє маркетологам: одержувати конкретні переваги, знижувати фінансовий ризик і небезпеки поразки; визначати відношення споживачів; стежити за зовнішнім середовищем; координувати стратегію; оцінювати діяльність; підвищувати довіру до реклами; одержувати підтримку в рішеннях; поліпшувати ефективність.

© Кошонько О. В., 2008



Маркетингові дослідження треба розглядати як частину постійно діючого інтегрованого інформаційного процесу. Необхідно, щоб на підприємстві була розроблена і використовувалась система постійного спостереження за навколишнім середовищем і збереженням даних для того, щоб вони могли аналізуватися в майбутньому. Маркетингову інформаційну систему можна визначити як сукупність процедур і методів, розроблених для створення, аналізу і поширення інформації для маркетингових рішень, що збираються на регулярній постійній основі.

Важливою сферою, якій поки на підприємстві не приділяли необхідної уваги, є маркетингові дослідження, аналіз зовнішнього середовища [1]. Основними завданнями, які в першу чергу необхідно вирішити в цьому напрямку, є:

- дослідження факторів, що зумовлюють динаміку та структуру споживчого попиту на продукцію підприємства, кон'юнктури ринку;
- вивчення попиту на продукцію підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- аналіз об'ємів поставки, технічного рівня та якості конкурентної продукції, її переваги та недоліки порівняно з продукцією даного підприємства;
- існування нових ринків збуту та нових споживачів продукції, що виробляється підприємством;
- виявлення передових тенденцій у світовому виробництві продукції за профілем підприємства;
- виявлення системи взаємозв'язків між різними факторами, що впливають на стан ринку та об'єми продажу;
- аналіз конкурентоспроможності продукції підприємства, співставлення її споживчих якостей, ціни, виробничих затрат з аналогічними показниками продукції конкурентів, що випускаються іншими підприємствами;
- розробка на основі вивчення кон'юнктури та ємкості ринку прогнозів з платоспроможного попиту на нову продукцію та продукцію, що серійно випускається;
- розрахунок ємкості ринку для продукції підприємства;
- збір, систематизація та аналіз усієї комерційно-економічної інформації з кон'юнктури потенційних ринків збуту продукції підприємства;
- визначення питомої ваги продукції основних конкурентів у загальному об'ємі збуту на даному ринку;
- аналіз сильних та слабких сторін продукції конкурентів.

Управляти маркетингом на підприємствах значно простіше, якщо створити служби збирання інформації, проведення досліджень ринку, організації реклами, збутових операцій та обслуговування так, щоб забезпечити максимум ефекту (прибутковості, обсягу продажу і т. д.) при оптимальних витратах на маркетинг. Найбільш поширені такі структури: функціональної орієнтації, товарної орієнтації, регіональної орієнтації, сегментної орієнтації. Дані маркетингові структури зображені на рисунку в узагальненому вигляді.

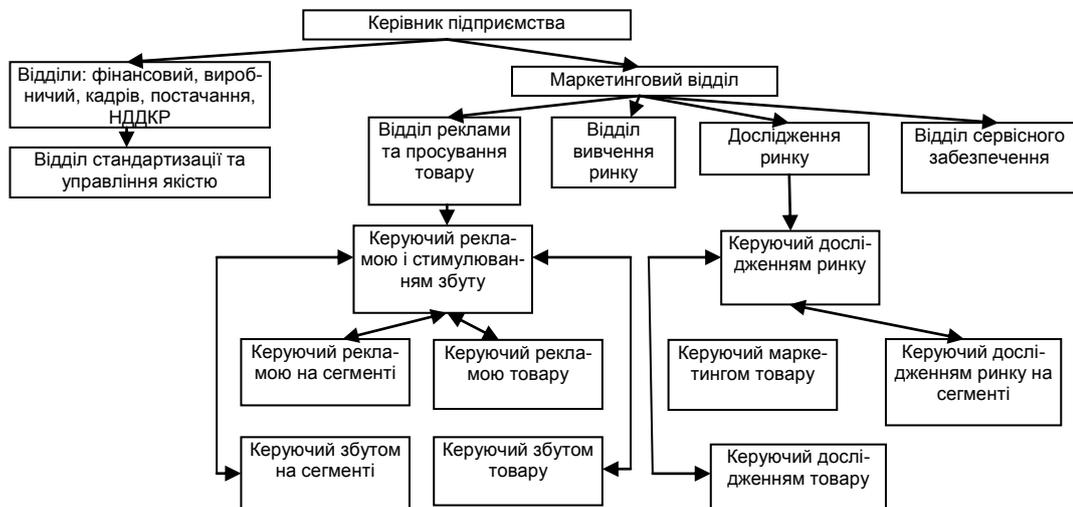


Рис. Узагальнена схема маркетингової структури на підприємстві

Дуже складною є проблема одержання інформації про конкурентів, клієнтів, торгових посередників. Частина цієї інформації (про клієнтів і посередників) може бути отримана в результаті добровільного обміну інформацією між зацікавленими учасниками каналу товарообігу. Зараз автоматизується документообіг підприємства. Робота будується за звичною користувачу технологією обробки документів. Документи автоматично передаються від одного виконавця до іншого або на підпис керівнику, при цьому зводиться до нуля можливість неправильної адресації, забування або втрати документів. Система контролює терміни виконання робіт і видає нагадування відповідальним виконавцям.

Основа для впровадження маркетингових систем на підприємствах існує, але цим процесом потрібно управляти. Необхідно на кожному вітчизняному підприємстві впроваджувати інформаційні технології, які повинні мати високий рівень гнучкості. Вони можуть бути централізованими, а також здійснюватися всередині стратегічних підрозділів і навіть невеликих відділів. На великих підприємствах найбільша ефективність застосування процесів автоматизації досягається в тому випадку, коли вони охоплюють і об'єднують всі рівні управління [3]. Управління ними повинно проводитися та-

ким чином, щоб їх інтеграція з існуючими функціями була максимально простою і щоб вони органічно узгоджувалися з іншими управлінськими процесами.

Причини, що спонукають підприємства впроваджувати інформаційні маркетингові технології задля автоматизації виробничого процесу, зручно поділити на дві групи: економія затрат або приріст вартості. Інформаційні технології, що економлять затрати, використовуються для підвищення виробничої продуктивності повсякденних робіт або для усунення їх повторного проведення. Інформаційні технології, що забезпечують приріст вартості, – це системи, які підвищують ефективність управління, а не продуктивність виробничої діяльності організації. Засоби підтримки інформаційних технологій, які допомагають працівникам сфери менеджменту виконувати їх роботу, повинні мати широкі функціональні можливості та бути придатними для тривалого використання.

Для інформаційних маркетингових систем необхідним є відповідність стандартам: міжнародним, державним, промисловим та фактично діючим; сумісність з іншими системами; універсальність, тобто, можливість з мінімальними витратами перенести робочий програмний продукт на нову технічну платформу, в іншу операційну систему; масштабованість – можливість тільки за рахунок використання потужних технічних засобів підвищувати продуктивність системи без її суттєвих доробок. Такі вимоги були розроблені, а системи, в яких вони виконуються, прийнято називати відкритими. Виконання стандартів відкритих систем дозволяє скоротити витрати експлуатації і модернізації систем, підвищити якість розробок.

Перераховані вимоги відкритих маркетингових систем показують, що відкриту систему не можна купити – її потрібно створювати, використовуючи відповідні стандарти і прогнозуючи їх розвиток. Впровадження автоматизованої інформаційної системи маркетингу дозволяє скоротити витрати на робочу силу знижуючи потребу в ній, а отже, й підвищити продуктивність праці. Тобто робочий час і витрати на оплату праці з надання послуг будуть менше цих же показників при використанні старого підходу. Економічний ефект одержується також від надання послуг через мережу Інтернет з використанням мережного маркетингу.

Таким чином, впровадження інформаційної маркетингової системи зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств відкриє нові можливості для ефективного вирішення основних завдань промисловості. Експлуатація системи дозволить будь-якому підприємству реалізувати програми ресурсозбереження шляхом зниження експлуатаційних витрат на утримання систем зв'язку, зниження енергоспоживання, уникнути пікових навантажень, збільшити продуктивність праці, поліпшити якість продукції та робіт, підвищити кваліфікацію працівників. Усе це визначає актуальність застосування інформаційних маркетингових технологій в умовах розвитку конкуренції виходу на зовнішні ринки та покращання зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Доцільність автоматизації зовнішньоекономічного маркетингу на підприємстві пов'язана зі складністю та різноманітністю завдань, що вирішуються, необхідністю отримання узагальнюючих характеристик з усього кола показників, можливістю застосування засобів моделювання економічних процесів, обробки і врахування експертних оцінок ринкових ситуацій для прогнозування і планування маркетингової діяльності, оперативного одержання звітної та аналітичної інформації, графічного відображення отриманих результатів, розрахунків.

Література: 1. Котлер Ф. Основи маркетинга / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с. 2. Пахмутова Г. С. Алгоритм сегментации рынка и отбора целевых сегментов // Маркетинг. – №1 (86). – 2006. – С. 44 – 57. 3. Лошак Т. В. Автоматизоване управління виробництвом багатоасортиментної продукції молокозаводу Автореф. дис... канд. техн. наук. – К.: Укр. держ. ун-т харч. технологій, 2002. – 16 с.

УДК 658

Кракос Ю. Б.

Коротченко Н. О.

ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЯК МЕТОД ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Проблема адекватної оцінки стану підприємства в умовах нестабільної ринкової економіки є однією з найважливіших для українського бізнесу. Існуючі традиційні методи охоплюють лише окремі сфери діяльності, не враховуючи всіх її спектрів, що призводить до гальмування розвитку, нерационального використання ресурсів, зниження інвестиційної привабливості, а також зниження ефективності діяльності підприємства в цілому. Це обумовлює виникнення потреби створення системи оцінки діяльності, яка б поєднала та узагальнила існуючі методи і зробила характеристику бізнес-процесів відповідною до дійсності, простою та коректною.

© Кракос Ю. Б., Коротченко Н. О., 2008



Збалансована система показників (ЗСП) є новою для України та успішно використовується у практиці західних і європейських економістів. У класичному вигляді ЗСП становить трансформацію стратегічних цілей компанії у зв'язану схему елементів, що враховують фінансові цілі підприємства, клієнтську складову, бізнес-процеси та чинники мотивації, навички та знання персоналу. За допомогою цієї системи можна не лише забезпечити стрімке зростання й успішне функціонування підприємства, але й адекватно охарактеризувати його ефективність.

Торгівля на сьогодні є одним з найпривабливіших для інвестицій сектором економіки України. В умовах швидкого розвитку мережі торгівлі, що посилює конкуренцію торговельних підприємств, здатність до виживання мають лише ті з них, які своєчасно зможуть реагувати на динаміку товарного ринку. Торгівельна галузь стрімко розвивається і активно функціонує, якщо у 2000 р. темпи зростання обсягів роздрібного товарообороту підприємств склали 109,2%, то в 2007 р. – 127% [1]. Це обумовлює необхідність правильної характеристики діяльності торговельних підприємств, їх ефективності і прибутковості, завдяки чому можливе розширення галузі, її всебічне фінансування і, як наслідок, збільшення статків країни взагалі. Слід зауважити, що для оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств недостатньо лише аналізу статистичної інформації та фінансового аналізу звітності. В умовах бурхливої та нестабільної ринкової економіки України існує безліч проблем, що заважають адекватно провести характеристику діяльності торговельного підприємства. До них відносяться [2]: некеровані інфляційні процеси; нестабільність національної валюти; нестабільна політична ситуація в країні; неповнота, неоднозначність і суперечливість чинної нормативно-правової бази; відсутність розвиненої ринкової інфраструктури на загальнонаціональному, регіональному та місцевому рівні; недостатнє інформаційне та консультативне забезпечення малого бізнесу; відсутність комплексного підходу до оцінки; великий відсоток прихованих доходів.

Проблемам створення збалансованої системи показників і оцінки ефективності присвячені роботи таких вчених: Д. Нортон, Р. Каплана, І. Котельникова, О. Г. Мусієва, Марка Г. Скота, М. Мейсела, К. Адамса, Д. Робертса, В. Марціна, Пола Р. Нівена та ін. Проте, усе ще існує досить широке коло проблем, пов'язаних з дослідженням ефективності діяльності ЗСП.

Метою дослідження є таке коло питань:

надання узагальненої характеристики існуючих систем збалансованих показників;

розробка збалансованої системи показників для торговельних підприємств України;

створення адекватної системи оцінки ефективності діяльності торговельних підприємств за допомогою збалансованої системи показників.

Збалансована система показників (ЗСП) – інструмент, що націлює компанію на стратегію довгострокового успіху, який переводить бачення компанії та її стратегій у набір взаємозалежних збалансованих показників, що оцінюють критичні фактори не тільки поточного, але і майбутнього розвитку організації [3]. Методика ЗСП призначена для підвищення ефективності управління підприємством за рахунок застосування оптимального набору індикаторів діяльності компанії. Збалансована система показників містить у собі як фінансові показники оцінки результатів діяльності, так і враховує важливість показників не фінансового характеру.

Авторами адаптовано збалансовану систему показників для українських торговельних підприємств та апробовано на торговельному підприємстві ПП "К-інструмент" (м. Харків, торгівля електронінструментом). На рис.1 зображено сегментацію харківського ринку продажу електронінструменту. Як можна побачити, провідне положення у місті Харкові займають три фірми: ХФ ЗАТ "Альцест", ПП "К-інструмент" та ТОВ "Інтер-інструмент".

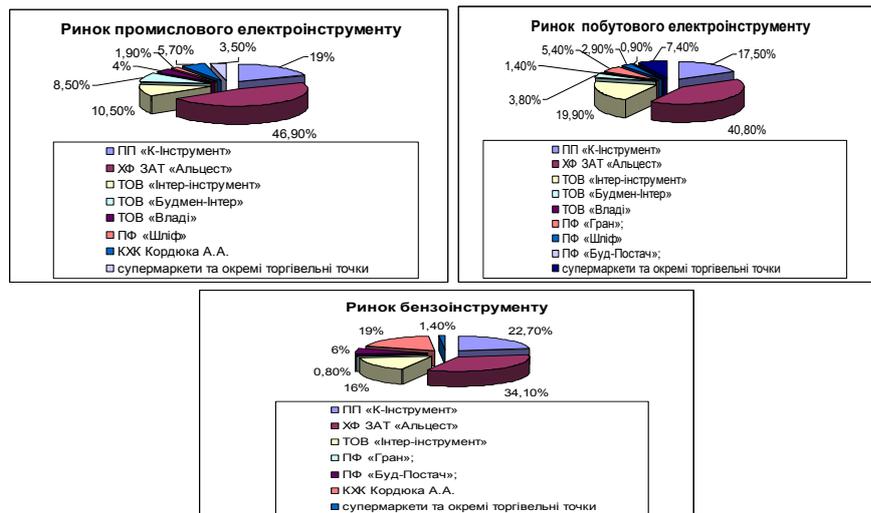


Рис. 1. Сегментація ринку продажу електронінструменту (м. Харків)

У результаті проведеного фінансового аналізу основних представників галузі торгівлі електричним інструментом Харківської області виявлені такі характерні риси і проблемні моменти у їх функціонуванні: легка структура активів; низька роль запозиченого капіталу; брак грошової готівки; високі показники рентабельності; необхідність реструктуризації дебіторської та кредитор-

своїєї заборгованості; абсолютна фінансова стійкість підприємств; невідповідність поточних активів та поточних зобов'язань; проблеми у фінансуванні поточних зобов'язань.

Існуючі проблемні моменти у діяльності підприємств запропоновано ліквідувати за допомогою впровадження на них збалансованої системи показників як альтернативної системи управління.

Запропонована ЗСП складається з чотирьох аспектів, у рамках яких виділені ключові показники діяльності: "фінанси" (показники: рентабельність продажу, обіговість оборотних активів, грошова платоспроможність); "клієнти" (показники: прогноз збуту на наступний рік, місткість ринку, кількість нових замовлень, маржа прибутку); "персонал" (показники: продуктивність праці, коефіцієнт кваліфікованості персоналу, коефіцієнт поточності кадрів, коефіцієнт стабільності); "стратегічний розвиток" (показники: відсоток робітників, які пройшли підвищення кваліфікації, середній обсяг витрат на розвиток одного співробітника, розвинені стратегічні можливості).

У рамках кожного з аспектів діяльності встановлюються норми для показників, а також розробляються ініціативи діяльності (табл.1).

Таблиця 1

Взаємозв'язок цілей та ініціатив на торговельному підприємстві

Ініціативи / Цілі	Програма партнерства	Реорганізація ремонтної служби	Проведення ефективної кредитної політики	Порівняння з еталоном
Збільшення прибутку			•	•
Збільшення оборотності активів		•	•	
Зменшення витрат		•		•
Збільшення та збереження клієнтської бази	•			
Приваблення клієнтів	•		•	
Збільшення задоволення клієнтів	•			•
Своєчасне виконання замовлень	•			•
Підвищення якості обслуговування	•	•		
Оптимізація запасів на складі		•		•
Своєчасність розрахунку				•
Чітке планування проектів	•		•	
Підвищення кваліфікації персоналу		•		

Запропонований алгоритм оцінки ефективності за допомогою ЗСП наведений на рис. 2.

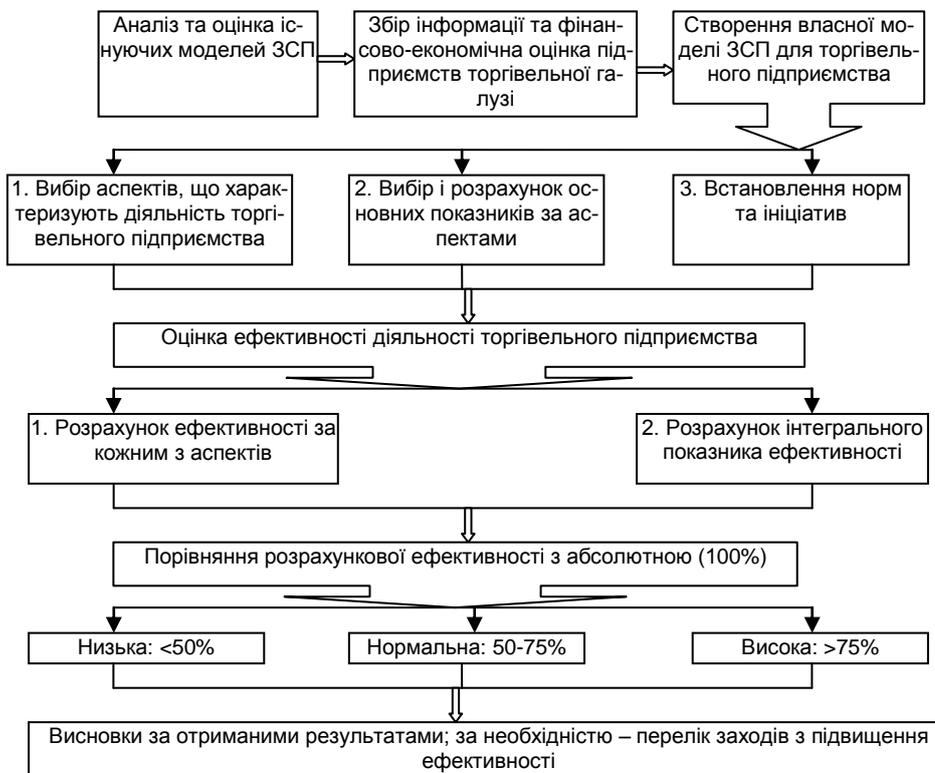


Рис. 2. Схема оцінки ефективності за допомогою ЗСП

Для кожної норми та показника розробляється ініціатива у кількісному вираженні, за допомогою якої можна робити висновки щодо результативності і ефективності системи (табл. 2). Норми базуються на середньостатистичній інформації про показники за галуззю.

Встановлення норм та ініціатив для показників ЗСП ПФ "К-Інструмент"

Аспект / показник	Значення	Норма	Ініціатива
1. Фінанси			
Рентабельність продажу, %	5,2	20	збільшення до 20
Обіговість оборотних активів	4,11	4	підтримання на такому ж рівні
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,4	0,8	зниження до 0,8
Грошова платоспроможність	0,014	0,2-0,5	збільшення до 0,2
2. Клієнти			
Прогноз збуту на наступний рік, грн	3443,3	3443,3	дотримуватись норми
Частка підприємства на ринку, %	35	40	максимально збільшити
Кількість нових замовлень, шт.	47	20-50	>50
Маржа прибутку, %	4,3	10	збільшити до 10
3. Персонал			
Продуктивність праці, грн/люд.	173,6	150	підтримувати на цьому рівні
Коефіцієнт кваліфікованості персоналу	0,5	[0,5-0,7]	підвищити до 0,7
Коефіцієнт поточності кадрів	0,25	[0,4-0]	підтримувати на цьому рівні
Коефіцієнт стабільності	0,75	(0,7-1)	підтримувати на цьому рівні
4. Стратегічний розвиток			
Відсоток робітників, які пройшли підвищення кваліфікації	37,5%	50%	підвищити до 50%
Середній обсяг витрат на розвиток одного співробітника, грн	1250	1500	підвищити до 1500
Розвинені стратегічні можливості, %	30	40	підвищити до 40

Оцінку ефективності підприємств торгівлі можна здійснювати, базуючись на створеній збалансованій системі показників. Внаслідок того, що ефективність є комплексним показником, для її обчислення можливо використовувати інтегральний показник (1):

$$E_{\text{інт}} = \sum_{i=1}^4 E_{\text{асп}i} / 4, \quad (1)$$

де $E_{\text{інт}}$ – інтегральний показник ефективності;

$E_{\text{асп}i}$ – ефективність кожного з аспектів діяльності підприємства, яка розраховується таким чином:

$$E_{\text{асп}i} = \sum_{j=1}^n K_j X_j / q, \quad (2)$$

де j – кожний з розглянутих показників ефективності;

K_j – вагове значення j -го показника ефективності;

X_j – кількісна оцінка показника;

q – кількість градацій єдиної шкали;

n – кількість показників ефективності.

Вагове значення кожного з показників ефективності обчислюється за допомогою застосування методу експертних оцінок кожного з показників аспекту і підрахування окремої та загальної суми балів за кожним з показників й аспектів. Як градація єдиної шкали застосовується метод приведення всіх показників збалансованої системи до загальної бальної одиниці вимірювання. У даній методиці використовується п'ятибальна шкала, однак можливі різноманітні варіації залежно від умов та цілей оцінювання діяльності. Таким чином, ефективність роботи ПП "К-Інструмент" є середнім арифметичним значенням ефективностей кожного з аспекту діяльності; вона дорівнює 78,49%. За запропонованою градацією ефективність роботи підприємства "К-Інструмент" є високою; обчислена ефективність є реальною характеристикою його діяльності.

У рамках проведеного дослідження було виявлено основні проблемні моменти функціонування торговельних підприємств України. Удосконалено поняття збалансованої системи показників, надано їй узагальнену характеристику та здійснено адаптацію до умов функціонування українських фірм в умовах нестабільної економіки.

Розроблено власну модель ЗСП для торговельного підприємства, яка включає у себе такі аспекти: фінанси; клієнти; персонал; стратегічний розвиток. На базі збалансованої системи запропоновано здійснювати оцінку ефективності за допомогою інтегрального показника ефективності, яка є адекватною, коректною та задовольняє вимоги, що виникають у керівників фірм у наш час. Створення такої системи оцінки ефективності значно полегшує управління бізнесом, дає можливість використати весь існуючий потенціал фірми, зменшити ризик і підвищити економічний ефект діяльності.

Література: 1. www.ukrstat.gov.ua. 2. Марцин В. С. Трансформація функцій торгівлі в діяльності ринкових структур // Фінанси України. – 2003. – №11. – С. 36 – 42. 3. Каплан Роберт С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон. – М.: Олимп, 2004. – 344 с.

ОЦІНКА АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

В умовах становлення транзитивної економіки України відбуваються кардинальні перетворення — вони стосуються суспільного устрою держави, принципів організації виробництва, методологічних засад регулювання суспільних відносин. За умов досить невеликого інвестиційного вибору слід давати пріоритети тим напрямкам розвитку підприємств, які будуть сприяти отриманню найбільш значущих результатів. У цьому сенсі постає питання вибору таких напрямків. У літературних джерелах не повно висвітлено це питання, тому автором здійснена спроба виділити перелік показників та здійснити їх ранжування [1; 2]. Сьогодні є вельми актуальним процес адаптації підприємств до умов транзитивної економіки.

Проблеми адаптації в економіці висвітлюються в роботах таких авторів: В. М. Гейця, В. М. Гриньової, В. А. Забродського, Т. С. Клебанової, М. О. Кизима, В. С. Пономаренка, А. М. Тридіда та інших, які розглядають сутність суперечності умов транзитивної економіки, її соціальні наслідки [1 – 6].

На думку автора, адаптаційні процеси в транзитивній економіці сприятимуть досягненню позитивних результатів у менеджменті підприємств та економіці країни, які вплинуть на поліпшення соціального становища.

Метою дослідження було обрано визначення найбільш значущих чинників, що впливають на адаптацію підприємства із застосуванням методів експертних оцінок та на взаємозв'язок адаптації підприємства з економічним розвитком країни.

Зробивши аналіз статистичних даних економіки України за декілька років, можна зробити такі висновки. Починаючи з травня 2006 р., протягом декількох місяців відбувається прискорене поліпшення кон'юнктури [7]. Зіставляючи динаміку кон'юнктури попиту і пропозиції, бачимо, що визначальною для кон'юнктури економіки є кон'юнктура попиту. У 2005 – 2007 рр. вона компенсувала негативний вплив на промислове виробництво, подорожчання енергоносіїв і ревальвації гривні. Тісний статистичний зв'язок між промисловим виробництвом і макропоказником кон'юнктури економіки дає можливість використати його для прогнозу динаміки промислового виробництва і ділової активності в 2008 та 2009 роках.

Із достатньо високим рівнем вірогідності можна передбачити, що в 2009 р. зміниться позитивна тенденція зростання промислового виробництва і ВВП [2; 7]. Аналіз показав, що спад темпів поліпшення кон'юнктури відбувається поступово, без різких "обвалів". Тому навіть за погіршення кон'юнктури в першому півріччі поточного року позитивний тренд збережеться, оскільки наприкінці 2007 р. і на початку 2008 р. було зафіксовано великі прирости. У грудні 2007 р. кон'юнктура економіки поліпшилась на 9 пунктів, попиту — на 16 пунктів, промислове виробництво зросло на 12%, експорт товарів — на 17%. У січні 2008 р. промислове виробництво порівняно з аналогічним періодом минулого року зросло ще на 16% [7].

Хоча проведений аналіз показав незначний статистичний зв'язок між вартістю енергоносіїв та темпами промислового виробництва, треба брати до уваги, що протягом 2005 – 2007 рр. це зростання відбувалось відносно невеликими темпами. У випадку різкого, шокового підвищення цін на енергоносії реакція промислового виробництва може бути зовсім іншою. Щодо першого півріччя 2008 р., то позитивним моментом є відносно тепла зима і відповідне накопичення запасів енергоносіїв, що зменшує напругу на енергоринках.

Серед галузей обробної промисловості найбільшими споживачами енергоносіїв, зокрема електроенергії і природного газу, є металургійне і хімічне виробництва. Особливо залежна від енергоносіїв хімічна галузь: дослідженнями встановлено тісний статистичний зв'язок між підвищенням цін на електроенергію і газ та скороченням хімічного виробництва. При цьому аналогічний зв'язок щодо металургії був значно слабшим [2].

Динаміка розвитку економіки України в 2008 р. буде формуватися в умовах чергового підвищення ціни на газ (до 179,5 дол.) і високого рівня середньорічних цін на нафту на світових ринках (більшість експертів прогнозують не менше 80 – 85 дол. за барель у середньому за рік). Крім того, на економічний розвиток України цього року буде впливати її вступ у ВТО, підвищення розмірів державних соціальних стандартів, проведення грошових компенсаційних виплат громадянам за знеціненими грошовими заощадженнями і збереження високої інвестиційної активності. У 2008 р. основним фактором зростання економіки буде розширення споживчого попиту домогосподарств. Зростання реальної середньомісячної заробітної плати на 14,5% буде обумовлене підвищенням розміру мінімальної заробітної плати до 90,4% від розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб і впровадженням з 1 листопада третього етапу єдиної тарифної сітки. Зростанню доходів населення також буде сприяти збільшення соціальних виплат і допомоги, а також компенсація втрат громадян від знецінювання грошових заощаджень у грошовій формі. В умовах збереження економічної й політичної стабільності виросте схильність населення до заощаджень, збільшуючи потенційні можливості для інвестування. Важливу роль у підтримці високої динаміки зростання ВВП буде відігравати продовження інвестиційного відновлення виробництва. У 2008 р. зростання обсягів інвестицій на 9,6% буде обумовлене прагненням товаровиробників підвищити рівень конкурентоспроможності й зберегти ринки збу-



ту в умовах наступного зростання цін на газ і загострення конкурентної боротьби у світі. В основному зростання ВВП буде відбуватися за рахунок збільшення обсягів виробництва у сфері соціальних і фінансових послуг, а також прискорення зростання обсягів виробництва в сільському господарстві через прогнозовані істотно вищі обсяги валового збору продукції рослинництва [3].

Задля оцінки рівня впливу адаптації системи управління підприємством було запропоновано набір показників. Визначення даного набору показників є результатом аналізу літературних джерел та існуючої практики діяльності підприємств. Це дозволило виділити чотири групи показників [3 – 5]:

1) група показників, що відображають стан підприємства: диверсифікація продукції, знос обладнання, наявність коштів на реконструкцію, розірваність зв'язків з постачальниками та споживачами, організація виробництва, якість продукції, частка державної власності на підприємстві;

2) група показників, що відображають стан персоналу: якість підготовки та діяльності керівників та спеціалістів, креативність персоналу, загальна кваліфікація та компетентність експертів, кількість керівників та спеціалістів, рівень організаційної культури;

3) група показників, що відображає мотиваційні інструменти системи управління: нематеріальні заохочення, прибуток, зарплата, премія, дивіденди;

4) група показників, що відображає стан нематеріальних активів на підприємстві: нематеріальні активи підприємства, рівень регламентації, наявність торгової марки, наявність секретних матеріалів, наявність авторських прав, наявність ліцензій та патентів.

Респондентами в опитуванні було обрано більш тридцяти керівників відповідних підрозділів на різних промислових підприємствах.

Було запропоновано оцінити ступінь значущості впливу кожної з чотирьох груп факторів, що впливають на адаптацію підприємства до транзитивної економіки, та здійснити ранжування наведених груп факторів за такими критеріями: рівна важливість критерію, не суттєва перевага одного критерію над іншим, суттєва перевага, дуже суттєва перевага, найкраща. Оцінки виставлялися від одного до дев'яти балів. Після обробки анкет були отримані такі показники в групах: перша група має коефіцієнт ваги 0,254, друга група — 0,548, третя група — 0,118, четверта група — 0,080.

Таким чином, можна зробити висновок, що на адаптацію системи управління найбільший вплив має група показників, які характеризують персонал підприємства. У другій групі показників, що відображають стан персоналу, найбільше впливає показник "якості підготовки і діяльності керівників та спеціалістів" (коефіцієнт значущості – 0,389), а найменший – "рівень організаційної культури" (0,061). Коефіцієнт адаптації системи управління може бути представлено через систему приватних коефіцієнтів адаптації по кожній групі.

Чотири групи показників мають нерівномірний розподіл, найменше значення має четверта група, яка містить показники щодо нематеріальних активів. Цей факт пояснює низьку інвестиційну активність, оскільки підприємства не мають фундаменту для подальшого розвитку. Як граничний норматив для даних показників виступає одиниця, тому ті напрями, які наближені до одиниці, більш розвинені та дозволяють прискорити процес адаптування підприємств до транзитивної економіки.

Відповідно для більш якісного покращення адаптації системи управління на підприємстві доцільно здійснювати вплив на показники другої групи, зокрема на показник якості діяльності керівників та спеціалістів. Виходячи з аналізу статистичних показників, можна зробити висновок, що ті підприємства, які мали розвинуту систему підготовки кадрів, досить високі соціальні послуги, змогли краще адаптуватися до умов транзитивної економіки. Тому в якості рекомендації слід приділяти увагу розвитку соціальної складової в діяльності керівників та спеціалістів підприємства.

У результаті проведеного дослідження обґрунтовано методологію спостереження середовища та оцінки стану підприємства з метою визначення необхідності проведення адаптації, а також розроблено методичні рекомендації з підтримання нормального функціонування підприємства. Це дозволить керівникам постійно відстежувати рівень розвитку підприємства, визначити його поточний стан; попереджати загрозу виникнення кризових ситуацій; зменшувати витрати на адаптацію підприємства. У подальшій науковій діяльності буде докладніше розкрито адаптивну поведінку підприємств залежно від конкурентного оточення підприємства.

Упродовж останнього десятиліття внаслідок негативного впливу зовнішніх і внутрішніх чинників науково-інноваційний потенціал України зазнав відчутних втрат. У той же час геополітичними стратегіями країн-лідерів передбачене постійне нарощування темпів економічного відриву від інших країн, і вирішальна роль в цьому відводиться науковому та технологічному домінуванню, яке дає можливість отримувати чималу технологічну ренту. Головними загрозами інноваційної безпеки України є: недостатній рівень фінансування науково-технічних робіт і пов'язані з цим похідні загрози; слабкий розвиток інфраструктури трансферу технологій; зниження рівня "інтелектуалізації" експорту і зростання імпортозалежності країни від наукоємних товарів; недостатній рівень інформаційного забезпечення інноваційної сфери; недосконала податкова політика держави, яка пригнічує інноваційний розвиток підприємств, а отже й економіки в цілому; повільний розвиток ефективних форм інноваційної діяльності.

Література: 1. Гриньова В. М. Управління підприємством в умовах розвитку ринку: Наукове видання / Під ред. докт. екон. наук, проф. В. М. Гриньової. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2003. – 168 с. 2. Економіка Харківщини у 2006 році. Підсумки роботи. – Харків, 2007. – 48 с. 3. Забродский В. А. Развитие крупномасштабных экономических производственных систем / В. А. Забродский, Н. А. Кизим. – Харьков: Бизнес-Информ, 2000. – 72 с. 4. Клебанова Т. С. Методы прогнозирования: Учебное пособие / Т. С. Клебанова, В. В. Иванов, Н. А. Дубровина. – Харьков: Изд. ХГЭУ, 2002. – 372 с. 5. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства / В. С. Пономаренко, О. М. Трилід, М. О. Кизим. – Харків: Вид. Дім "ІНЖЕК", 2003. – 328 с. 6. Трансформація моделі економіки України / За ред. В. М. Гейця. – К.: Логос, 1999. – 500 с. 7. Статистичний щорічник України за 2005 р. — К., 2006. – 450 с.

СИСТЕМА ДІАГНОСТИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ, ПРОБЛЕМИ ПОБУДОВИ

На сьогодні дедалі більшого поширення набувають різноманітні системи діагностики діяльності підприємства, його окремих сфер, підрозділів, видів діяльності. При цьому існує неоднозначність стосовно визначення сутності, видів та функціонального призначення діагностики підприємства, а також її основних відмінностей від економічного аналізу. Також при побудові на підприємствах систем діагностики виникає значний перелік проблем фінансового, соціального, організаційного, технічного характеру. Вищезазначені положення зумовлюють актуальність дослідження.

У "Економічній енциклопедії" діагностика економічної системи на мікрорівні розглядається як сукупність досліджень для з'ясування цілей функціонування підприємства, способів їх досягнення і виявлення недоліків [1, с. 353]. Таке визначення акцентує увагу на дослідницькій природі діагностики, але водночас є надто загальним. О. О. Гетьман та В. М. Шаповал зазначають, що економічна діагностика підприємства – це оцінка економічних показників роботи підприємства на основі вивчення окремих результатів, неповної інформації з метою виявлення можливих перспектив його розвитку і наслідків ухвалення поточних управлінських рішень. Підсумком діагностики на основі оцінки господарського стану та його ефективності повинні бути ґрунтовні висновки, необхідні для прийняття термінових, але важливих рішень. Діагностика як спосіб розпізнавання стану соціально-економічної системи за допомогою реалізації комплексу дослідницьких процедур і виявлення в них слабких ланок і "вузьких місць" належить до методів непрямих досліджень [2, с. 8 – 9].

Діагностика стану підприємства, окремих його складових чи показників виробничо-господарської діяльності організації є невід'ємним елементом системи менеджменту. Ефективність діагностики суттєво залежить від вимог до системи розпізнавання інформації, цілей, методів та етапів здійснення діагностики. Основною метою діагностики є встановлення фактичного стану досліджуваного об'єкта (підприємства) та тенденцій його розвитку в перспективі для своєчасного розроблення обґрунтованих управлінських рішень. Для коректної діагностики стану підприємства необхідно розробити базові параметри (систему критеріїв чи класифікацію допустимих відхилень основних параметрів досліджуваного об'єкта). Це дозволить здійснювати порівняння стану обраного об'єкта з його нормативними значеннями чи еталоном з метою виявлення відхилень та їх причин [3].

Л. Костишко вказує, що "діагностика" у перекладі з грецької означає "здатність розпізнавати, ідентифікувати", тобто діагностика спрямована на визначення "діагнозу" діяльності підприємства. Автор зазначає, що на сучасному етапі сформувалось чотири різновиди концепцій діагностики, а саме [4, с. 12 – 18]:

- 1) аналітична концепція: передбачає систематичне оцінювання діяльності підприємства за обраними параметрами на підставі даних фінансового, податкового, управлінського, оперативного обліків;
- 2) інформаційна концепція: розглядає діагностику як систему ідентифікації проблем підприємства, причин, що їх зумовили, з метою інформаційного забезпечення прийняття обґрунтованих управлінських рішень;
- 3) антикризова концепція: має на увазі діагностику поточних та потенційних кризових явищ на підприємстві з метою запобігання їх негативному впливу на діяльність;
- 4) консультативно-дорадча концепція: прирівнює систему діагностики до дорадчих інформаційних систем економічного спрямування локального типу, які базуються на використанні сучасних програмних продуктів, і спрямовані на вирішення конкретних завдань діагностики.

Щодо різновидів діагностики, то в цій сфері також спостерігаються певні суперечності. Наприклад, за змістовою ознакою О. О. Гетьман та В. М. Шаповал виокремлюють діагностику конкурентного середовища підприємства, конкурентоспроможності продукції та підприємства, майна і ринкової вартості, управлінську та фінансову діагностику, діагностику виробничого потенціалу, економічної безпеки, корпоративної культури підприємства [2]. У вищезазначеній класифікації відбувається певне змішування різновидів за єдиною класифікаційною ознакою (діагностика конкурентоспроможності підприємства охоплює фінансову, управлінську та інші діагностики). Також не зрозуміло, чому автори наголошують на діагностиці виробничого потенціалу, ігноруючи діагностику фінансового, соціального, технічного та інших видів потенціалу.

В. А. Василенко відносить до видів діагностики такі: експрес-діагностика, первинна, комплексна, поелементна діагностика [3]. Тут також спостерігається певне перехресне змішування різновидів за різними ознаками класифікації.

У літературі конкретно не виокремлюються проблеми побудови комплексних систем діагностики, але усі автори [1 – 4] наголошують на пріоритетності проблем інформаційного характеру.

З огляду на результати вивчення та аналізу літературних джерел [1 – 4] у статті переслідуються такі цілі:



уточнити сутність категорії "діагностика підприємства";

запропонувати класифікацію різновидів діагностики;

виокремити проблеми побудови систем діагностики на вітчизняних підприємствах.

Результати вивчення літератури та практичних матеріалів дозволяють стверджувати, що діагностика діяльності підприємства передбачає цільове оцінювання його стану, тенденцій та перспектив розвитку на основі системи індикаторів з метою інформаційного забезпечення прийняття обґрунтованих управлінських рішень, спрямованих на усунення проблемних моментів та слабких сторін організації чи використання шансів умов функціонування і сильних позицій підприємства. Діагностика підприємства відрізняється від економічного аналізу масштабністю (діагностика є більш всеосяжною, а економічний аналіз характеризується більшою конкретністю), інформаційним забезпеченням (економічний аналіз, як правило, базується на обліковій інформації, а діагностика використовує в тому числі дані спеціальних досліджень), результатом (метою економічного аналізу – є виявлення ознак ситуації, метою діагностики – формування конкретних рекомендацій) тощо. Крім цього, економічний аналіз за своєю сутністю передбачає структурне розкладання окремих показників діяльності із загальних складових з метою їх подальшого ретельного вивчення. Діагностика, хоча й базується на оцінюванні системи показників, усе ж спрямована до їх інтеграції, синтезу з метою цілісного вивчення стану об'єкта.

Результати вивчення літературних джерел за проблемою дозволяють сформулювати комплексну класифікацію видів діагностики підприємства за сукупністю істотних та незалежних ознак, а саме:

за об'єктом діагностики: діагностика стану підприємства, підрозділів, сфер, видів діяльності, процесів, операцій тощо;

за комплексністю: експрес-діагностика, фундаментальна діагностика;

за спрямуванням: попередня діагностика, кінцева діагностика;

за охопленням об'єктів: поелементна та комплексна діагностика;

за вихідним призначенням: діагностика відхилень, діагностика чинників, діагностика причин;

за інформаційною базою: діагностика, що базується на обліковій інформації, на базі інформації спеціальних досліджень;

за часовим спрямуванням: ретроспективна діагностика, перспективна діагностика;

за змістом: діагностика виробничої діяльності, фінансового стану, маркетингу, системи управління тощо;

за формою здійснення: кількісна та якісна діагностика;

за часом здійснення: перманентна та періодична діагностика;

за середовищем функціонування: діагностика внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства тощо.

Система діагностики містить сукупність методів, методик, інструментів, індикаторів, суб'єктів та ресурсів, які в сукупності забезпечують виконання цільових діагностичних функцій. Побудова та впровадження на підприємствах ефективних систем діагностики супроводжується комплексом проблем організаційного, технічного, технологічного, кадрового, часового, економічного, методологічного та методичного характеру. Насамперед, постає питання про рівень комплексності системи діагностики підприємства, тобто чи вона буде спрямовуватись на експрес-діагностику діяльності всіх сфер підприємства, чи охоплюватиме лише окремі, як правило, критичні сфери (фінансову, технічну, виробничу, збутову тощо). Це суттєво надає вплив на вибір методики, інструментарію діагностики та ключових індикаторів, за якими відстежуватиметься стан та проблеми розвитку підконтрольного об'єкта.

Обрана методика діагностики здійснює визначальний вплив на вибір індикаторів, технічного та програмного забезпечення, фінансового супроводу діагностичної діяльності. На сучасному етапі існує значний перелік комплексних та поелементних систем діагностики. До найбільш відомих комплексних систем діагностики відносять збалансовану систему показників Нортон-Каплана, яка дозволяє поєднати фінансові та нефінансові індикатори в певних сферах (фінанси, бізнес-процеси, споживачі, навчання та розвиток), але крім вищезазначеного вона ще й виступає інструментом стратегічного управління підприємством; систему Мейсела, яка є модифікацією збалансованої системи показників; французьку систему "tableau de bord", що передбачає побудову піраміди індикаторів, які розгалужуються за усіма сферами діяльності, урахувавши взаємозв'язки та взаємовпливи тощо. Поелементних систем діагностики існує надзвичайно велика кількість, адже вони спрямовані на цільову діагностику окремих сфер діяльності (постачальницької, збутової, виробничої, фінансової, інвестиційної, технічної тощо), інвестиційної привабливості підприємства, конкурентоспроможності продукції, кредитоспроможності, платоспроможності, ділової активності, майнового стану тощо.

Для коректної діагностики стану підприємства необхідно розробити базові параметри (систему критеріїв чи класифікацію допустимих відхилень основних параметрів досліджуваного об'єкта), що дозволить здійснювати порівняння стану обраного об'єкта з його нормативними значеннями чи еталоном з метою виявлення відхилень та їх причин. Відповідно однією із ключових проблем побудови на підприємствах систем діагностики є вибір переліку та складу діагностичних індикаторів. На окремих підприємствах принципом формування такої системи є діяльнісний підхід, тобто встановлюються індикатори, за допомогою яких оцінюються окремі види діяльності: виробнича, маркетингова, фінансова, логістична, зовнішньоекономічна тощо. В умовах обмежених ресурсів в організаціях основним завданням системи діагностики виступає оцінювання використання різних видів ресурсів: трудових, матеріальних, енергетичних, інформаційних, фінансових. Ресурсне оцінювання за даним підходом здійснюється на всіх рівнях та ланках підприємства. Для того, щоб обрані індикатори реально відображали стан та тенденції розвитку об'єктів, необхідно виходити з їх економічної сутності. Відповідно інформація, яка призначена для розрахунку індикаторів, більшою мі-

рою повинна базуватись на даних управлінського обліку, а не бухгалтерського чи податкового. Якість аналітичного матеріалу, який базується на системі індикаторів, насамперед, залежить від повноти, достовірності та адекватності інформаційного забезпечення. Якщо на підприємствах окремі індикатори є критеріями для матеріального стимулювання, то існує загроза приховування реальної інформації і подання неправдивої. Варто зауважити, що на окремих підприємствах при впровадженні системи діагностики дотримуються принципу мінімалізму, згідно з яким для об'єктів обирається обмежена кількість ключових індикаторів. Для інших підприємств прийнятним є принцип максималізму, коли формується максимально можлива кількість індикаторів для кожного об'єкта.

Варто наголосити, що побудова на підприємстві комплексної системи діагностики вимагає відповідних витрат часу та фінансових ресурсів. За оцінками експертів, формування на виробничому підприємстві середніх розмірів відлагодженої та інформативної системи діагностики займає період від півріччя до року. Для великих підприємств цей термін є ще тривалішим. У сучасних умовах системи діагностики діяльності підприємств можуть бути ефективними лише за умови існування відповідного програмного та технічного забезпечення. На етапі побудови системи діагностики на підприємстві, як правило, використовується стандартне програмне забезпечення, але надалі на підставі існуючих розробок рекомендується розробляти або вузькоспеціалізовані цільові програми моніторингу, або використовувати існуючі програмні продукти. Найбільш повно дозволяють сформувати комплексні системи діагностики інтегровані системи управління різних класів (MRP, MRP II, ERP та ін.), але на вітчизняних машинобудівних підприємствах їх використання є ускладненим, оскільки вони є надзвичайно дорогавартісними, характеризуються низьким рівнем індивідуальної адаптивності, значною тривалістю впровадження, налагодження та тестування, складністю навчання користувачів.

При формуванні та впровадженні на вітчизняних підприємствах систем діагностики особливу увагу необхідно звертати на проблеми соціального характеру. Мова, насамперед, іде про збільшення навантаження на переважну частину працівників, які повинні надавати інформацію про перебіг та результати своєї діяльності, що відповідно зумовлюватиме зростання рівня відповідальності за отримані результати. Окрім цього, в таких умовах зростають кваліфікаційні вимоги до працівників підприємства, оскільки вони повинні систематично відстежувати, аналізувати результати власної діяльності, визначати причини відхилень. З огляду на вищезазначене, досить часто зустрічається опір з боку працівників, який може перерости у рішуче несприйняття працівниками нововведень.

У підсумку доцільно зазначити, що будь-яке підприємство, функціонуючи в ринкових конкурентних умовах, повинно володіти інформацією про стан та перспективи власного розвитку, існуючі та потенційні проблеми з метою своєчасного розроблення обґрунтованих управлінських рішень, які спрямовані на підвищення ефективності та результативності діяльності. У таких умовах діагностика діяльності підприємства, яка має яскраво виражений цільовий характер, покликана сформувати інформаційну систему підтримки прийняття управлінських рішень, яка базується на результатах моніторингу, аналізу, порівняння, узагальнення, групування, економіко-математичного моделювання тощо.

Література: 1. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1 / За ред. С. В. Мочерного. – К.: Вид. центр "Академія", 2000. – 864 с. 2. Гетьман О. О. Економічна діагностика: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 307 с. 3. Василенко В. А. Діагностика устойчивого развития предприятий: Монография. – К.: Центр учебной литературы, 2006. – 184 с. 4. Костирко Л. А. Діагностика потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємства: Монографія. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Харків: Фактор, 2008. – 336 с.

УДК 658.58

Ларіна К. В.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ТЕХНІЧНИМ ПЕРЕОЗБРОЄННЯМ ВИРОБНИЦТВА

На сучасному етапі розбудови економіки технічний розвиток виробництва виступає важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств. Самостійність і власні можливості підприємств щодо визначення напрямків свого технічного розвитку зумовлюють необхідність вибору таких організаційно-технічних заходів, які будуть сприяти вирішенню стратегіч-

© Ларіна К. В., 2008



них завдань підприємства на ринку. Важливу роль у процесі технічного розвитку діючого виробництва відіграє технічне переозброєння, яке дозволяє здійснити якісне оновлення основних фондів підприємства, підвищити технічний рівень виробництва, а також здійснити виробництво продукції, яка користується попитом на ринку.

Тому в сучасних умовах господарювання актуальним є питання управління технічним переозброєнням виробництва. Різні проблеми цього процесу висвітлено в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених [1 – 5]. Але якщо раніше головне завдання механізму управління технічним переозброєнням діючого виробництва полягало в підвищенні ефективності робіт, а критерієм ефективності виступав показник продуктивності праці [1, с. 11], то на сучасному етапі необхідно створити механізм управління технічним переозброєнням виробництва з урахуванням сучасних підходів менеджменту та орієнтацією на ринок.

У новітній економічній літературі при розгляді сучасної парадигми менеджменту підприємства одним із ключових моментів виступає необхідність запровадження системного і ситуаційного підходів в управлінні, що дозволяє представити організацію в єдності її складових елементів, нерозривно пов'язаних із зовнішнім середовищем, чітко виділити внутрішні і зовнішні змінні, які впливають на організацію, а також визначити процес і методи управління відповідно до ситуації, яка склалася на певний момент.

Для представлення процесу управління технічним переозброєнням підприємства використано системний підхід для виділення меж досліджуваного об'єкта, а також розгляду технічного переозброєння у взаємозв'язку з іншими підсистемами підприємства [2, с. 8].

Серед базових властивостей системної парадигми можливо виділити такі [3]: наявність цілей функціонування системи; цілісність і декомпозиція складу системи; наявність зв'язків і відношень між елементами системи; організація і підпорядкованість компонентів системи у вигляді структури; функціонування і розвиток системи; управління системою для досягнення поставлених цілей; самоорганізація.

При системному підході підприємство становить єдиний комплекс взаємопов'язаних видів діяльності [2]. Для підвищення конкурентоспроможності управляюча підсистема повинна орієнтуватися на споживача при вирішенні будь-яких завдань. У центрі системи "підприємство" розміщується система маркетингу, яка впливає на інші функціональні підсистеми, намагаючись адаптувати їх під свої цілі, а потім у межах системи підприємства адаптується до умов зовнішнього середовища, або впливає на нього [2].

Виробництво, виступаючи в ролі підсистеми підприємства, з одного боку, має саме те зовнішнє середовище, що й підприємство, але, з іншого, – як самостійна система воно має власне зовнішнє середовище, що складають функціональні підсистеми підприємства, провідна роль яких належить маркетингу. Усі вони разом складають внутрішнє середовище системи "підприємство", а для кожної із зазначених підсистем, якщо їх розглядати з позиції системного аналізу, інші складають зовнішнє середовище [2].

Оскільки виробництво існує виключно для задоволення суспільних потреб, а останні постійно змінюються як за видом, так і за обсягом, виробнича система повинна знаходитись у стані постійних адекватних змін, а інакше неможливо створити товар у необхідному обсязі, асортименті й якості [4]. Система задоволення суспільних потреб належить до класу складних систем і включає три системи, які розвиваються: систему продукції, що задовольняє об'єктивні потреби; виробничу систему, в якій здійснюється виробництво продукції, і систему розвитку виробничої системи [4]. Кінцевою метою системи задоволення потреб є постійне забезпечення одностайної відповідності системи продукції множині суспільних потреб.

Для того, щоб система продукції відповідала потребам, необхідно щоб здійснювався адаптивний розвиток системи виробництва продукції. Тобто система розвитку виробничої системи виступає базовим засобом формування системи виробництва такої продукції, яка задовольнить потреби споживачів. А система задоволення потреб виступає основною метою, для досягнення якої відбуваються зміни в структурі і функціях інших вищезазначених систем.

Виходячи з того, що технічне переозброєння діючого виробництва – це одна з форм технічного розвитку виробництва, спрямованих на інтенсифікацію і підвищення технічного рівня виробництва [5], доцільно розглянути цей процес не як відокремлену систему, а як складовий елемент системи технічного розвитку виробництва.

Як будь-яка кібернетична система, система розвитку виробництва є організованою системою, що управляється, має свій "вхід", "процес", "вихід", "зворотній зв'язок", "внутрішнє" і "зовнішнє" середовище.

Крім того, будь-яка система розвитку характеризується в теорії систем такими додатковими особливостями [6]:

- має додатковий вектор змінних "входу", необхідних для змін у структурі і функціях системи;
- має додатковий вектор змінних "виходу", тобто змінних покращення цільової функції і перерозподілу в зовнішнє середовище продуктів структурної перебудови системи;
- моделювання системи, що розвивається, повинно передбачати і структурну, і функціональну оптимізацію для забезпечення спільної зміни векторів як цільової функції, так змінних "входу" системи за результатами управлінських впливів.

Подано схему системи управління технічним розвитком виробництва на рисунку та визначено її основні елементи, враховуючи причинно-наслідковий зв'язок між інтенсифікацією виробництва (причина) і зростанням ефективності (наслідок) у процесі реалізації заходів технічного переозброєння під впливом науково-технічного прогресу [5].

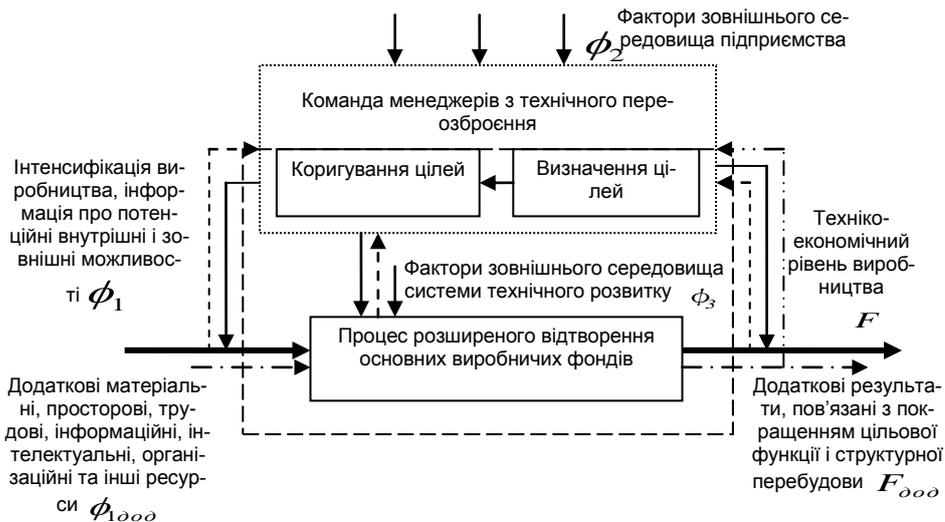


Рис. Системний підхід до управління технічним розвитком виробництва (розроблено на основі роботи [3])

На схемі умовно позначені:

F – цільова функція (головний параметр системи розвитку виробництва). Це підвищення техніко-економічного рівня виробництва, який відображається в підвищенні організаційно-технічного рівня, ефективності виробництва та підвищенні технічного рівня продукції, яка створюється системою виробництва для задоволення потреб споживачів;

$F_{доо}$ – додатковий вектор змінної "виходу" системи (покращення цільової функції та перерозподіл у зовнішнє середовище продуктів структурної перебудови). Це якісні зміни в структурі основних виробничих фондів на базі нової техніки і технологій, які сприяють не тільки вдосконаленню засобів виробництва і підвищенню ефективності, а також дають можливість гнучкого перенастроювання на засвоєння випуску нових видів продукції. Також до додаткових параметрів "виходу" системи розвитку виробництва можливо віднести: додатковий ефект унаслідок вивільнення основних робочих, вивільнення засобів праці (обладнання, що лімітує процес виробництва суміжних виробництв), предметів праці (сировини, матеріалів, палива, енергії та інших), перерозподілу виробничих площ, що дозволяє використовувати у виробничому процесі нове обладнання, скорочення тривалості циклу виготовлення продукції, зростання коефіцієнта використання виробничої потужності, покращення умов праці (ліквідація тяжкої і шкідливої праці, покращення атмосфери у виробничих приміщеннях), що сприяє наданню праці творчого характеру, підвищенню кваліфікації робітників, скороченню плінності кадрів;

ϕ_i – вектори (вимоги) цільової функції, до яких належать:

ϕ_1 – "вхідна" змінна. Вхідними величинами системи розвитку виробництва, які завдають цілі системи, є, з одного боку, пошук виробничих можливостей для впровадження нових засобів й інтенсифікація виробництва, спрямовані на підвищення ефективності виробництва і випуску перспективної структури продукції, а, з іншого боку, – інформація із зовнішнього середовища систем: "розвитку виробництва" – про потенційні ресурси і внутрішні можливості функціональних підсистем підприємства (провідною з яких є маркетинг), і системи "підприємство" – про досягнення науково-технічного прогресу, стан і тенденції ринку, рівень і динаміку задоволеності споживачів, дії основних конкурентів;

$\phi_{доо}$ – додатковий вектор "вхідних" змінних, до яких можливо віднести капітальні вкладення на реалізацію заходів, інвестиційні ресурси, додаткові площі та основні виробничі фонди, матеріальні, трудові, інформаційні, інтелектуальні, організаційні та інші ресурси (паливо, енергія, допоміжні матеріали), необхідні для здійснення технічного розвитку виробничої системи;

ϕ_2 – фактори зовнішнього середовища підприємства (споживачі, конкуренти, постачальники, контактні аудиторії, науково-технічні, політико-правові, економічні, технологічні, соціальні, природні фактори); особливо впливають науково-технічні фактори та технологічні інновації;

ϕ_3 – фактори зовнішнього середовища системи технічного розвитку виробництва (функціональні підсистеми підприємства – маркетинг, виробництво продукції, матеріально-технічне забезпечення, інновації, фінанси, персонал, менеджмент, а також корпоративна стратегія і бізнес-стратегія підприємства).

Механізм управління технічним розвитком полягає в такому: на виході системи формується техніко-економічний рівень виробництва, який вимірюється, аналізується стан окремих його складових і ця інформація передається по каналу зворотного зв'язку суб'єкту управління. Зворотній зв'язок дозволяє оцінити фактичний рівень техніко-економічної системи і співставити його з бага-



ним станом (еталонним, цільовим), який необхідно забезпечити для досягнення цілей системи більш високого рівня (виробництва продукції). При наявності відхилень фактичного виходу від бажаного, суб'єкт управління здійснює управлінські впливи на об'єкт для досягнення необхідних змін у стані елементів системи.

Контур зворотного зв'язку має місце також:

у зовнішньому середовищі системи технічного розвитку виробництва, тобто безпосередньо в системі "виробництво", що знаходить відображення в зміні показників ефективності виробництва;

у системі "маркетинг", відображаючи досягнення поставлених цілей щодо виробництва товару в необхідному обсязі, асортименті й якості, а також результати диверсифікації виробництва;

в інших функціональних підсистемах підприємства, що відображає ефективність процесу управління технічним розвитком підприємства в цілому;

у зовнішньому середовищі підприємства, відображаючи результати процесу технічного розвитку в межах підприємства і ступінь досягнення загальних стратегічних цілей організації за рахунок досягнення цілей технічного розвитку підприємства, а також ступінь забезпечення відповідності системи продукції потребам споживачів.

Об'єкт управління технічним розвитком – це процес розширеного відтворення основних виробничих фондів підприємства, унаслідок чого відбувається оновлення фондів, змінюються масштаби і організаційно-технічний рівень виробничої системи, що впливає на рівень ефективності виробництва і конкурентоспроможності продукції підприємства.

Суб'єктом управління виступає спеціальна команда менеджерів із технічного переозброєння, до складу якої будуть входити представники всіх функціональних підрозділів підприємства, яку необхідно створювати для реалізації програми технічного переозброєння. Ця команда повинна здійснювати прогнозування змін у структурі продукції підприємства, оцінку організаційно-технічного рівня виробництва, планування напрямків переозброєння, оцінку їх ефективності, координувати й узгоджувати плани в межах єдиної програми технічного розвитку.

Прийняття стратегічних рішень щодо масштабів і напрямків технічного переозброєння, а також стратегічний контроль за реалізацією організаційно-технічних заходів повинне здійснювати керівництво підприємства (директор, технічний директор або директор з виробництва). Спеціалісти технічного відділу будуть приймати оперативні рішення стосовно виконання затверджених заходів програми технічного переозброєння. Вони також будуть брати участь у плануванні та аналізі, готувати необхідну інформацію вищому рівню управління.

Таким чином, використання системного підходу до управління технічним переозброєнням виробництва дозволить підвищити ефективність процесів якісного оновлення основного капіталу промислових підприємств, забезпечити їм здатність до адаптивних перетворень у техніці, технології та організації виробництва, що буде сприяти підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Література: 1. Чумаченко Н. Г. Техническое перевооружение и реконструкция производства. – К.: Наукова думка, 1991. – 348 с. 2. Решетникова И. Л. Стратегия маркетинга: особенности формирования на отечественных предприятиях: Монография. – Луганск: Изд. Восточноукраинского государственного университета, 1998. – 270 с. 3. Селиванов С. Г. Теоретические основы реконструкции машиностроительного производства / С. Г. Селиванов, М. В. Иванова. – Уфа: Гилем, 2000. – 312 с. 4. Круглова Н. Ю. Инновационный менеджмент: Учебн. пособ. – 2-е изд., доп. – М.: Изд. РДУ, 2001. – 352 с. 5. Тімонін О. М. Технічне переозброєння й організаційно-технічний рівень виробництва: сутність та взаємозв'язок категорій / О. М. Тімонін, К. В. Ларіна // Економіка розвитку. – 2007. – №4(44). – С. 108 – 111. 6. Глушков В. М. Моделирование развивающихся систем / В. М. Глушков, В. В. Иванов, В. М. Яненко. – М.: Наука, 1983. – 337 с.

Лернер Ю. И.

УДК 658.23

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ ОПТИМИЗАЦИИ ПРИНЯТИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

В современной жизни, хозяйственной практике на каждом шагу человек сталкивается с необходимостью принятия решений, в частности, хозяйственных решений. Эта необходимость усугубляется еще и тем, что все жизненные, в том числе и хозяйственные, решения должны приниматься с учетом динамики действующего производства, а также, что особенно важно, в условиях неопределенности и рисков.

© Лернер Ю. И., 2008

Принятие решений предполагает выбор наилучшего варианта этих решений, который производится на основе максимизации или минимизации (оптимизации) определенным образом "построенных" критериев и ограничений, так как возможности реализации того или иного варианта решения всегда ограничены, а желания безграничны. "Построение" указанных критериев и ограничений, а также "конструирование" самих вариантов решений производится, как правило, непосредственно или опосредованно (даже без акцента на этом со стороны субъекта принятия решения) с помощью экономических инструментов.

Применяемые при оптимизации вариантов хозяйственных решений экономико-математические, а в большинстве случаев чисто математические методы, во-первых, довольно громоздкие и, во-вторых, трудно реализуемые экономистами, так как, их этому не учат. Кроме того, что особенно важно, эти математические методы, позволяя оптимизировать процесс принятия решений, не дают возможности определить оптимальный уровень основных показателей по выбранному варианту, особенно в условиях неопределенности и рисков. С этой точки зрения применение большинства математических методов для решения экономических задач носит, к сожалению, чисто схоластический характер, и не решает основной задачи оптимизации принятия решений: определение оптимальной величины основных и вспомогательных показателей недетерминированного функционирования предприятий в динамике.

В основном, в последнее время при оптимизации решений непосредственно рекомендуется применение методов оценки эффективности инвестиций: метод чистой приведенной стоимости (NPV), метод внутренней нормы доходности (IRR), метод роста коэффициента рентабельности и метод определения периода окупаемости инвестиций. Динамические свойства затрат и результатов при применении этих критериев учитываются дисконтированием динамических переменных. Указанные методы появились в Украине в последнее десятилетие путем заимствования их из практики западных компаний, и получили распространение на всей территории бывшего СССР. Они перепечатываются из одного учебника в другой, появляются даже в нормативных документах, преподаются в вузах. Но, однако, на практике "прагматические" люди их не применяют. Это связано с тем, что эти "прагматические" люди понимают, что кругооборот затрат и результатов в народном хозяйстве страны не может быть однофакторным (учитывается только время) и только параболическим (формула сложных процентов). Кроме того, формула сложных процентов объективно может быть применена для затрат и только в случае определения оптимальной величины банковского процента (поэтому она и называется "формула сложных процентов") при инвестировании в проект заемного банковского капитала, и только в том случае, если величина этого процента не изменяется по рассматриваемым годам анализируемого периода и/или не изменяется в течение рассматриваемого года, а количество лет рассматриваемого периода будет всегда целым числом. В противном случае формула сложных процентов трансформируется в другие, более сложные соотношения, и не может быть использована для решения поставленных задач, как это рекомендуется указанными выше методами.

Кроме того, формула сложных процентов предусматривает постоянный темп изменения затрат и результатов, что в практической деятельности предприятий никогда не наблюдается; сама величина этого процента не может быть одинаковой для капитальных и эксплуатационных затрат, она не учитывает народнохозяйственный кругооборот средств (в целом по стране, региону, независимо от форм собственности). В рамках данной публикации остановиться на детальном анализе рекомендуемых методов оптимизации решений не представляется возможным; отметим здесь только тот факт, что все приведенные выше методы и критерии оценки вариантов учитывают в скрытом и упрощенном виде прибыль (уже более 15 лет такой упрощенный метод определения прибыли не применяется на практике). Поэтому с большой "натяжкой" указанные выше критерии могут быть использованы в тех случаях, когда нет смежных эффектов, что характерно для Запада при наличии там большого количества малых предприятий. Динамические свойства предприятий эти критерии даже в "малых" (небольших) проектах учитывают весьма упрощенно, что недопустимо для условий Украины, где нет стабильной экономики и стабильной политики (в противовес западной экономики), и где в наследство от СССР нам достались большие по объему выпуска продукции предприятия.

Учитывая все сказанное, экономистами в период существования СССР были разработаны методы, лишенные приведенных выше недостатков. Можно указать на опубликованные работы такими видными советскими экономистами, как И. И. Шустер и А. Я. Ваяг, академиками И. И. Колмогоровым, А. Я. Хачатуровым, Р. И. Аганбегяном, И. О. Шаталиным, И. А. Кантаровичем, доктором наук, проф. А. С. Астаховым (учет динамических свойств производства), доцентом А. И. Атласом и многими другими. Эти труды, критикующие основные принципы оптимизации вариантов, принятые на вооружение западными авторами, были опубликованы около 40 – 50 лет тому назад. Еще ранее – около 100 лет тому назад – уже американским наиболее выдающимся экономистом Р. Найтом в 1920 г. был опубликован основополагающий труд по учету и уменьшению неопределенности и рисков (а не только учету и уменьшению рисков, как это сейчас повсеместно декларируется). Основным постулатом указанных трудов советских экономистов было определение величины уменьшения эксплуатационных затрат при дополнительных капитальных вложениях по рассматриваемым вариантам, которые должны быть приведены к одинаковому виду по всем признакам, кроме рассматриваемого.

Основываясь на анализе теории сравнительной и абсолютной экономической эффективности капитальных вложений, динамики производства и его неопределенности автором была разработана методология "конструирования" на основе экономических инструментов вариантов хозяйс-



твенных решений, их оптимизации в условиях неопределенности на основе разработанных им же критериев и ограничений. Эта методология была опубликована в публикациях и выступлениях автора [1 – 6]. Она, кроме того, позволяет определять оптимальную величину показателей деятельности субъектов хозяйствования для оптимального варианта решений с учетом неопределенностей и рисков как для крупных, так и для мелких проектов.

Литература: 1. Лернер Ю. И. Проблемы принятия экономических решений в современных условиях. – Харьков: Торсинг, 2003. – 300 с. 2. Лернер Ю. И. Бизнес-планирование производственной и предпринимательской деятельности. – Харьков: Консум, 2005. – 250 с. 3. Лернер Ю. И. Бизнес-планирование производственной и предпринимательской деятельности в условиях неопределенности и рисков. – Харьков: Фактор, 2006. – 600 с. 4. Лернер Ю. И. Финансы предприятий. – Харьков: Консульт, 2007. – 500 с. 5. Лернер Ю. И. Экономические инструменты производственной и предпринимательской деятельности в условиях неопределенности и рисков. Ч. II. Т. 7 "Экономические инструменты эмиссии и обращения ценных бумаг". – Харьков: Тимченко, 2008. – 950 с. 6. Лернер Ю. И. Экономические инструменты производственной и предпринимательской деятельности в условиях неопределенности и рисков. Ч. I. Т. 1 "Экономические инструменты экономической безопасности государства". – Харьков: НТУ "ХПИ", 2008. – 300 с.

Литвиненко А. О.

УДК 658.2.004.68

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови структурно-інноваційних трансформацій економіки України, збільшення динамічності навколишнього середовища, підвищення рівня конкуренції, насичення ринку високотехнологічною й наукомісткою продукцією визначають необхідність забезпечення стабільного економічного розвитку національних товаровиробників. Відповідно, лише постійне здійснення інноваційно-інвестиційних процесів дозволяє підвищити ефективність використання потенціалу підприємства та його матеріально-технічної бази (сукупності засобів виробництва представлених у формі реальних активів, які забезпечують ефективне ведення виробничо-господарської діяльності підприємства). Разом з тим актуалізується потреба створення відповідного механізму управління, орієнтованого на рекурсивний перегляд й підтримку відповідності поточного стану матеріально-технічної бази вимогам ринку й умовам конкурентної боротьби, та його організаційного регламентування.

Тут слід наголосити, що проблематика управління розвитком саме матеріально-технічної бази підприємства (МТБП) майже вийшла з кола уваги сучасних дослідників. Так, існує досить багато робіт, що розглядають особливості формування механізму управління діяльністю підприємства в цілому [1; 2] та доводять потребу орієнтації на виділення бізнес-процесів і підпорядкування логістичній функції [3; 4]. Проте відтворення МТБП зводиться до розгляду плинну допоміжних процесів і процесів забезпечення, що нівелює аспект розвитку. Якщо ж розглянути дослідження категорії розвитку [5 – 8], то переважна більшість з них зводиться або до відбиття змісту й сутності даного процесу [5; 7], або до виділення досить абстрактних контурів стратегічного управління [6], або до формалізованого відбиття закономірностей розвитку [5, 8]. Отже, саме відсутність комплексного підходу до розкриття проблеми розвитку матеріально-технічної бази підприємства та організації належного управління даним процесом обумовлює актуальність обраного напрямку дослідження.

Метою статті постало вдосконалення теоретичних засад формування механізму управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства та розробка науково-методичних рекомендацій з його впровадження та використання. Основу розкриття мети дослідження складає розроблена мережна модель проблемної області, представлена на рис. 1, яка відбиває відношення між образами автором онтологічними концептами. При цьому виділено факторні відношення причинно-наслідкових зв'язків (R_1), відношення включення типу "частина – ціле" (R_2) та відношення типу "фактор – результат" (R_3). Використання відносин другого типу (R_2) дозволило виділити як структуру безпосередньо МТБП, так і означити елементи механізму управління розвитком МТБП.

Формований механізм, якщо підтримати роботу [9, с. 12], можна представити як послідовність дій, спрямованих на досягнення певної цілі (удосконалення стану використання ресурсної бази та розширене відтворення наявного потенціалу) і як систему взаємозалежних елементів (правила взаємодії суб'єкта та об'єкта управління в контексті розвитку МТБП). Взаємозв'язок між означеними варіантами структурування механізму представлено на рис. 1. З точки зору ж розробки й впровадження означеного механізму, підтримуючи роботу [10, с. 18 – 19], його слід розглядати як узгоджену множину інструментів та важелів впливу на процеси науково-технологічного відтворення

© Литвиненко А. О., 2008

потенціалу підприємства. Зрозуміло, що обраний у рамках механізму інструментарій повинен відповідати параметрам внутрішнього та зовнішнього середовища, умовам та обмеженням господарської діяльності підприємства. Оскільки відображенням обмежень діяльності є потенціал підприємства, то й головну мету управлінської діяльності, у аспекті предмету дослідження, можна звести до нарощування потенціалу підприємства (в межах ресурсної парадигми його визначення).



Рис. 1. Схема структурної моделі предметної області "Управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства"

За таких умов, орієнтуючись на представлений у таблиці морфологічний аналіз сутності категорії "потенціал підприємства", можна як визначити орієнтири для формованого механізму, так і ввести й сформулювати тлумачення поняття "потенціал матеріально-технічної бази підприємства". Ураховуючи, що найбільш розповсюдженим є ресурсний підхід до визначення потенціалу, його пропонується першочергово адаптувати до визначення даного виду потенціалу, який зводиться до спроможності задоволення потреб наявними в підприємства активами й засобами виробництва.

Таблиця 1

Потенціал підприємства як цільовий орієнтир МУРМТБП

Ознака	Характеристика потенціалу	Особливості МУРМТБП
Наявні ресурси	Узагальнена характеристика наявних у підприємства всіх видів ресурсів, які можуть бути використані для забезпечення життєдіяльності	Важелі управлінського впливу співвідносяться з ключовими ресурсами й компетенціями підприємства
Цільова спрямованість системи стратегічного управління	Обмежена кількість альтернативних, доповнюючих та навіть антагоністичних цілей функціонування й розвитку підприємства, які можуть бути ним досягнуті на наявній ресурсно-виробничій та організаційній базі	Система важелів орієнтується на узгодження параметрів техніко-технологічної підготовки виробництва з вимогами учасників спільної мережі створення цінності
Наявні резерви	Уособлює приховані підприємства щодо вирішення певних завдань	Пошук прихованих резервів й інтенсифікація діяльності
Ідентифіковані можливості	Діалектична єдність як можливостей, так і процесів їх реалізації, що можуть бути джерелом виникнення сталих конкурентних переваг	Розвиток МТБП передбачає подолання розриву між наявними й інституційно не обхідними можливостями

Окремо слід наголосити, що формування структури механізму управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства (МУРМТБП) дозволяє розглядати його як сукупність механізмів, об'єднаних певними правилами. Виділення елементів механізму слід підпорядковувати обраній структурі потенціалу підприємства так, як це представлено на рис. 2. Особливістю запропонованої схеми є рекурсивний перегляд (петля позитивного зворотного зв'язку) відповідності між потенціалом МТБП та потребами середовища в розрізі поданих у таблиці ознак.



Рис. 2. Схема процесу формування та структура механізму управління розвитком матеріально-технічної бази підприємства

Таким чином, у статті запропоновано введення поняття потенціал матеріально-технічної бази виробництва й підпорядкування механізму управління підприємства розвитку даного виду потенціалу. Таке підпорядкування змінює предметну область дослідження й вимагає розробки відповідної системи інструментів та важелів впливу на параметри МТБП. Складність же ідентифікації відповідних елементів потенціалу є підґрунтям проведення подальших досліджень.

Література: 1. Вагина Е. Ю. Хозяйственный механизм: проблемы прошлого и настоящего / Е. Ю. Вагина, М. Г. Покидченко. – М.: Знание, 1990. – 64 с. 2. Кульман А. Экономические механизмы: Пер. с франц. / Общ. ред. Н. И. Хрустальной. – М.: Прогресс, 1993. – 192 с. 3. Репин В. В. Бизнес-процессы компании: построение, анализ, регламентация. – М.: РИА "Стандарты и качество", 2007. – 240 с. 4. Фролова Л. В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством: Монографія. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2005. – 322 с. 5. Расвнева О. В. Управление развитием предприятия: методология, механизмы, модели: Монография. – Харьков: ВД "ИНЖЕК", 2006. – 496 с. 6. Мельник М. Г. Основы стійкого розвитку. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2005. – 654 с. 7. Афанасьев Н. В. Управление развитием предприятия: Монография / Н. В. Афанасьев, В. Д. Рогожин, В. И. Рудыка. – Харьков: ИД "ИНЖЭК", 2003. – 184 с. 8. Бутник О. М. Економіко-математичне моделювання динамічних закономірностей розвитку систем: Монографія. – Харьков: ВД "ИНЖЕК", 2003. – 224 с. 9. Пономаренко В. С. Стратегічне управління. – Харьков: Основа, 1999. – 620 с. 10. Москаленко В. П. Финансово-экономический механизм промышленного предприятия. – Сумы: Изд. "Довкілля", 2003. – 176 с.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

На сучасному етапі розвитку агропромислового комплексу продовжується його реформування, основою якого є зміна форми власності на землю, матеріальні засоби виробництва. У ряді випадків це призводить до погіршення господарських та економічних показників діяльності сільськогосподарських підприємств. Таким чином, для переходу до ефективного і високопродуктивного господарювання поряд з традиційними технологіями та методами організації сільськогосподарського виробництва необхідні нові підходи в управлінні підприємствами в умовах ринку.

За період проведення аграрної реформи в країні і переходу до ринкової економіки найбільших втрат зазнало сільське господарство. Тому дослідження питань ефективності виробництва продукції сільськогосподарського виробництва є досить актуальним.

Теоретичні, методичні та практичні аспекти підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах розглянуті в роботах В. І. Бойка, Ю. С. Коваленка, В. Я. Месель-Веселяка, П. Т. Саблука, О. В. Захарчука та ін. Серед вчених, що займаються даною проблематикою існують різноманітні погляди.

Ю. С. Коваленко визначає економічну ефективність як складну економічну категорію, яка розглядається в органічному зв'язку з досягненням соціальних результатів та соціального ефекту. У ній відображається одна з найважливіших сторін суспільного виробництва — результативність, яка вказує на кінцевий корисний ефект від застосування засобів виробництва і живої праці [1].

М. О. Мікуліна визначає ефективність виробництва як узагальнюючу економічну категорію, якісна характеристика якої відображається у високій результативності використання живої та уречевленої праці в засобах виробництва [2].

О. В. Захарчук стверджує, що підвищення економічної ефективності сільського господарства передбачає збільшення виробництва і підвищення якості сільськогосподарської продукції при одночасному зменшенні затрат праці та матеріальних засобів на одиницю продукції [1].

Завдання автора полягає в тому, щоб розглянути економічну ефективність виробництва продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах, визначити основні проблеми і надати рекомендації щодо їх вирішення.

Метою написання статті є дослідження стану та ефективності виробництва продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах Сумської області.

Серед комплексу проблем, пов'язаних з розбудовою сільськогосподарського виробництва, однією із найважливіших є соціально-економічний розвиток села. До основних заходів, спрямованих у цьому напрямку, відносяться: поліпшення добробуту населення; збільшення його доходів і підвищення рівня оплати та престижності селянської праці; розвиток у всіх сільських населених пунктах соціальної інфраструктури; розвиток дорожнього будівництва; поліпшення житлових і комунальних умов [1]. Проведення аграрної реформи вимагає значних змін в інфраструктурі ринку і випуску конкурентоспроможної продукції при зниженні її собівартості.

За останні роки область дещо покращила свої позиції в загальнодержавному сільськогосподарському виробництві. Так, виробництво валової продукції сільського господарства в 2005 році порівняно з 2000 роком збільшилося лише на 0,3%. Це відбулося в основному за рахунок галузі рослинництва, де валова продукція підвищилася на 0,9%, тоді як валова продукція тваринництва знизилася на 0,6%.

Найбільш кризовим роком для аграрного сектору Сумської області був 2003 рік, коли виробництво валової продукції сільського господарства скоротилося на 4,4% порівняно з 2000 роком, до 1992,5 млн грн (у порівняльних цінах 2000 р.) Проте вже в 2004 році спад виробництва припинився, і в області почалося стабільне нарощування обсягів сільськогосподарського виробництва. У 2004 році виробництво валової продукції становило 2174,4 млн грн, що на 9,1% більше рівня 2003 року, а в 2005 році виробництво валової продукції склало 2010,6 млн грн, що на 3,8% більше рівня 2005 року.

Трансформація аграрного сектору в області, як і в цілому по Україні, суттєво змінила співвідношення між різними формами організації виробництва і власності в сільському господарстві. Офіційна статистика розрізняє в сільському господарстві два сектори: сільськогосподарські підприємства та господарства населення. Цей поділ дуже умовний, хоча він деякою мірою може дати уявлення про розвиток підприємств у реформованому середовищі колишнього суспільного сектору та господарств населення, які теж знаходяться у стадії трансформації.

В області реформовані всі існуючі колективні господарства, в результаті чого з'явилися нові організаційні форми: сільськогосподарські товариства з обмеженою відповідальністю, приватні підприємства, кооперативи, акціонерні товариства та фермерські господарства. Основна маса сільгосп-підприємств зберегла в ході реформування цілісність своїх земельних і майнових комплексів.

Як уже зазначалося, для сільськогосподарських підприємств Сумської області характерним є значне скорочення виробництва продукції тваринництва і часткове зростання продукції рослинництва (табл. 1).

Таблиця 1

**Виробництво основних видів продукції рослинництва
в сільськогосподарських підприємствах Сумської області, тис. тонн**

Вид продукції	2000 р.	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005р.	2006р.	2007 р.	Відхилення 2007 р. від 2000 р.(+-)
Зерно	868,0	1094,8	1192,9	712,8	1134,9	981,0	774,1	1119,7	+251,7
Цукрові буряки	700,4	628,6	579,6	721,3	679,0	528,3	789,4	447,6	+252,8
Соняшник	38,7	14,8	25,1	32,8	12,1	25,9	31,9	53,2	14,5
Картопля	6,4	7,6	4,8	5,4	6,3	4,7	4,3	6,8	+0,4
Овочі	14,1	6,3	6,7	7,9	6,3	6,1	6,9	7,2	-6,9

Разом з тим у 2006 році порівняно з 2005 роком суттєво зросло виробництво соняшника та цукрового буряка на 23% та 49,4% відповідно. А щодо виробництва продукції в 2007 році порівняно з 2006 роком, то обсяги мають тенденцію до зростання. Зокрема, виробництво зерна, соняшника, картоплі та овочів підвищилося на 44,6%, 66,8%, 58% та 4% відповідно. А валовий збір цукрового буряка за цей же період зменшився майже вдвічі.

Збільшення виробництва продукції рослинництва відбулося, як правило, за рахунок зростання посівних площ. Так, у сільськогосподарських підприємствах області в 2007 році посіви зернових зросли порівняно з 2006 роком на 14%, картоплі – на 50%. Але відбулося скорочення посівних площ цукрового буряка і соняшника на 9,5 тис. га та 0,2 тис. га відповідно [3, с. 9].

При цьому врожайність практично всіх культур у сільськогосподарських підприємствах області в 2007 році значно підвищилася порівняно з попередніми роками. (табл. 2). Аналізуючи динаміку врожайності в сільськогосподарських підприємствах за останні вісім років, можна помітити яскраво виражену тенденцію до її зростання.

Таблиця 2

**Урожайність основних сільськогосподарських культур
у сільськогосподарських підприємствах Сумської області, ц /га**

Культури	2000 р.	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	Відхилення 2007 р. від 2000 р.(+-)
Усього зернових і зернобобових культур	17,6	21,0	25,6	18,0	24,9	21,0	18,5	23,6	6,0
Кукурудза на зерно	29,8	22,1	28,1	29,9	30,6	43,6	35,0	37,8	8,0
Цукрові буряки (фабричні)	164,3	156,4	184,1	178,3	180,6	216,8	278,0	237,0	72,7
Соняшник на зерно	9,6	6,0	9,4	8,9	5,9	9,5	10,3	17,2	7,6
Льон-довгунець (волокно)	6,4	5,3	3,9	3,2	5,5	6,1	6,3	3,4	-3,0
Конопля (волокно)	5,1	4,8	7,1	5,4	3,9	3,4	3,6	2,6	-2,5
Картопля	90,9	86,6	70,6	114,0	110,0	108,9	106,0	116,0	25,1
Овочі	125,1	96,6	110,2	147,6	175,5	272,0	301,0	448,0	322,9
Кукурудза на силос та зелений корм	181,4	137,1	139,9	191,5	145,5	182,7	191,0	191,0	9,6
Багаторічні трави посіву минулих років: на сіно	18,4	25,2	24,1	21,3	26,5	22,9	27,9	24,3	5,9
на зелений корм	144,0	149,9	157,5	143,6	182,0	133,2	186,0	152,0	8,0

Розрахунки зроблено за даними Головного управління статистики у Сумській області [4].

Тобто можна говорити про те, що, скорочуючи посівні площі, сільськогосподарські підприємства області разом з тим у цілому більш ефективно використовують наявні сільськогосподарські угіддя. Також було проаналізовано характер тенденцій у зміні рівня прибутковості продукції рослинництва (табл. 3).

Таблиця 3

Економічна ефективність виробництва в сільськогосподарських підприємствах Сумської області

Показники	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.
Прибуток (збиток) від реалізації сільськогосподарської продукції, тис. грн	-32 287,4	-31 699,1	-70 907,7	+79 904,0
у тому числі: продукції рослинництва	30 199,4	2 581,5	10 187,7	147 672,0
продукції тваринництва	-62 497,2	-34 280,6	-81 307,4	-67 767,0
Рівень рентабельності (збитковості) сільськогосподарської продукції, %	-4,9	-4,6	-9,0	+9,2
у тому числі: продукції рослинництва	8,3	0,7	2,3	28,2
продукції тваринництва	-20,9	-10,4	-23,3	-19,4

Розрахунки зроблено за даними Головного управління статистики у Сумській області [4].

Головними факторами, що вплинули на збитковість виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції, є висока собівартість виробництва та несприятлива цінова кон'юнктура. Тому для збільшення прибутковості виробництва потрібно або мати можливість отримувати більшу ціну за реалізовану продукцію, або ж намагатися знизити її собівартість [5, с. 106].

У сільському господарстві витрати на виробництво продукції відшкодовуються виручкою від реалізації. Загалом, матеріальні витрати, які входять у собівартість виробництва сільськогосподарської продукції, складають 64% в рослинництві та 75% в тваринництві. Така висока частка пояснюється завищеними цінами на матеріально-технічні ресурси. У 2007 році порівняно з 2004 роком ціни на матеріально-технічні ресурси зросли у шість разів [2].

Так, за аналізований період сільськогосподарські підприємства Сумської області отримували збитки від реалізації сільськогосподарської продукції і лише в 2007 році прибуток склав 79 904 тис. грн. Це в основному відбулося за рахунок прибутковості галузі рослинництва, тоді як галузь тваринництва весь час залишається збитковою і збиток від реалізації продукції тваринництва має тенденцію до збільшення. Аналогічна ситуація і з рівнем рентабельності, який у 2007 році склав 9,2%, тоді як в 2006 році рівень збитковості становив 9%.

Загальновідомо, що ціноутворення в ринковій економіці відбувається під впливом попиту і пропозиції, і можливості кожного окремого суб'єкта господарювання впливати на рівень цін є досить обмеженими. За цих обставин єдиним способом підвищення прибутковості виробництва є скорочення собівартості. Дослідженнями встановлено, що саме ці показники мають значний вплив на рівень рентабельності (рисунок).

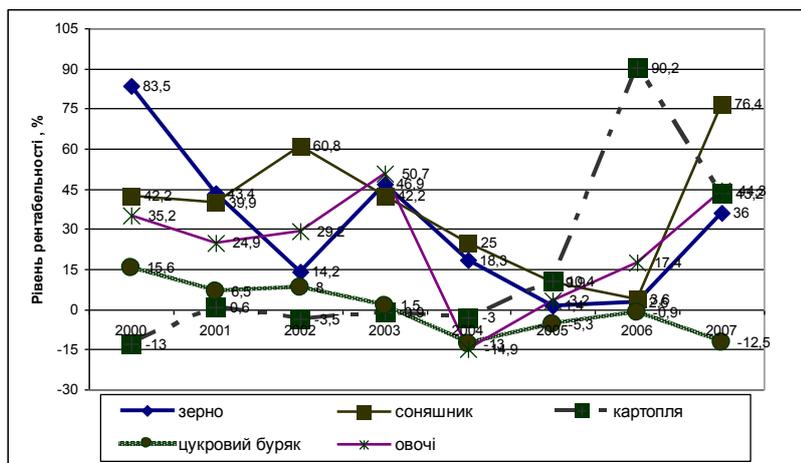


Рис. Рівень рентабельності основних видів продукції рослинництва в сільськогосподарських підприємствах Сумської області, % (розраховано за даними головного управління агропромислового розвитку Сумської облдержадміністрації [6])

Отже, найбільш рентабельним серед продукції рослинництва в 2006 році було виробництво картоплі, овочів, соняшнику, де рівень рентабельності склав 90,2%, 17,4% та 3,6% відповідно. Однак, рентабельність у 2006 році порівняно з 2000 роком по соняшнику скоротилася на 38,7 п. в., зернових – на 80,9 п. в, а по овочах – на 17,5 п. в. Найбільший рівень збитковості мають сільськогосподарські підприємства з реалізації цукрового буряка – 0,9%. Хоча рівень збитковості цукрових буряків значно скоротився в 2006 році порівняно з 2005 роком на 4,4 п. в. Однак в 2007 році порівняно з 2006 роком спостерігається значне збільшення рентабельності зерна, соняшника та овочів на 33,4 п. в., 72,8 п. в. та 26,9 п. в. відповідно, що пояснюється різким зростанням ціни реалізації та незначним збільшенням обсягів реалізації.

Отже, сільське господарство на сьогоднішній день знаходиться в скрутному становищі. Незважаючи на тенденцію до нарощування виробництва продукції рослинництва, ефективність має досить низькі показники. У ринкових умовах підвищення економічної ефективності виробництва продукції може відбуватися завдяки формуванню стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств, дослідження методів зниження собівартості продукції. Ефективність цих заходів буде залежати від підтримки сільськогосподарського виробництва як на державному, так і регіональному рівнях, що дасть можливість сільськогосподарським підприємствам отримувати достатній прибуток і підвищити ефективність галузі рослинництва і сільського господарства в цілому.

Література: 1. Захарчук О. В. Ринок зерна: проблеми і сподівання / О. В. Захарчук, В. С. Шовкалюк // Економіка АПК. – 2003. – №3. – С. 116 – 121. 2. Глушаченко А. І. Ефективність виробництва в аграрному секторі: проблеми і тенденції / А. І. Глушаченко, М. О. Мікуліна // Вісник СНАУ. – 2001. – №1. – С. 140 – 144. 3. Бойко В. І. Обґрунтування регіонального розміщення виробництва зерна / В. І. Бойко, Н. Л. Касьянова // Економіка АПК. – 2002. – №5. – С. 9 – 13. 4. Сільське, лісове господарство та мисливство області у 2007 році: Статистичний збірник. – Суми: Сумське обласне управління статистики, 2008. 5. Бойко В. І. Зерно і ринок: Монографія. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 312 с. 6. Основні показники розвитку сільського господарства Сумської області за 2000 – 2007 роки. Сумська обласна державна адміністрація. Головне управління агропромислового розвитку. – Суми, 2008. 7. Месель-Веселяк В. Я. Розвиток форм господарювання: досягнення проблеми // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – №10. – С. 99 – 102. 8. Коваленко Ю. С. Факторний аналіз економічної ефективності аграрних підприємств України // Економіка АПК. – 2007. – №4. – С. 60 – 67.

ВЛАСНІСТЬ НА ЗЕМЛЮ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ ВІДНОСИНАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Земельні відносини – це одна з найважливіших сторін виробничих відносин у різних суспільно-економічних формаціях у зв'язку з володінням, користуванням і розпорядженням землею як основним засобом виробництва та невід'ємною умовою праці, і тому особливе місце займає проблема їх управління. В умовах ринкового господарювання без урахування землі як ресурс-активу ефективне функціонування підприємства як економічної системи неможливе. Однією з передумов ефективного управління земельними відносинами є широке застосування сучасних інформаційних технологій, які включають інтегровані бази даних земельного кадастру та програмні засоби підтримки процесу прийняття рішень.

Теоретико-методологічні та методичні аспекти управління земельними відносинами досліджували Г. Д. Гуцуляк, В. Я. Месель-Веселяк, М. М. Федоров [1], А. М. Третяк [2], Л. Я. Новаковський [3], П. Т. Саблук [4], О. С. Дорош [5] та інші вчені.

На думку Г. Д. Гуцуляка, земельні відносини визначають форми власності на землю та інші засоби виробництва, а також характер володіння й користування землею, ступінь і раціональність використання землі та інших засобів виробництва.

"Земельні відносини, управління земельними ресурсами, — доводить академік Л. Я. Новаковський, — в умовах державного регулювання ринкової економіки завжди були і залишаються найголовнішими" [3].

А. М. Третяк, розширяючи сутність управління земельними ресурсами в ринкових умовах, доповнює, що це "процеси реєстрації і розповсюдження інформації про власність на землю, вартість і використання землі та пов'язаних з нею ресурсів" [2]. Незважаючи на значне коло публікацій, актуальними залишаються такі питання, як подальший розвиток економічного механізму управління земельними відносинами, забезпечення включення землі в економічний обіг, визначення механізмів застосування оренди та застави тощо.

Мета дослідження – визначити поняття власності на землю та її форми; розглянути як реалізується право власності на землю на прикладі Сумського регіону; прослідкувати динаміку оренди та продажу земель; обґрунтувати необхідність створення та становлення ринку земель. Від остаточного вирішення проблем власності на землю залежить подальший соціально-економічний розвиток України.

Управління земельними відносинами – це процес постійного удосконалення земельних відносин, землекористування і землеволодіння, землевпорядкування території і землеустрою підприємств, оптимізації розподілу земель між галузями господарського комплексу і раціоналізації їх використання в кожній з них, розробка і впровадження комплексу заходів з охорони земельного фонду та підвищення продуктивності й економічної ефективності використання сільськогосподарських угідь на принципах сталого розвитку [5, с. 77].

Основою земельних відносин виступає власність на землю. Пронизуючи всі економічні явища і процеси, власність обумовлює їх специфіку, визначаючи при цьому не тільки особливості поведінки економічних суб'єктів, а також їх місце і роль у суспільному виробництві.

Тільки через власність створюється можливість найповнішої реалізації інтересів громадян. Лише власники землі, намагаючись максимально збільшити свій прибуток, використовуватимуть землю якомога ефективніше, здійснюватимуть значні капіталовкладення як у поліпшення земельних ресурсів, так і в розвиток інфраструктури, що тісно пов'язано зі зростанням вартості приватних земельних ділянок.

Власність в Україні існує в різних формах. У ст. 78 Конституції України визначені форми власності на землю, згідно з якими земля в Україні може перебувати у приватній, комунальній або державній власності.

З часу проведення земельної реформи у Сумській області відбулися значні зміни в структурі земельної власності. Станом на 01.01.08 р. у державній власності залишилось 1164,9 тис. га земель переважно землі лісового, водного фонду та природоохоронного і рекреаційного призначення. Розподіл земельного фонду Сумської області наведений на рис. 1.



Рис. 1. Розподіл земельного фонду Сумської області за формами власності (станом на 01.01.08 р.)

Щодо розподілу земель сільськогосподарського призначення, то станом на 01.01.08 р. у державній власності залишається 28,9% сільськогосподарських угідь області, які використовуються переважно для забезпечення наукової діяльності, в навчальних цілях, а також для ведення насінництва, племенного господарства, вирощування лікарських рослин, виробництва.

Змінилася структура землеволодінь і землекористувань, запроваджена плата за землю, оренда земельних ділянок, їх купівля-продаж, дарування, обмін. Тисячі громадян області безоплатно отримали земельні ділянки у приватну власність. Практично завершено процес оформлення державних актів на право власності на земельну ділянку, що підтверджується даними, наведеними в таблиці.

Таблиця

Інформація щодо видачі державних актів у Сумській області (станом на 01.04.08 р.)

Назва адміністративно-територіальних утворень	Кількість власників права на земельну частку (пай)	Кількість громадян, яким видано сертифікати	Необхідно видати державних актів	Видано державних актів громадянам взаємін сертифікатів		Не видано державних актів
				усього	%	
Білопільський	19 348	18 804	17 455	17 413	99,8	42
Буринський	18 411	17 889	16 357	16 255	99,4	102
Великописарівський	12 824	12 483	11 367	11 367	100,0	0
Глухівський	19 414	18 908	15 565	15 565	100,0	0
Конотопський	20 540	19 978	19 316	19 316	100,0	0
Краснопільський	13 034	12 710	11 760	11 735	99,8	25
Кролевецький	14 296	13 670	9 986	7 093	71,0	2893
Лебединський	17 319	16 955	15 718	15 718	100,0	0
Липоводолінський	14 533	13 842	12 933	12 710	98,3	223
Недригайлівський	17 218	16 887	15 634	15 611	99,9	23
Охтирський	16 720	16 418	15 755	14 992	95,2	763
Путівльський	11 916	11 605	9 631	8 524	88,5	1107
Роменський	24 628	23 805	21 539	21 534	100,0	5
С.-Будський	7 790	6 939	4 832	4 832	100,0	0
Сумський	21 125	20 782	19 406	19 383	99,9	23
Тростянецький	11 199	10 657	9 148	9 106	99,5	42
Шосткинський	9 831	9 429	7 007	5 981	85,4	1026
Ямпільський	7 028	6 582	3 612	3 612	100,0	0
м. Конотоп	598	582	582	582	100,0	0
м. Лебедин	805	805	758	758	100,0	0
м. Суми	848	848	838	838	100,0	0
м. Глухів	741	741	734	734	100,0	0
Усього:	280 166	271 319	239 933	233 659	97,4	6274

На сьогодні майже 233,7 тисячам селян — власникам земельних часток (паїв) – видані державні акти взаємін сертифікатів і для них — власників реальних земельних ділянок, земельні відносини вийшли на якісно інший рівень. Загальна площа приватизованих земельних ділянок складає 128,1 тис. гектарів. Одночасно здійснюється приватизація громадянами земельних ділянок, наданих їм для ведення особистого селянського господарства.

Головним важелем економічного регулювання земельних відносин є механізм плати за землю. За його допомогою держава впливає на економічні інтереси землевласників та землекористувачів, спонукає їх відшкодовувати ефективне використання землі. На орендних умовах в Сумському регіоні використовуються 170,7 тис. земельних паїв на загальній земельній площі 581,4 тис. га.

Як свідчить рис. 2, в основному сільськогосподарські угіддя знаходяться в оренді господарств – правонаступників недержавних сільськогосподарських підприємств (53,8% договорів).

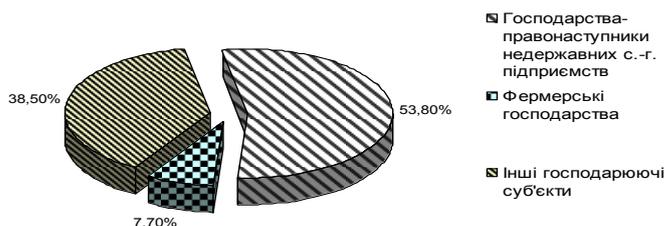


Рис. 2. Оренда земельних часток, %



Як показав час, право оренди земельних ділянок ще не гарантує ефективне землекористування, а лише може гарантувати право власності. Тому цілком природно, що наступним етапом розвитку земельних відносин стала приватизація земельних ділянок несільськогосподарського призначення шляхом викупу.

Станом на 01.01.08 р. продано 1 392 земельних ділянок площею 296,86 га вартістю 33,53 млн. грн. Надходження до бюджету зростають щорічно. Якщо в 1997 році загальна сума надходження коштів склала 16,37 тис. грн., в 1998 році – 224,2 тис. грн., а вже в 2007 році – 4,9 млн. грн. На рис. 3 наведено динаміку надходження коштів до бюджетів всіх рівнів.

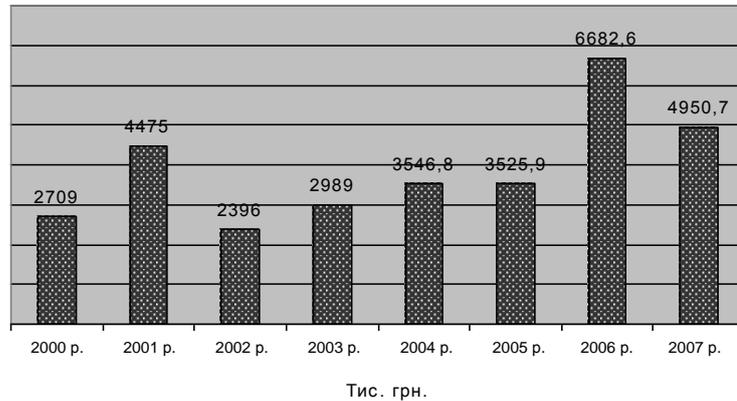


Рис. 3. Динаміка надходження коштів від продажу земельних ділянок несільськогосподарського призначення

Характерною ознакою сучасного етапу розвитку земельних відносин стало те, що істотно змінилася структура покупців. Якщо в попередні роки в основному купувалися земельні ділянки під невеликими комерційними об'єктами, то починаючи з 2000 року в приватизаційний процес включилися великі підприємства.

Діапазон вартості 1м² проданих у 2007 році земельних ділянок не сільськогосподарського призначення коливається від 6,15 грн до 162,04 грн. Найвищі середні ціни 1м² земельних ділянок для комерційного призначення в 2007 році склалися в м. Суми 114,6 грн, Охтирка – 82,29 грн, Шостка – 46,52 грн, Тростянецькому – 36,23 грн, Путивльському – 33,37 грн, Недригайлівському районах – 31,55 грн. Найнижчі ціни склалися в Білопільському та Шосткінському районах, 6,15 грн та 7,02 грн відповідно.

У результаті реформування колективних сільськогосподарських підприємств і наступної трансформації організаційно-правових форм новостворених підприємств в області з'явився досить широкий спектр агровиробничих формувань ринкового типу. Однак, новостворені формування ще не мають належно оформлених, юридично та технічно закріплених землеволодінь, що не дає їм можливості здійснювати планування своєї діяльності на перспективу.

Розглянуті в статті форми власності на землю мають свої переваги та недоліки. Однак, незалежно від цього вони повинні забезпечувати раціональне і ефективне використання земельних ресурсів. Саме власність на землю є тією силою, яка може стати як стимулятором розвитку виробництва та суспільства, так і гальмом.

Із запровадженням в Україні приватної власності на землю докорінно змінилися земельні відносини. Приватизація земельних ділянок унаслідок недостатнього законодавчого забезпечення, через відсутність належного контролю з боку держави й корумпованість значної частини працівників державних органів та органів самоврядування призвела до масових порушень земельного законодавства, захоплення під забудову особливо цінних земель. Роздержавлення і приватизація земель, поява приватних власників земельних ділянок вимагають нових підходів до регулювання земельних відносин, включаючи необхідність створення та функціонування цивілізованого й регульованого державою ринку земель та їх охороною.

Література: 1. Месель-Веселяк В. Я. Організаційно-правове забезпечення реформування земельних відносин в аграрній сфері (підсумки і проблеми) / В. Я. Месель-Веселяк, М. М. Федоров // Землевпорядний вісник. – 2003. – №3. – С. 24 – 31. 2. Третяк А. М. Земельна політика та земельні відносини: соціально-економічні і духовні аспекти розвитку. – К.: ННЦІАЕ, 2007. – 186 с. 3. Новаковський Л. Я. Соціально-економічні проблеми сучасного землекористування. – К.: Урожай, 2007. – 276 с. 4. Саблук П. Т. Розвиток земельних відносин в Україні. – К.: ННЦ "ІАЕ", 2006. – 396 с. 5. Дорош О. С. Управління земельним ресурсами на регіональному рівні. – К.: ТОВ "ЦЗРУ", 2004. – 142 с.

МЕТОДОЛОГІЯ МАРЖИНАЛЬНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Зростання цін – це наразі болюче питання для нашої країни. Підприємства запевняють населення, що без підвищення цін зупиниться виробництво, що без додаткових доходів від зміни цін неможливо покрити поточні витрати й розвивати виробничий процес, неможливо оновлювати фонди, устаткування, засоби виробництва. Знос основних фондів, дійсно, у багатьох галузях значний. Але для його реновації не звертається увага на інші джерела відшкодування, крім інтересів кінцевих масових споживачів. Адже крім підвищення цін існує чимало інших способів пошуку коштів на розвиток, про які мовчать менеджери підприємств, наприклад, амортизація та "переамортизація", відсутність стимулів до економії витрат чи енергозбереження, розподіл прибутку на інвестиційну та споживацьку частини, позикові кошти, випуск акцій тощо.

Уся справа в монопольному положенні в нових умовах переходу до ринку, які хотіли б використати багато товаровиробників. Теоретичні аспекти монопольного господарювання поки що мало досліджені, специфіка монополізму в наших умовах рідко вивчається [1; 2]. По-перше, тому що є протиріччя в класичній теоретичній спадщині про монопольне господарювання [3]. По-друге, для перевірки теорії потрібні емпіричні дані від підприємств, а вони майже недоступні. По-третє, самі підприємства в зниженні рівня монополізму не зацікавлені, а державні органи не мають у своєму розпорядженні теоретичну базу та законодавчий механізм разом із політичною волею вирішувати подібні проблеми.

Чому в науковій літературі з питань ціноутворення та регулювання затрат переважають неконструктивні точки зору? Багато вітчизняних авторів пропонують встановлювати фіксований рівень рентабельності для підприємств-монополістів [4 – 6]. Це доцільно, але явно недостатньо. Адже невідомо, який рівень рентабельності буде обґрунтованим і достатнім для відтворення, з одного боку, і реально допоможе знизити ціни, з іншого? Чому монопольні підприємства нерідко сприймають фіксування рівня рентабельності як стимул для розширення своїх витрат? Парадокс криється у відсутності протизатратного механізму в монопольних секторах і у звертанні до закономірностей досконалої конкуренції там, де її немає — у сфері недосконалої (монополістичної, олігополістичної) конкуренції. Заклики до підвищення конкурентоспроможності товарів, компаній, країни в цілому дотепер ґрунтуються на використанні законів чистої, абсолютної конкуренції. А її ніде не було й немає. Наявне не зовсім конкурентне середовище зі своїми правилами й механізмами, про які економічна теорія поки мовчить.

Нерідко боротьбу з монопольними цінами розглядають за допомогою рекомендацій розділити підприємство-монополіст на кілька самостійних суб'єктів господарювання так, начебто між ними неможлива негласна змова та подальше олігополістичне підвищення цін, характерне для типового картелю.

Антимонопольне законодавство, в принципі, призначено для запобігання небезпечних наслідків монопольної діяльності, однак антимонопольна практика в нашій країні не дає відчутних результатів тому, що надійних кількісних критеріїв оцінки неприпустимого, недоцільного, необґрунтованого монополізму не вистачає. Доречне питання: хіба монополізм може бути припустимим, доцільним, прийнятним? З погляду маржинального підходу — так, може бути, оскільки пропонується залучення кількісного критерію розмежування монополізму прийнятного від недоцільного.

У чому полягає сенс нової методології ціноутворення? Відомо, що будь-який товаровиробник прагне (і правильно робить) до монопольного положення в реалізації свого товару. Монополізм є невід'ємною властивістю ринкового поводження; його пропорція з конкуренцією утворює спосіб господарювання будь-якої фірми, що закріплюється в законодавчо встановлених формах господарювання. Тому, дотримуючись діючого законодавства, можна мимоволі порушувати економічні закони: вся справа в кількісному співвідношенні монополізму з конкурентними формами, яка з них домінує — монополізм або конкуренція. У наших умовах пострадянського господарювання, коли централізоване адміністративно-командне управління насаджувало у виробництві велику концентрацію й монополю поведінку єдиного державного власника, то абсолютний, нічим не обмежений, ніким не регульований монополізм зберігся в "радянській крові", в управлінському мисленні та в намірах багатьох директорів підприємств. Більше 40% економіки України дотепер поглинені великими монопольними підприємствами. Їх перевага особливо небезпечна в галузях, де випускаються товари масового виробничого й споживчого призначення, тому що до цих цін болісно чутливі всі покупці.

Західна теоретична думка не стикалася з таким рівнем історично сформованого монополізму, який дістався від радянської спадщини. Економічна теорія на Заході з 1932 р. не займалася специфікою й закономірностями недосконалої конкуренції. Для нас ці закономірності стали зараз визначальними, в історичному плані навіть вирішальними.

Головне в цих закономірностях — відсутність протизатратного механізму в процесі господарювання монопольних суб'єктів, тобто відсутність того самого стримуючого механізму й обмежува-



льного бар'єра, що встановлювала б досконалу конкуренцію. Не вдаючись у великі міркування, виділимо основні результати, що характеризують закономірності недосконалої конкуренції й разом з тим умови об'єднання суперечливих інтересів товаровиробника, споживачів, суспільства.

По-перше, у кожному акті обміну крім інтересів виробника й споживачів містяться інтереси ще одного невидіманого учасника — інтереси суспільства, пов'язані з раціональним використанням і розміщенням (алокацією) усіх ресурсів, оскільки виробничі ресурси обмежені та субституційні. Тільки в чистій конкуренції можна було б стверджувати, що те, що вигідно суспільству, одночасно вигідно й виробникові та споживачеві, та що корисність суспільству збігається з корисністю для виробників і споживачів. У цьому аспекті дотепер вважається, що максимізація прибутку підприємством-монополістом є необхідною й вигідною в інтересах суспільства, а втрати населення неминучі та об'єктивні.

По-друге, підмінюючи закономірності недосконалої конкуренції принципами чистої, абсолютної конкуренції, дотепер використовується оцінка господарювання монополістів з перевищення поточних доходів над поточними затратами. Цей підхід дає монополю владу виробникові, виправдовує його рентоорієнтовну поведінку, приховує його щирі можливості в неприборканому розширенні затрат, пов'язаних з невидимими, але цілком реальними трансакційними витратами. Для суспільства обмеження рівня рентабельності монополістів має сенс тільки при обчисленні рівня суспільно необхідних витрат для даного підприємства. Тільки за такою умови обмеження рентабельності може дати очікуваний ефект у зниженні цін.

По-третє, будь-які обмеження повинні бути обґрунтованими, однозначно певними, не суб'єктивними, а кількісно вимірюваними, щоб виключити свавілля чиновників і двозначність тлумачення. Пропонований авторами механізм обмежень і пов'язані з ним розрахунки прозорі й доступні кожному суб'єктові господарювання чи регулювальному органу, хоча й не мають вигляд примітивності та простоти.

По-четверте сполучити інтереси трьох учасників з мінімальними жертвами можливо в точці рівноваги попиту – пропозиції з позицій суспільства, що характеризує рівень мінімальних суспільно прийнятних витрат і раціональну алокацію залучених підприємством ресурсів. Така точка рівноваги відповідає перетинанню кривої пропозиції (це крива маржинальних витрат MC даного виробництва) і кривої середніх витрат даного виробництва (це крива AC). Потрібно тільки правильно встановити цю криву й знайти точку їх перетину.

Крива пропозиції MC апроксимується з реальних бухгалтерських даних про затрати даного підприємства за кілька послідовних періодів (можна щомісячно, поквартально або за роками), розраховуючи на одиницю випущеного товару. При цьому важливо врахувати операції перетворення затрат підприємства у видатки й далі — у повні витрати на основі поточної депозитної ставки банківського відсотка (усередненої за рядом комерційних банків) або поточного індексу промислових цін (рівня інфляції за промисловими товарами), зіставленого з поточним рівнем типових ризиків. Потім застосовуються математичні співвідношення між маржинальними та інтегрально середніми величинами, подібно співвідношенню локальної та глобальної швидкостей на маршруті руху будь-якого матеріального тіла. Крива маржинальних величин MC перетинається із кривою відповідних середніх величин AC у точці мінімальних AC , що дозволяє зрівняти функцію MC із функцією AC для обчислення рівня суспільно необхідних для даного виробництва витрат. Цей рівень витрат відповідає суспільно прийнятним витратам на виробництво даного товару, утворюючи його вартість на відміну від ціни, і збігається з тим протизатратним бар'єром, що могла б установити зроблена конкуренція. Таким чином, виходить штучне відтворення того самого конкурентного тиску та стихійного ринкового ціноутворення за допомогою "невидимої руки ринку", які саме в середовищі недосконалої конкуренції порушуються, терплять "провали", обриваються. Але моделювати їх тепер аналітично можливо.

По-п'яте, виходить, що з позицій суспільства державні органи можуть відтворювати ринковий механізм там, де він порушується домінуванням монополювальної влади. Отже, державні органи можуть впливати не шляхом суб'єктивного чи довільного втручання в діяльність монополій, а впливати на основі науково обґрунтованого конструювання ринкових алгоритмів і закономірностей досконалої конкуренції, виявляючи вартість монопольних товарів і вводячи протизатратний механізм, тим самим, стримуючи зростання затрат товаровиробника. Це особливо важливо в галузях видобутку та виробництва енергоресурсів, транспортних тарифів, цін на товари виробничого чи масового призначення (бензин, зерно), тарифів на житлово-комунальні послуги, тарифів на товари природних монополій.

По-шосте, співвідношення $AC:MC$ для даного підприємства, розраховане в короткострокових або довгострокових значеннях, показує на стан ефекту від масштабу випуску товару й характеризує до того ж рівень прийнятності або неприйнятності монополізму даного суб'єкта господарювання. Значення даного розрахунку полягає в тому, що нині діючий у практиці Антимонопольного комітету спосіб виявлення монополістичного положення фірми варто доповнити ще одним кількісним критерієм.

Зрозуміло, що науково-теоретичні пропозиції важливо піддати масовій емпіричній перевірці на реальних даних конкретних суб'єктів господарювання. Доступ до бухобліку монопольних підприємств ускладнений і можливий тільки за допомогою органів державної влади, в першу чергу, на підприємствах із природно монополювальною складовою. Для здійснення розрахунків достатні дані про річні обсяги випуску товару й річних витрат підприємства на цей випуск (виробництво та реалізацію) за кілька послідовних періодів відповідно до фінансової звітності суб'єкта господарювання (річна форма №2). Подальші математичні маніпуляції в принципі розкриті в роботі [7] й здійснюються за до-

помогою типових комп'ютерних операцій в Excel. Ніяких додаткових програмних продуктів не потрібно. Оскільки методологія заснована на співвідношенні маржинальних і середніх витрат підприємства, то в ідеалі кількість періодів спостереження повинна відповідати строку реновації основних фондів, задіяних у виробництві даного товару.

Література: 1. Базилевич В. Д. Природні монополії / В. Д. Базилевич, Г. М. Филук. – К.: Знання, 2006. – 367 с. 2. Бертон Мэлкен. Гипотеза эффективного рынка // Экономическая теория: Пер. с англ / Под ред. Дж. Итуэлла. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 262 – 272. 3. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. Пер. с англ. – М.: Дело ЛТД, 1994. – 670 с. 4. Бокарева М. А. Монополии и антимонопольное регулирование: опыт, проблемы, решения. – М.: НИИПИИ, 1991. – 147 с. 5. Бутыркин А. Я. Естественные монополии: теория и проблемы регулирования. – М.: Новый век, 2003. – 153 с. 6. Дерябина М. Реформирование естественных монополий // Вопросы экономики. – 2006. – №1. – С. 102 – 121. 7. Институциональная архитектура и динамика экономических изменений / Под ред. д. э. н. А. А. Гриценко. – Харьков: Форт, 2008. – С. 544 – 570.

УДК 338.51

Мельник А. О.

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Протягом останніх років дедалі більше вітчизняних підприємств приймають зарубіжний досвід управління підприємством, упроваджуючи технологію трансфертного ціноутворення (ТЦ). Використання трансфертних цін завжди супроводжується виникненням певних ризиків, аналіз яких є необхідним у процесі проведення політики ТЦ вищим керівництвом. Основною метою управління ризиками ТЦ (далі – трансфертні ризики) є постійний контроль їх рівня й мінімізація, спрямована на підвищення ефективності діяльності підприємства. З оглядом на вищезазначене, актуальність питання управління ризиками ТЦ є безперечною.

Проведений аналіз економічної літератури [1 – 4] й практичної діяльності вітчизняних підприємств свідчить, що завдання управління даними ризиками недостатньо детально досліджено. Цим обумовлюється необхідність вивчення їх величини, виявлення найбільш значущих з них, визначення сфери виникнення, розробки рекомендацій з мінімізації.

Метою статті є розвиток управління ризиками трансфертного ціноутворення шляхом вирішення таких завдань: вивчення сфери виникнення, систематизація трансфертних ризиків, розробка напрямів їх мінімізації як інструменту захисту підприємства від впливу несприятливих факторів у процесі ТЦ.

Наступ ризикових подій у процесі ТЦ пов'язаний, як правило, із затримками в його реалізації, тому основною метою управління ризиками є постійний моніторинг і зниження ймовірності наступу ризикових ситуацій при проведенні даної політики. В управлінні трансфертними ризиками, яке доцільно доручити планово-економічному та фінансовому відділам, можливо виділити три етапи:

- 1) ідентифікація, визначення змісту потенційних ризиків;
- 2) оцінка ризиків методами теорії ймовірності й математичної статистики;
- 3) розробка способів захисту підприємства від них.

Виникнення ризиків обумовлене впливом як внутрішніх факторів – складність процесу (значні трудові, матеріальні ресурси, витрати часу), відсутність досвіду впровадження, особистісні фактори співробітників (низький рівень кваліфікації, корпоративної культури, консерватизм), недосконалість апаратного, програмного забезпечення, так і зовнішніх – зміна ринкових умов, податкового законодавства та ін.

Отже, у процесі реалізації ТЦ підприємство зіштовхується із зовнішніми (ринковими, податковими, інвестиційними та ін.) й внутрішніми ризиками. На відміну від внутрішніх ризиків, управління зовнішніми ризиками докладно вивчено в економічній літературі [1 – 3]. Так, специфіка ринкового ризику полягає в ризику втрат, пов'язаних зі змінами ринкових цін. При податковому ризику величина трансфертної ціни може виходити за межі норм податкового законодавства країни, що спричиняє виникнення різних санкцій, виплату штрафів. З цим ризиком тісно пов'язаний ризик упущеної вигоди, коли рівень трансфертних цін підприємства перебуває в законодавчих межах, але не є оптимальним для збільшення його прибутку.

Технічні ризики виникають унаслідок недоліків в управлінні, помилок у проектуванні, недостатці кваліфікованих співробітників, зростання видатків на зарплату і т. д. Інвестиційний ризик полягає в можливих фінансових втратах у результаті збільшення термінів окупності й зниження ефективності проекту впровадження ТЦ. Існує ризик розкриття інформації про величину трансфертних цін, особливості ТЦ на підприємстві. Ринкові та юридичні ризики підвищуються при взаємодії підрозділів із зовнішніми контрагентами.

© Мельник А. О., 2008



Вплив внутрішніх ризиків на ТЦ є більш специфічним, ніж зовнішніх, оскільки їх основна частина пов'язана з недоліками в процедурах управління. Дослідження ризиків дозволили сформулювати таку сукупність найбільш значних внутрішніх ризиків:

1. Розпорошення або дублювання функцій між центрами відповідальності, яке призводить до неможливості виділити критерії оцінки їх діяльності, виникає за наявності надмірно складних організаційних структур підприємств, за відсутності чітко встановлених прав, обов'язків, функцій і відповідальності працівників. Усунення ризику потребує перегляду організаційно-функціональної структури, уточнення показників, за які відповідальні центри відповідальності.

2. Використання неефективних методик розрахунку трансфертних цін, мотивації центрів відповідальності – виникають за умови їх невідповідності цілям, завданням, стратегіям управління ТЦ. Так, якщо метою його реалізації є підвищення мотивації керівників і співробітників підрозділів, а як метод розрахунку трансфертних цін обраний ринковий, то він вважається неефективним, оскільки лише фактичний або договірний методи сприяють досягненню даної мети. Як наслідок, викривляється оцінка діяльності підрозділів, приймаються неправильні рішення, знижується продуктивність праці. Тому для зниження цих ризиків необхідно досягти відповідності методики розрахунку трансфертних цін або системи мотивації з цілями і стратегіями впровадження ТЦ на підприємстві. Можлива допомога експерта зі сторони при удосконаленні системи мотивації центрів відповідальності.

3. Відсутність деяких даних, їх невірогідність, у результаті чого втрачаються ресурси на пошук і перевірку даних, найімовірніші на нових ринках, при виробництві нової проміжної продукції, малому досвіді роботи підприємства, а також при недоліках у системах збору і обробки інформації. Рекомендовано проведення аудита даних, оптимізацію інформаційно-керуючих потоків.

4. Неефективний документообіг, програмне забезпечення, які призводять до втрати матеріальних ресурсів і ресурсів часу, відбуваються у випадках, якщо на підприємстві відсутня певна програма інформаційного забезпечення, програмне забезпечення створюється самотужки, часто недостатньо кваліфікованим чином. Серед заходів з мінімізації ризику – переоцінка потреби в програмному забезпеченні, допомога зовнішнього консультанта; удосконалення документообігу.

5. Негативний вплив особистісних факторів співробітників на процес створення ТЦ, який породжує конфліктні ситуації та збільшує строки впровадження, полягає в явному або прихованому опорі співробітників організаційним змінам. Серед основних засобів подолання опору співробітників можна назвати залучення їх до участі в проекті впровадження, додаткове навчання, відкрите спілкування керівництва з ними, спілкування з психологом, проведення кадрових перестановок і призначень.

6. Конфлікт інтересів між центрами відповідальності, який веде до зниження продуктивності праці, виникає природно, оскільки під час взаємодії відділень-покупців і продавців їхні прагнення спрямовані в різні сторони. Даний ризик зростає за умов: невдало обраного методу розрахунку трансфертних цін; занадто жорсткої централізації; нечесної поведінки підрозділу стосовно свого партнера у процесі взаємодії з ним (спроби обдурити, перехитрити, розподілити прибуток на свою користь). Якщо в перших двох випадках потрібно переглянути політику ТЦ у частині методик розрахунку трансфертних цін, то в останньому випадку рекомендується організованим чином вирішувати подібні конфлікти, удосконалюючи механізм внутрішнього арбітражу, чітко проробивши і скорегувавши внутрішнє положення про ТЦ.

7. Свідоме надання підрозділами недостовірних даних вищому керівництву, в результаті чого приймаються неоптимальні для підприємства в цілому рішення, виникає внаслідок впливу багатьох факторів: складного морально-психологічного клімату в колективі й низького рівня корпоративної культури; надмірно жорсткої централізації; відсутності ініціативи в забезпеченні вірогідності, проведенні контролю; використання недоліків у процедурах збору й обробки інформації; відсутності чіткої системи взаємовідносин і відповідальності працівників [5, с. 409 – 411]. Перегляд зазначених факторів допоможе знизити ступінь цього ризику.

8. Установлення неправильних принципів управління з відхилень, пов'язане з недостатнім досвідом менеджменту, внаслідок чого неадекватно оцінюється складена ситуація. Тому політику управління з відхилень раціональніше проводити найбільш кваліфікованим співробітникам і вищому менеджменту відповідно до положення про ТЦ.

9. Часте корегування політики ТЦ вищими посадовими особами здійснюється, як правило, внаслідок застосування ринкового методу розрахунку трансфертних цін на нестабільному ринку, при зміні ринкової кон'юнктури або при недоліках процесу планування його впровадження. Ця ситуація веде до напружених відносин центру з підрозділами, нестабільних внутрішніх цін. Серед напрямів мінімізації ризику – удосконалення механізму внутрішнього арбітражу, положення про ТЦ, методики розрахунку трансфертних цін.

Крім загальних ризиків існують специфічні, дію яких обумовлено особливостями методів розрахунку трансфертних цін. Якісний аналіз даних ризиків дозволив визначити найбільш значущі з них (таблиця).

Таблиця

Взаємозв'язок методів розрахунку трансфертних цін і ризиків трансфертного ціноутворення

Методи розрахунку трансфертних цін	Ризики трансфертного ціноутворення
ринковий	нестабільність ринкових умов необ'єктивна, неповна інформація
договірний	відмова центрів відповідальності від виконання умов договору; встановлення неоптимальної трансфертної ціни для підприємства в цілому
фактичний (витрати плюс прибуток)	неефективна мотивація
витратний	надання вищому керівництву завищених цін

Ризик нестабільності ринкових умов, що приводить до зниження стабільності процесу ТЦ, рекомендується мінімізувати за допомогою встановлення трансфертних цін, рівних середньоринковим у довгостроковому періоді.

Ризик необ'єктивної й неповної інформації, що тягне за собою прийняття правильних управлінських рішень, пропонується знизити шляхом здійснення моніторингу інформаційної бази даних, при складанні якої використовуються декілька інформаційних джерел.

Відмова центрів відповідальності від виконання умов договору, або несвоєчасне виконання, приводить до зриву виробничо-збутової програми, конфліктних ситуацій, для подолання яких потрібно поліпшувати діяльність арбітражної комісії, створювати умови для запобігання подібних ситуацій, використовуючи профілактичні заходи, штрафи й санкції.

Ризик установлення неоптимальної трансфертної ціни для підприємства в цілому веде до втрати його прибутку, щоб уникнути цього, слід підвищувати рівень корпоративної культури, мотивації, поліпшити роботу арбітражної комісії.

Особливого значення для вітчизняних підприємств набувають ризики застосування неефективної мотивації і подання вищому керівництву завищених цін, властиві фактичному й договірному методам розрахунку трансфертних цін. Перший ризик спричиняє прийняття неоптимальних для підприємства рішень. Для його зниження рекомендується регламентувати взаємини між підрозділами за допомогою впровадження відповідного положення, застосовувати процедури розподілу прибутку як між підрозділами, так і між співробітниками усередині підрозділів відповідно до їх внесків у результати діяльності [6].

Другий ризик приводить до завищення кінцевої ціни, зниження конкурентоспроможності підприємства; він мінімізується шляхом підвищення рівня внутрішньфірмової культури, впровадження противитратного механізму ТЦ, за яким підрозділи зацікавлені в зниженні своїх витрат.

Кількісну оцінку величини ризиків пропонується здійснити шляхом експертних оцінок, визначивши значущість і рівень конкретного ризику [7]:

$$R_n = \sum_{i=1}^n K_i N_i$$
$$R_n \rightarrow \min$$

де R_n – рівень сукупних ризиків ТЦ, $R_n \in [0,1]$;

K_i – рівень значущості i -го ризику, $K \in [0,1]$;

N_i – розмір i -го ризику ТЦ, $N \in [0,1]$.

Систематизація трансфертних ризиків створює можливості ефективного застосування відповідних методів і прийомів управління ризиками. Розроблені рекомендації з їх мінімізації дають можливість захистити підприємство від впливу несприятливих факторів, підвищують ефективність проведення політики трансфертного ціноутворення на вітчизняних підприємствах. Серед напрямів подальшого дослідження – аналіз трансфертних ризиків залежно від типу підприємств, галузі діяльності та інших факторів.

Література: 1. Грачов В. І. Класифікація ризиків та управління ними / В. І. Грачов, Т. П. Корда // *Фінанси України*. – 2002. – №10. – С. 56 – 60. 2. Хохлов Н. В. *Управление риском: Учебн. пособ.* – М.: Юнити-Дана, 2003. – 240 с. 3. Уткин Э. А. *Управление рисками предприятия: Учебник / Э. А. Уткин, Д. А. Фролов.* – М.: "ТЕИС", 2003. – 247 с. 4. Смоляк В. А. *Выбор метода оценки рисков предприятия // Экономика развития.* – 2003. – №2. – С. 95 – 98. 5. Шеремет А. Д. *Управленческий учет: Учебн. пособ. – 2-изд., испр.* – М.: ИД "ФБК-Пресс", 2004. – 512 с. 6. Егоршин А. П. *Мотивация трудовой деятельности: Учебн. пособ.* – Н. Новгород: НИМБ, 2003. – 317 с. 7. Мельник А. А. *Формирование стратегического механизма трансфертного ценообразования на предприятии // Актуальные проблемы экономики.* – 2006. – №5. – С. 72 – 77.

УДК 338.24+ 332.12

Мельникова М. В.

РЕСУРСНО-КОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКИХ КОМПЛЕКСІВ МІСТА

Розвиток виробничо-господарських комплексів міста прямо чи опосередковано впливає на підвищення економічної активності, поповнення дохідної частини бюджету, реалізації соціальних програм та зростання якості життя населення. Виробничо-господарські комплекси водо-, тепло-, електро-, газопостачання, міського пасажирського транспорту прямо впливають на забезпечення

© Мельникова М. В., 2008

115

"Управління розвитком", № 17' 2008



життєдіяльності міста. Інші виробничо-господарські комплекси машинобудівної, вугільної та металургійної промисловості у промислово розвинутих містах, зокрема у м. Донецьку, мають опосередкований, але достатньо серйозний вплив на фінансовий результат міста. Так, зокрема, позитивний фінансовий результат у м. Донецьку в 2007 р. отримано за рахунок діяльності таких виробничо-господарських комплексів, як ЗАТ "Донецьксталь-МЗ", АТ "НОРД", ОП "Шахта ім. А. Ф. Засядько", ВАТ "Донецьккокс", ВАТ "Донецький металопрокатний завод".

Саме тому в даний час у промисловості м. Донецьк, яку складають різні виробничо-господарські комплекси, має місце економічний підйом, індикаторами якого є, починаючи з 1998 року, стійке зростання обсягів виробництва (за винятком 2005 року), а також лідируючі позиції промисловості міста серед міст як Донецької області, так й інших регіонів України з темпів виробництва, зростання рівня заробітної платні, надходжень до бюджетів усіх рівнів.

На забезпечення ефективного функціонування та розвитку спрямовано управління виробничо-господарськими комплексами, що у свою чергу, потребує розробки відповідного механізму, який повинен забезпечити ефективне використання економічного потенціалу і результативне функціонування капіталу шляхом збалансованої взаємодії різних ланок системи. Формування зазначеного механізму багато в чому залежить від визначення особливостей та розробки методичних підходів до забезпечення процесу розвитку виробничо-господарського комплексу.

Питання забезпечення ефективного управління складними виробничо-економічними системами, інтегрованими структурами знаходяться в центрі уваги вчених і практиків. Представниками наукових шкіл Росії і України зроблено значний внесок у розробку форм, методів і інструментальних засобів управління складними економічними системами, з урахуванням особливостей господарювання в ринкових умовах, зокрема [1 – 5]. Ними підкреслюється необхідність подальших досліджень у напрямку опрацювання питань ресурсного забезпечення та управління господарськими зв'язками та відносинами виробничо-господарських комплексів, що і зумовило мету і завдання дослідження.

Виробничо-господарський комплекс є складною інтегрованою структурою, яка включає взаємопов'язані і взаємообумовлені елементи, які орієнтовані на реалізацію виробничо-господарських завдань, обумовлених метою функціонування та розвитку, та мають здатність до відтворення за рахунок використання відповідних ресурсів.

Процес економічного розвитку зазвичай передбачає дві основні форми зростання й розширення масштабів виробництва і капіталу: концентрацію, засновану на накопиченні і розширеному відтворенні; а також стратегію й тактику злиття і поглинання. Те й інше властиве процесам формування і розвитку виробничо-господарського комплексу, що є однією з особливостей даного інституційного утворення. Перша форма розвитку заснована на концентрації акціонерного капіталу, залученні інвестицій для розширення масштабів виробництва та інтеграції підприємств, а також для забезпечення зростання виробничого й інноваційного потенціалу виробничо-господарського комплексу і його складових. Друга — на тактиці злиття і поглинання, що веде до розширення сфери діяльності і контролю виробничо-господарського комплексу, поля розвитку інтеграційних процесів, мобілізації конкурентних переваг і досягнення синергетичного ефекту від виробничої та інноваційної діяльності його підприємств. Ці два процеси тісно пов'язані між собою, у реальній практиці вони переплітаються і взаємодіють як дві різні сфери розвитку виробничо-господарського комплексу. Принципова відмінність між ними лише в тому, що в першому випадку зростання виробничо-господарських комплексів полягає у збільшенні масштабів виробництва і капіталу, а в іншому – відбувається його перерозподіл потенціалу і капіталу між різними виробничо-господарськими комплексами.

Вирішення проблем раціонального використання потенціалу взагалі і ресурсного потенціалу зокрема відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування суб'єктів господарювання. При цьому особливого значення набувають процеси формування і розвитку інтегрованих структур взагалі та виробничо-господарських комплексів зокрема, які забезпечують не тільки залучення, але й вільне маневрування матеріальними, трудовими, фінансовими, інформаційними ресурсами як для простого, так і розширеного відтворення.

Виробничо-господарські комплекси при цьому є ефективною формою концентрації ресурсів, забезпечення комунікаційних зв'язків і відносин, що створює передумови використання та залучення додаткового потенціалу для досягнення розвитку шляхом розробки й реалізації відповідних стратегічних і тактичних рішень.

Ресурси виробничо-господарського комплексу є необхідними умовами виробничої діяльності (праця, земля, капітал, підприємництво); сукупність матеріальних, фінансових, природних та інтелектуальних сил, які перетворюються на чинники виробництва і використовуються для задоволення потреб. Ресурси звичайно класифікуються на:

природні – придатні для використання у виробництві природні ресурси;

матеріальні – створені людьми знаряддя, засоби і предмети праці;

трудова, до яких відносяться люди в працездатному віці з їх знаннями, навичками роботи, вмінням, що включає підприємницькі здібності;

фінансові – грошові кошти, які використовуються для організації виробничої та іншої діяльності в різних її сферах на всіх рівнях управління;

інформаційні, що відображають діяльність на різних носіях інформації і використовуються в інформаційних технологіях.

Зазначена класифікація відображає методи управління ресурсами як систему цілеспрямованої дії для досягнення певного результату шляхом використання відповідних прийомів управління. При цьому особливістю управління ресурсами виробничо-господарського комплексу виступає і те, що звичайно вони використовують принципи холдингової організації, що припускають централізоване управління фінансами та інвестиціями й децентралізоване управління оперативною діяльністю підпри-

емств, які входять до виробничо-господарського комплексу. Для аналізу ефективності використання ресурсів застосовуються системи показників ресурсовіддачі. Ресурсовіддача безпосередньо пов'язана з інтенсифікацією, під якою розуміється підвищення інтенсивності виробництва шляхом збільшення використання кожної одиниці ресурсного потенціалу, яке досягається за рахунок зростання продуктивності праці, кращого використання матеріалів, підвищення віддачі основних фондів.

Як один із критеріїв доцільно використовувати сукупний показник інтенсифікації, що включає показники продуктивності праці (або трудомісткість), матеріаловіддачі (або матеріаломісткість), фондівіддачі (або фондомісткість), оборотності обігових коштів.

Сукупними показниками, що характеризують відносну ефективність чи неефективність роботи у грошовому обчисленні виступають показники сукупного соціально-економічного і сукупного економічного ефектів. Для поглибленого аналізу використання ресурсів будуються матричні моделі за допомогою співвідношення різних показників авансованих ресурсів, ресурсів у процесі виробництва і результатів використання ресурсів, що забезпечує можливості встановлення зв'язків між показниками [6, с. 10].

Виробничо-господарські комплекси здатні не тільки концентрувати і маневрувати ресурсами, але й забезпечувати зростання виробництва, упровадження нових коштовних технологій, стійкий розвиток і конкурентоспроможність. При цьому процес управління неможливий без формування ефективної системи комунікацій, що включає координацію виробничих зв'язків підприємств і підрозділів, які входять до складу виробничо-господарського комплексу, фінансові розрахунки між учасниками, взаємний збут продукції, управління номенклатурою і об'ємом продукції, що випускається, матеріальним постачанням, забезпечення кооперації виробництва та впровадження раціональної спеціалізації [7, с. 135].

Виробничо-господарському комплексу як складній динамічній економічній системі властива наявність великої кількості елементів, які виконують різні функції, динамічність поведінки елементів і системи в цілому, наявність складних взаємозв'язків між параметрами і елементами системи, а також нерегулярність впливу зовнішнього середовища і наявність стохастичності в поведінці системи. При цьому динамічна економічна система в процесі взаємодії з зовнішнім середовищем повинна зберігати зміни в деяких заданих межах, забезпечуючи тим самим рівновагу, і враховувати наявність підсистем ієрархічного і функціонального характеру, які мають власні цілі функціонування і розвитку.

Як складна система, що володіє численними переплетеними підсистемами і каналами інформаційно-аналітичних, адміністративно-управлінських, матеріально-фінансових, виробничо-технологічних потоків, виробничо-господарський комплекс вимагає оцінки різних підсистем у взаємодії, що дозволяє прослідити координацію всіх підсистем і каналів, виявити чинники, перешкоджаючі взаємодії підсистем і каналів, і сформувати рішення, спрямовані на їх подолання [8].

Методи координації можуть бути формальними і неформальними. Формальні методи координації були засновані на виконанні правил, норм, стандартів, регламентів, дисципліни. Формальні методи добре підходять при роботі на стабільних ринках високостандартизованої продукції. У цих умовах можливо вживання ретельно відпрацьованих процедур планування, що дозволяють надати кожному підрозділу і фахівцю перелік функцій і операцій, що вимагаються до виконання [9].

В умовах середовища, що змінюється, жорсткий і надмірно формалізований план застаріває вже на стадії свого формування. Орієнтація на добросовісне виконання стандартів і процедур втрачає значення, оскільки нова ситуація вимагає нових цілей, критеріїв, процедур і стандартів. Стабільне середовище дозволяє формувати конкурентну перевагу за рахунок мінімізації витрат. В умовах середовища, що змінюється, така мінімізація втрачає значення. Упущена вигода значно перекиває вигреш, одержуваний від мінімізації витрат.

Загальноприйнятим вважається існування двох механізмів координації: ринкового механізму, який через формування ринкової ціни погоджує пропорції виробництва і споживання; і механізму координації усередині компанії, який часто відносять до ієрархічного. На промислових ринках діє третій механізм, відмінний від вищеназваних. Даний механізм є інтерактивною взаємодією між компаніями. Ці взаємостосунки і мережі, які утворюють взаємодіючі компанії, є таким механізмом координації й управління, який не може бути названий ні ринковим, ні внутрішньофірмовим. Інтерактивна взаємодія стає об'єктом дослідження в маркетингу з метою пошуку стратегічних напрямів розвитку і зміцнення мережі, зміни ролі компанії в системі взаємодії. Перш за все, аналізу піддаються дуальні відносини, що виникають між партнерами в ланцюжку взаємодії. Тому в параметри системи взаємодії слід включити ознаки різних типів і форм взаємодії, за якими можна буде визначити "сильні і "слабкі" зв'язки" [8].

Слід зазначити, що в ієрархічних структурах можуть бути великі переваги перед чисто ринковим механізмом у координації діяльності й розподілі ресурсів. Холдингова компанія може діяти як центр координації господарської діяльності всієї групи, на зразок "видимої руки" адміністрації у великих корпораціях [5]. Більш гнучкі форми потрібні там, де галузі переживають різкі зміни, де з'являються нові технології й нові ринки, або конкуренція вимагає диференціювання продукції і відкриття нових ринкових ніш. Холдингова група при цьому виступає формою економічної організації для складних виробничо-збутових ланцюжків від здобування первинної сировини або розробки продукції (технології), через проміжні стадії виробничого процесу і до кінцевих продажів.

У процесі функціонування виробничо-господарський комплекс, згідно з законом пропорційності і гармонії, прагне придбати, створити або зберегти в своїй структурі весь необхідний ресурсний потенціал (композицію), що знаходиться в заданому співвідношенні або заданому підкоренні (пропорції). Відповідно до принципу координування кожна організація повинна стежити за стратегічними, тактичними й оперативними змінами і вносити відповідні корективи в набір і пропорції ресурсів. Цей принцип визначає динамічну частину в діяльності за формування набору і пропорційності ресурсного потенціалу.



Для свого успішного функціонування система координації комунікаційних зв'язків і відносин повинна включати відповідності між координуючими і координованими компонентами (рисунк).



Рис. Вимоги до системи координації виробничо-господарського комплексу

Ступінь скоординованості багато в чому залежить від ефективності організаційної структури. Вибір стратегічно ефективної організаційної структури здійснюється за наслідками аналізу і оцінки, до яких існують різні підходи. Ефективність системи управління слід оцінювати через показники, що характеризують діяльність керованого об'єкта. В основі цієї точки зору лежать принципи пріоритетності виробничої системи і організаційно-виробничої структури управління підприємством, а також оцінка ефективності системи управління через показники кінцевих результатів.

Згідно з принципами ресурсно-потенційного підходу інтегральна ефективність функціонування системи в цілому є функція реалізації потенціалу системи. До потенційних можливостей відносяться кадри, фінанси, засоби виробництва, інформаційні ресурси, організаційний потенціал, інноваційний потенціал, що в сукупності і складає стратегічний потенціал організації. При цьому оцінюється співвідношення потенціалу організації до сумарних приведених витрат на виробництво продукції.

У даний час орієнтація на ресурсну частину потенціалу все більше зменшує сукупний економічний потенціал. Вихід з даної ситуації визначається в цілеспрямованому збільшенні інноваційної складової. В основі прогресу звичайно лежить інвестиційний процес, безперервність і наростання якого забезпечують економічну основу розвитку. Парадокс полягає в тому, що інвестиції, будучи інструментом розвитку, насправді вкладаються не в розвиток безпосередньо, а у формування економічного потенціалу, через використання якого досягаються необхідні показники економічного зростання.

В основу економічних процесів управління ресурсним потенціалом закладені:

інформація як економічна категорія, визначальна мета, методи й інструменти розвитку соціально-економічної системи, що дозволяє уточнювати можливості використання потенціалу;

інвестиції як економічна категорія, що відіграє роль управляючого елемента для розвитку потенціалу;

інновації як економічна категорія, що визначає механізм підвищення ефективності соціально-економічної системи за рахунок ресурсозаміщення, збереження балансу і зростання економічного потенціалу системи.

У результаті процесу використання інформації (із залученням інвестицій) з'являється інновація. Для забезпечення економічного зростання потреби в інвестиційних ресурсах можуть бути розділені на три групи:

інвестиції в інтенсифікацію економіки, підвищення коефіцієнта використання можливостей економічної й виробничої системи;

інвестиції в удосконалення економічної системи, її розвиток у рамках існуючих нині умов або безпосередньо інвестиційні потреби;

інвестиції в зміну, побудову нової економічної системи, організаційно-структурну перебудову.

Ефективність організаційного управління оцінюється за результатами роботи управляючої системи, що дає підстави для вдосконалення організації й забезпечення економічності управління. При цьому критерій ефективності організаційної структури в цілому повинен сприяти виробленню цільових напрямів розвитку з урахуванням використання зовнішніх можливостей і забезпечувати реалізацію вироблених рішень на досягнення максимальних результатів при мінімальних витратах, що залежить від здатності елементів оргструктури мобілізувати внутрішні можливості.

Отже, функціонування виробничо-господарських комплексів міста має дуже серйозний безпосередній та опосередкований вплив на забезпечення життєдіяльності міського населення, тому доцільним є забезпечення їх розвитку шляхом використання відповідних механізмів управління як в цілому виробничо-господарським комплексом, так і його окремими складовими.

Виробничо-господарські комплекси виступають важливим засобом ефективного використання ресурсів для досягнення мети функціонування й отримання ефекту від сумісного використання ресурсів. Ресурси при цьому класифікуються залежно від ступеня централізації управління ними, яке здійснюється на основі композиції відповідних управляючих дій і включає методи формування, зберігання та використання інформації про стан ресурсів, а також методи оцінки ефективності їх залучення та використання.

Ефективна система комунікацій і використання принципів комунікаційного менеджменту є важливою складовою, яка забезпечує розвиток і результативність діяльності виробничо-господарських комплексів. Управління комунікаціями тісно пов'язано з урахуванням інтересів учасників комунікаційних зв'язків та відносин і подоланням конфліктів між ними. Для цього використовуються методи координації.

Спроба відладити яку-небудь підсистему без урахування системних чинників і вживання спеціальних заходів координації неминуче приведе до розузгодження підсистем і значних втрат унаслідок руйнування системних синергетичних ефектів. При цьому важливим представляється забезпечення узгодженості елементів механізму управління виробничо-господарськими комплексами і особливо ефективність структури зв'язку між елементами системи, а також відповідний контроль системи ухвалення рішень на підприємствах-учасниках. Ця проблема багатобічна, вимагає комплексного врахування різних чинників і розробки спеціальних методів дослідження, а також відповідного інструментарію, що дозволяє розробляти рішення, направлені на досягнення результативності комунікаційних відносин у складних економічних системах.

Особливості виробничо-господарських комплексів потребують при визначенні умов їх розвитку використання ресурсно-комунікаційного підходу, який дозволяє поєднати між собою статичну частину потенціалу виробничо-господарського комплексу – ресурси та динамічну частину – комунікаційні зв'язки та відносини щодо залучення та використання ресурсів у процесах простого та розширеного відтворення.

Подальших досліджень потребує формалізація ресурсно-комунікаційного підходу при обґрунтуванні напрямів розвитку виробничо-господарських комплексів міста, а також розробки критеріїв ефективності використання зазначеного підходу.

Література: 1 Економіка України: стратегія довгострокового розвитку / За ред. В. М. Гейсця. – К.: Інститут екон. прогнозування, Фенікс, 2003. – 1008 с. 2. Козаченко А. В. Механизм стратегического управления крупными производственно-финансовыми системами промышленности. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1998. – 348 с. 3. Губко М. В. Механизмы управления организационными системами с коалиционным взаимодействием участников. – М.: ИПУ РАН, 2003. – 118 с. 4. Рыженков А. Н. Особенности реструктуризации крупного промышленного комплекса. – Донецк: ИЭП НАН Украины – Донецк, 2002. – 218 с. 5. Лаптев И. А. Проблемы правовой организации холдингов как производственно-хозяйственных комплексов // <http://www.ig-pran.ru/prepare/themes/list.php>. 6. Булеев И. П. Стратегия повышения эффективности функционирования производства. Монография / И. П. Булеев, Н. Д. Прокопенко, М. В. Мельникова – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2004. – 278 с. 7. Денисов А. Ю. Экономическое управление предприятием и корпорацией / А. Ю. Денисов, С. А. Жданов. – М.: Дело и сервис, 2002. – 416 с. 8. Орлова Т. М. Коммуникация, информация, коммуникационный менеджмент // <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/18.php>. 9. Тренев Н. Н. Механизмы координации // Консультант директор. – 1999. – №5. – С. 16 – 30.

УДК 519.816+338.24

Милов А. В.

МЕХАНИЗМЫ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ: ПРОБЛЕМА КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ

Понятие "механизм" довольно широко используется последнее время в отечественной литературе. Отдельные аспекты анализа и синтеза механизмов управления достаточно подробно были рассмотрены отечественными специалистами [1 – 4]. Однако в большинстве работ рассматриваются формы, методы, средства управления для конкретных условий и уровней управления без уточнения, понимание авторами термина "механизм" [5 – 7]. Более того, проводя анализ процессов принятия решений, а затем систему принятия решений, необходимо сделать уточнения относительно того, что понимается под механизмом именно принятия решений. Это необходимо уже хотя бы потому, что в рамках кибернетики второго порядка, о которой говорят последние годы, не только возрастает роль лица, принимающего решения, но и становится определяющей активность объекта управления, которая оказывает влияние на процессы принятия решений. В силу этого, в понятии механизма принятия решений должны быть отражены не только психологические особенности принимающего решения лица, но и социальные аспекты последствия принятых решений.

© Милов А. В., 2008



Понятие "механизм" первоначально было предложено в технической сфере, и лишь потом было заимствовано гуманитарными науками и сегодня широко используется не только в психологии и социологии, но и в экономике, менеджменте, теории принятия решений. К сожалению, несмотря на достаточно активное использование этого термина, его точное и детальное определение в экономических дисциплинах не всегда приводится, что вызывает не только некорректное его использование, но и неоднозначное толкование, и, как следствие, недоразумения, связанные со смешиванием понятий механизм и модель.

Определение понятия "механизм" в экономике обычно начинается со ссылки на механику, где этот термин появился впервые. Энциклопедия определяет механизм как совокупность тел, ограничивающих свободу движения друг друга взаимным сопротивлением. При этом отмечается такая характеристика, как ограничение числа степеней свободы – минимальное количество его точек, кинематические характеристики которых (траектории и скорости движения) однозначно определяют траектории и скорости всех остальных точек механизма. Как преобразователь движения механизм видоизменяет скорости, или траектории, или же и то, и другое. Такое обобщенное определение представляет механизм какого-либо явления как процесс, систему или средство (инструмент) для решения определенных задач.

Используя фазовую плоскость как пространство отображения изменений любой, в том числе и экономической системы, ее поведение можно описать в терминах координат и скоростей их изменения [8]. Поэтому уже даже при таком кибернетическом подходе механизм реализации некоторого процесса можно определить как множество правил и ограничений, определяющих динамические характеристики системы (траектории движения системы и скорости изменения переменных, которыми описывается состояние системы). Определенный таким образом механизм реализации любого процесса видоизменяет (определяет) как траектории, так и скорости (или то и другое), определяя при этом эффективность достижения целевого состояния и характеристики принимаемых управленческих решений для реализации соответствующего управления. При этом возможно говорить о механизмах принятия решений о целях (механизм целеполагания) и механизмах принятия решений о действиях (механизмы регулирования, программного управления, стабилизации в зависимости от решаемых задач управления).

Так как процессы принятия решений непосредственно связаны с мыслительной деятельностью человека, то вопрос о механизмах принятия решений особенно интенсивно исследовался в психологии [9]. А результат мыслительной деятельности менеджера в литературе по менеджменту все чаще рассматривается с точки зрения его интеллектуального содержания. Краткая формулировка такого подхода может быть выражена формулой "Управленческое решение – выбор управляющего" [10]. Предложенную формулу следовало бы изменить и рассматривать принятие управленческого решения как деятельность отдельной личности, наделенной для этого полномочиями, в условиях функционирования системы-организации.

В силу того, что деятельность по принятию управленческих решений является социальным процессом, механизмы принятия решений можно рассматривать как частный вид социальных механизмов, обладающих определенной спецификой. Под социальными механизмами социологи понимают "специфические социальные системы, функционирование которых порождает те или иные социальные изменения в сфере экономики, политики, воспроизводства населения" [11]. Можно выделить ряд общих черт социальных механизмов, проанализировав которые можно понять и формализовать структуру механизма принятия решений (табл. 1). Формализация структуры механизма принятия решений может быть получена в результате анализа общих черт социальных механизмов.

Таблица 1

Общие характеристики социальных механизмов

№ п/п	Характеристика	Описание
1	Функциональная роль	Регулирование социальных процессов в соответствии с общественными потребностями – ускорение одних, сдерживание или преодоление других
2	Субъекты	Определенные социальные группы, в зависимости от типа механизма образующие специфические системы на основе обмена результатами какой-либо деятельности. Эти субъекты могут быть представлены социальными институтами (например, государством в лице федеральных и региональных властей), отдельными организациями, собственно представителями различных социальных групп (например, работниками организаций) [12] и др.
3	Основа	Социальные институты, которые выступают в качестве устоявшейся нормативной базы, определяющей и поддерживающей необходимые формы социального поведения, в частности, через сеть формальных организаций
4	Состав	Материальные и духовные ценности – явления общественного бытия и общественного сознания
5	Характер	Системный, на что указывает характер внутренних связей между элементами механизма и характер функциональных связей самого механизма с внешней социальной средой

Таким образом, социальный механизм следует рассматривать как целостную систему взаимоотношений социальных субъектов по поводу регулирования социальных процессов, преодоления дисфункций социальных институтов и тому подобное с учетом мотивационно-потребностных, культурных, нормативно-ценностных условий жизни и деятельности данных субъектов [13].

Механизм принятия решений в организации является частным вариантом управленческих механизмов. В литературе по менеджменту чаще всего представлены описания конкретных механизмов управления какими-либо сферами, отраслями хозяйствования [14], либо "технологий" при-



нятия решений в конкретных управленческих ситуациях [15]. В некоторых работах имеется попытка анализа сущности, структуры, а также роли организационных механизмов в функционировании и развитии организации. В частности, рассматривается "организационно-экономический механизм" функционирования предприятия как целенаправленный процесс решения частных задач его функционирования на основе устойчивой совокупности методов, норм и правил формирования и регулирования отношений элементов организационной структуры.

Можно провести аналогию между механизмами принятия управленческих решений и механизмами принятия политических решений. Понятие механизма принятия политических решений рассматривается либо как некоторый институт в рамках производства какой-либо (политической, управленческой, экономической и др.) деятельности, состоящий из разных по качеству компонентов (социальных групп, систем коммуникаций, информации, нормативных составляющих и т.д.), либо – в качестве локальных "процедур" взаимодействия, "мероприятий", в свою очередь, состоящих из ряда конкретных операций, направленных на достижение цели. Например, в [14] механизм рассматривается как многоуровневая система, состоящая из социально-целеполагательного, ориентационно-регулятивного и организационно-инструментального субкомплексов. Предлагаемое определение должно отразить сильные стороны различных методологических подходов к исследованию принятия решений; отразить участие агентов принятия решений всех уровней – индивидуального, группового, организационного; учесть формальные и неформальные, рациональные и иррациональные факторы принятия решений; учесть инструментальную составляющую принятия решений – способы целедостижения, включающие организационные формы и процедуры, методы и ресурсы, типы взаимодействий и коммуникаций между агентами.

Политические решения также являются управленческими, поэтому обращение к анализу их механизмов позволяет конкретизировать процесс принятия управленческих решений в хозяйственных организациях.

Итак, "механизм принятия решений" трактуется весьма разнообразно: и как элементарные информационные процессы и комплексные программы мышления, и как процесс закономерной смены каких-либо состояний системы, и как внутренняя связь и взаимозависимость элементов системы, и как отдельно взятые специфические социальные системы. Анализ различных существующих подходов приводит к выводу, что в качестве механизма принятия управленческих решений (МПУР) следует рассматривать систему отношений и взаимодействий различных (индивидуальных, групповых, собственно организационных) агентов с целью решения какой-либо проблемы. При этом руководитель выступает в качестве лица, уполномоченного принимать окончательное решение и нести ответственность за его последствия.

Структура механизма принятия управленческих решений представлена в табл. 2.

Таблица 2

Структурные элементы механизма

№ п/п	Элемент	Характеристика
1	Субъекты и факторы принятия решений	Лицо, принимающее решение; владелец проблемы; участники активной группы; избиратели или член группы; эксперт; консультант по принятию решений
2	Проблемно-целевой компонент	Проблема, стоящая перед ЛПР и цель ее разрешения
3	Регулятивный компонент	Нормативные условия: субъективные (мотивы, ценности, установки ЛПР); объективные (нормы, правила социальной среды, ожидания коллектива)
4	Процессуально-интерактивный компонент	Этапы принятия управленческих решений, представленные операциями и действиями агентов, схемами их взаимодействия во времени
5	Инструментальный компонент	Индивидуальные и групповые способы, технологии, методы принятия управленческих решений

По степени сочетания индивидуального и группового участия в выработке решения можно выделить уровни принятия управленческих решений. Объединение элементов с различными характеристиками приводит к различным механизмам, позволяющим реализовать коллегиальное обсуждение проблемы (табл. 3).

Таблица 3

Примеры механизмов принятия управленческих решений

№ п/п	Механизм	Характеристика
1	Формализованный	Происходит принятие стандартных, "запрограммированных" (то есть имеющих четкий алгоритм действий), повторяющихся решений, при помощи отлаженных организационных процедур, прописанных в установленных нормативных актах
2	Демократический	В принятии решения вовлекаются по возможности все заинтересованные люди, учитывается мнение как субъектов, так и адресатов принятого решения. В связи с этим используются разные инструментальные способы согласования и принятия решений
3	Элиминативный	Делегирование ответственности за подготовку и частичное принятие решений на подчиненных, профилактику и предотвращение "трудных" ситуаций выбора, минимизацию количества ситуаций выбора и т. п.



Проведений обзор дозволяє зробити висновок, що механізми прийняття управленческих рішень представляють собою складну систему взаємодій різних організаційних агентів во главе з керівником, направлену на досягнення конкретних цілей і виконують ряд явних і специфічних функцій управління в рамках існуючих в організаціях правил, норм і обмежень.

Література: 1. Отенко І. П. Організаційно-економічний механізм реструктуризації підприємства. Научное издание / І. П. Отенко, Н. А. Москаленко. – Харків: Изд. ХГЭУ, 2005. – 216 с. 2. Отенко І. П. Механізм управління потенціалом підприємства. Научное издание / І. П. Отенко, Л. М. Малярець. – Харків: Изд. ХГЭУ, 2003. – 220 с. 3. Пономаренко В. С. Механізми управління підприємством: стратегічний аспект / В. С. Пономаренко, Е. Н. Ястремська, В. М. Луцьковський. – Харків: Изд. ХГЭУ, 2002. – 252 с. 4. Пушкарь А. І. Антикризове управління: моделі, стратегії, механізми: Научное издание / А. І. Пушкарь, А. Н. Тридед, А. Л. Колос. – Харків: ООО "Модель Вселенной", 2001. – 452 с. 5. Коршунов В. І. Механізм маркетингових досліджень ринку. – Харків: Основа, 2000. – 352 с. 6. Малахова Н. Б. Естественные монополии: сущность и институциональные механизмы регулирования: Монография. – Харків: ИД "ИНЖЕК", 2006. – 344 с. 7. Полтерович В. М. Экономическое равновесие и хозяйственный механизм. – М.: Наука, 1990. – 256 с. 8. Интрилигатор М. Математические методы оптимизации и экономическая теория. – М.: Прогресс, 1975. – 608 с. 9. Корнилова Т. В. Методологические проблемы психологии принятия решений // Психол. журнал. – 2005. – Т. 26. – № 1. – С. 7 – 17. 10. Соколова Г. Н. Экономическая социология. Учебник. – М.: ИИД "Филинь"; Мн.: "Беларусская наука", 2000. – 376 с. 11. Сорина Г. В. Принятие решений как интеллектуальная деятельность: Монография. – М.: Гардарики, 2005. – 253 с. 12. Гуревич Г. С. Социальная ответственность крупного бизнеса: социологический феномен или рыночный механизм // Вестник Моск. ун-та. Серия 18. Социология и политология. – 2005. – № 3. – С. 48 – 60. 13. Бушкова-Шиклина Э. В. Механизмы принятия управленческих решений: проблема концептуализации // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2007. – №1 (6). – С. 25 – 29. 14. Ильшев А. Региональный механизм управления занятостью: чему отдать предпочтение? // Проблемы теор. и практ. упр-ия. – 2004. – № 2. – С. 74 – 77. 15. Балацкий Е. Новые инструменты и технологии принятия решений о приватизации / Е. Балацкий, В. Конышев // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – № 1. – С. 34 – 40. 16. Дегтярев А. А. Принятие политических решений: Учебное пособие. – М.: КДУ, 2004. – 416 с. 17. Парсонс Т. Социальная система // О социальных системах / Под ред. В. Ф. Чесноковой и С. А. Белановского. – М.: Академический Проект, 2002. – 832 с. 18. Слонов Н. Управленческое решение – выбор системы // Проблемы теор. и практ. упр-ия. – 2004. – № 3. – С. 104 – 108. 19. Хазан М. Организационно-экономический механизм развития в системе управления предприятием // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 2. – С. 96 – 103.

Нестеренко Ю. В.

УДК 005.711

ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ КЛАСИФІКАЦІЙ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Для того, щоб досягти найбільш ефективного досягнення цілей у діяльності будь-якого підприємства, потрібно вибрати найоптимальніший варіант організаційної структури – скелету підприємства. Тому менеджерам потрібно орієнтуватися у наявних видах класичних та сучасних видах оргструктур, а також знати, яку з них можна використовувати у тій чи іншій ситуації.

Проблеми, викликані організаційною структурою (ОСУ), в теоретичному сенсі в основному у літературних джерелах відображаються через перелік видів та типи зв'язків у цих структурах управління. Окрім дослідників, не вказуючи ознак, за якими можуть бути класифіковані ОСУ, до них відносять лінійні і функціональні, матричні, лінійні, функціональні, функціонально-об'єктні [1]; лінійно-штабні, а також матричні і проектні, як організаційні форми програмно-цільового управління. Деякі дослідники доповнюють їх перелік.

Тому метою роботи є розгляд найбільш поширених класифікацій організаційних структур, характеристика наявних видів.

В. І. Крупнов і Н. А. Крупнова розглядають такі основні типи структур організації: [2] лінійна; функціональна; лінійно-штабна; обмеженого функціоналізму; лінійно-функціональна; проектна; продуктова; матрична; функціонально-об'єктна; координаційна, змішана; адаптивна; інноваційна; ринкова; структурна; орієнтована на вирішення проблем; дивізійна і венчурна. І. Н. Герчикова [3] класифікує організаційні структури за типами, які відображають найбільш характерні риси управління діяльністю підприємства: функціональна структура, структура за продуктом, структура за регіоном, змішана структура. Проведений аналіз підтверджує недостатню розробленість класифікації ОСУ.

Виділяється декілька підходів до класифікації організаційних структур.

Перший підхід передбачає розподіл організаційних структур на формальні та неформальні структури. Формальна оргструктура – система узаконених безособових вимог і стандартів поведінки та чітко закріплених ролівих розпоряджень.

© Нестеренко Ю. В., 2008



Неформальна структура виникає на основі взаємовідносин членів колективу, єдності та протиріч їх поглядів, інтересів, особистих цілей та цілей підприємства, підрозділів та ін.

Другий підхід виділяє типи організаційних структур за методами роботи та пристосованості до змін зовнішнього та внутрішнього середовища. Існує два типи оргструктур: механістичні та органічні.

Третій підхід до класифікації оргструктур базується на принципах взаємодії підрозділів. Класично виділяють такі види: традиційні (лінійна, лінійно-функціональна, лінійно-штабна), дивізійно-нальні (за продуктом, за регіоном, за споживачем, за ринком збуту), матричні та комбіновані.

Наступним кроком у розвитку оргструктур після дивізійно-нальних є мережна організаційна структура. На основі мережних оргструктур здійснюють свою діяльність тимчасові колективи різноманітного профілю, пов'язаних з реалізацією масштабних проектів; асоціація малих виробничих фірм; об'єднання дрібних компаній навколо крупної фірми; стратегічні союзи.

Підприємницька мережа об'єднує фірми, пов'язані між собою технологічно й економічно і зацікавлені в співпраці, відносини яких засновані на довгострокових контрактах.

Конфігурація мереж може змінюватися, самі вони переплітаються, в результаті чого багато фірм стають учасниками ряду об'єднань. Перевагами мережних структур є використання ринкових відносин, гнучкість, свобода обміну інформацією, прискорене впровадження нововведень.

До структур органічного типу належать проектні і матричні (програмно-цільові) організаційні структури управління. Проектний тип ОСУ виникає і формується при розробці проектів, які охоплюють процеси цілеспрямованих змін в системі, стосовно нової техніки, технології у виробництві і будівництві, стратегічному плануванні. Якщо в організації здійснюється впровадження декількох проектів або програм, що мають постійний характер, то такі ОСУ називаються матричними або програмно-цільовими.

Слід зазначити, що процес переходу до органічних типів структур потребує від організації серйозних заходів з розширення участі працівників у розв'язанні проблем організації, ліквідації функціонального відокремлення між відділами і структурними підрозділами; удосконалення інформаційної технології.

У літературі простежується значна кількість нових видів організаційних структур, що знайшли своє застосування у діяльності значної кількості підприємств на сучасному етапі розвитку суспільства. Даному питанню і буде присвячене це дослідження.

І. В. Пичужкин [4] до органічного типу оргструктур відносить також паралельні та бригадні організаційні структури. Паралельні структури характеризуються тим, що багато промислових фірм практикують паралельний менеджмент, використовуючи збутових та виробничих керівників на рівні як окремої господарської служби, так і підприємства в цілому. Основу бригадної оргструктури складає групова форма організації праці та виробництва.

Також виділяють венчурні організаційні структури, яким притаманні такі особливості:

- 1) ризикований бізнес;
- 2) прискорена розробка і доведення до впровадження у виробництво нових виробів, технологій та інших технічних і виробничих ноу-хау;
- 3) використання основних якостей підприємця, націленого на впровадження своєї ідеї, на користь компанії.

Наступна класифікація організаційних структур за типом взаємодії з людиною. Корпоративна організація – це чітко окреслена група людей, доступ до якої жорстко обмежений; людина сприймається як засіб досягнення цілей організації, а в разі чого передбачена колективна відповідальність (а не відповідальність винної особи), незважаючи на те, що дотримується принцип більшої, всі рішення приймаються виключно керівництвом організації.

Індивідуалістична організація – добровільне об'єднання людей, які здійснюють спільну діяльність; кожен працівник в першу чергу розглядається як особистість з її бажаннями, можливостями та потребами, кожна особа має можливість впливати на прийняття того чи іншого рішення, а також кожна особа персонально несе відповідальність за свої дії.

Едхократичні організації – організації, які використовують свободу дій працівників для вирішення основних напрямків діяльності. До особливостей едхократичних організацій відноситься:

- робота в областях з високою технологією, що вимагає відповідної класифікації, творчості, інноваційності і ефективної спільної роботи;
- органічна структура з переважанням неформальних горизонтальних зв'язків; часто структура організації зовсім відсутня;

- немає жорсткої прив'язки людини до якоїсь однієї роботи;
- ухвалення рішень, влада, система винагороди будуються експертними методами;
- ризик і винагорода діляться між учасниками трудового процесу.

Багатомірні організації – це організації, в яких команда працівників самостійно і одночасно виконує безліч функцій. Особливості багатомірних організацій представлені нижче:

- бюджети підрозділів розробляються самими підрозділами, керівництво інвестує в них засоби;
- немає подвійного підпорядкування, як у двомірній матричній моделі;
- немає необхідності в яких-небудь реорганізаціях взаємозв'язків автономних груп, підрозділи можна просто створювати, ліквідувати або модифікувати.

Партисипативні організації – організації, в яких рішення приймаються з урахуванням думки як керівника, так і працівників, що само по собі є мотивуючим чинником. У зв'язку з цим можна виділити такі переваги даної оргструктури: висока якість прийнятих рішень, відсутність дискримінації працівників з боку керівництва, загальне обговорення проблем, що виникають, та можливих альтернатив вирішення поставлених завдань збагачує працю робітників, сприяє їх самовдосконаленню. Організаційні структури, що досліджувалися різними авторами представимо в узагальнюючій таблиці.

Класифікація організаційних структур різними авторами

Автор \ Структура	Семенов А. К.	Виханський О. С. [5]	Шатун В. Т.	Мильнер Б. З.	Макашева З. М.	Райченко А. В.	Пичужкин І. В.	Гончаров В. І.	Переверзев М. П.	Коленсо М.	Веснин В. Р. [6]	Срмашенко М. М.	Пилипенко А. А.	Мищенко А. П.	Мескон М. Х.	Гольдштейн
Лінійна	+	+	+	+	+	+	+	+					+	+		+
Лінійно-функціональна	+	+			+	+	+		+				+	+		+
Лінійно-штабна	+		+			+	+	+	+					+		
Функціональна	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+
Матрична	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
Дивізійна:	+	+			+		+	+	+		+	+	+	+	+	+
регіональна	+			+							+	+	+	+	+	+
продуктова	+			+				+		+	+	+	+	+	+	+
споживча	+							+				+	+	+	+	+
за ринком збуту										+						
змішана				+									+			
інноваційна											+	+				
Проектна				+			+	+	+		+	+	+	+	+	
Програмно-цільова				+			+						+	+		
Паралельна							+									
Бригадна (групова)							+	+	+		+	+	+	+		
Мережна											+		+			
Корпоративна		+														
Індивідуалістична		+														
Еджократична		+					+									
Множинна		+														+
Партисипативна		+														
Венчурна								+			+	+				
Модульні та атомістичні														+		

У даній статті були розглянені відносно нові види організаційних структур, що отримали свій розвиток у незначній кількості підприємств. Це явище на думку автора пов'язане з тим, що керівникам набагато простіше та зрозуміліше застосовувати у своїй діяльності загальновідомі (класичні) організаційні структури, бо їх проектування, побудову та використання можна підпорядкувати конкретним законам:

Перший закон – це закон розподілу праці. Він свідчить – застосування розподілу праці приводить до підвищення ефективності діяльності, як окремого працівника, так і організації в цілому.

Другий закон – це позитивний ефект від масштабів діяльності: збільшення чисельності підприємства або/та об'ємів виробництва товарів або послуг також приводить до підвищення ефективності праці.

Третій закон – негативний ефект масштабу, що виявляється в тому, що починаючи з деякого моменту зростання розмірів підприємства вже сам стає перешкодою для подальшого розвитку організації.

Четвертий закон – це гранична норма керованості – кількість підлеглих, якими може ефективно управляти один керівник. Існування граничної норми керованості приводить до появи декількох рівнів управління в організації: вищий керівник, його підлеглі, підлеглі підлеглих і т. д.

П'ятий закон – наявність оптимального ступеня централізації підприємства. Ступінь централізації підприємства визначається кількістю і якістю управлінських рішень, які "дозволяється" самостійно приймати керівникам середніх і нижніх рівнів управління.

Шостий закон – принцип єдиноначальності, застосування якої дозволяє забезпечити координацію всіх ресурсів організації і підвищити індивідуальну відповідальність кожного керівника за доручену справу.

Дійсно, використовуючи вказані закони, керівникові простіше організувати діяльність власного підприємства. У подальшому існує потреба вивчати приховані сторони нових видів організаційних структур в мінливих умовах внутрішнього та зовнішнього середовища.

Література: 1. Учитесь управлять / Под ред. О. В. Козловой, Г. А. Брянского, О. И. Иванова. – М.: Знание, 1974. – 192 с. 2. Крупнов В. И. Менеджмент в бизнесе / В. И. Крупнов, Н. А. Крупнова. – М.: Новости, 1990. – 120 с. 3. Герчикова Н. Н. Менеджмент. – М.: ЮНИТИ "Банки и биржи", 1994. – 685 с. 4. Пичужкин И. В. Основы менеджмента: Учебн. пособ. / И. В. Пичужкин, В. Н. Жарков, С. А. Максимов. – М.: Юрайт-Издат, 2003. – 283 с. 5. Виханский О. С. Менеджмент: Учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 1998. – 528 с. 6. Веснин В. Р. Менеджмент: Учебник. – М.: ТК Велби; Изд-во "Проспект", 2004. – 504 с.

ВПЛИВ ФОНДОВОГО РИНКУ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової трансформації економіки України домінуючим стає інвестиційний аспект, що зумовлюється масштабними завданнями ринкового реформування в Україні. Фондовий ринок, який є одним із варіантів інвестування в промисловість, поки що не виконує повною мірою всіх завдань щодо раціонального перерозподілу фінансових ресурсів та ефективного залучення інвестицій у реальний сектор економіки України. Сьогодні в Україні практично немає інструментів інвестування, які служили б джерелом отримання прибутку, у зв'язку з низькою інвестиційною привабливістю, тому що на фондовому ринку обертається дуже мало акцій. Інвестиції капіталу в акції акціонерних товариств багатьох галузей промисловості не забезпечують ані зростання капіталу інвесторам, ані ліквідності акцій. Проблема полягає в тому, що українські підприємства не стали привабливими об'єктами для національних та іноземних інвесторів [7].

Необхідність збільшення надходжень інвестицій в економіку України від вітчизняних та зарубіжних інвесторів вимагає формування сприятливого, у широкому розумінні цього слова, інвестиційного клімату як для процесів безпосереднього залучення інвестицій, так і їх ефективного використання.

Фондовому ринку та проблемам, пов'язаним з його функціонуванням та інвестуванням, присвячена значна кількість наукових робіт та публікацій. Проводячи аналіз та систематизацію матеріалів, опублікованих останнім часом з окремих питань, викладених у статті, слід зазначити, що деякі автори започаткували розв'язання даних проблем. А саме, в роботі Т. О. Проценко [2] розкриваються шляхи активізації виробництва та поліпшення інвестиційного клімату в Україні, в статті М. Плахтій [2] визначена система факторів, які суттєво впливають на особливості формування місцевих інвестиційних ринків у регіонах України, у статті О. Євсєєнко [4] наведена класифікаційна оцінка адміністративно-територіального розподілу країни у розрізі основних показників розвитку фондового ринку. А. Казаков [5] у своїй статті визначає проблеми та перспективи розвитку фондового ринку України, а в статті М. Денисенко [6] розглянута державна політика розбудови фондового ринку. У той же час найбільш невирішеним питанням є проблема підвищення привабливості фондового ринку для портфельних інвесторів, формування ефективних механізмів залучення фінансових ресурсів іноземних та вітчизняних інвесторів та їх спрямування через механізм фондового ринку в реальний сектор економіки з метою забезпечення макроекономічного зростання України.

Метою дослідження є аналіз та визначення сучасного стану розвитку фондового ринку в Україні та розробка заходів щодо розвитку ринку цінних паперів та підвищення його ефективності, формування ефективного механізму залучення фінансових ресурсів іноземних та вітчизняних інвесторів.

У процесі дослідження використано законодавчі та нормативні акти України з питань регулювання відносин емітентів з інвесторами та інвесторів із професійними учасниками ринку цінних паперів. Використано системний підхід для аналізу та обґрунтування проблеми розвитку фондового ринку та розробки заходів щодо підвищення його ефективності та інвестиційної привабливості.

Проблеми оптимізації регіональної структури економіки та активізації інвестиційної діяльності безпосередньо пов'язані з науковими та практичними завданнями Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР), Фонду державного майна України (ФДМУ) та інших державних установ, а саме, з Програмою розвитку фондового ринку України на 2001-2005 роки [7] та Програмою розвитку інвестиційної діяльності на 2002 – 2010 роки [8; 9], затверджених постановами Кабінету Міністрів України.

Сучасний фондовий ринок України становить складну у функціональному та інституціональному аспектах систему, яка, з одного боку, має ринкові механізми саморозвитку і самоорганізації, а з іншого – є об'єктом досить жорсткого державного регулювання.

Сьогодні український ринок цінних паперів не виконує тих функцій, які він повинен виконувати в економіці, разом з тим він має серйозний потенціал розвитку, і в першу чергу в галузі фінансування українських компаній.

Метою розвитку та функціонування фондового ринку в Україні має стати залучення інвестиційних ресурсів (як вітчизняних, так і іноземних) для спрямування їх на відновлення та забезпечення зростання виробництва.

Для того, щоб фондовий ринок України став ефективним механізмом обороту цінних паперів, сприяв економічному розвитку та забезпечував належні умови для інвестицій та надійний захист інвесторів, його створення та подальше функціонування повинно будуватися на таких принципах, як соціальна справедливість, надійність захисту інвесторів, регулювання, контролювання,



ефективність, правова упорядкованість, прозорість, відкритість, конкурентність, цілісність ринку, першочергова реалізація загальнонаціональних інтересів та забезпечення гарантій і безпеки інвестиційної діяльності в економіці України.

Вирішення проблемних питань, які постали перед фондовим ринком і перешкоджають вітчизняному ринку цінних паперів сприяти надходженню інвестицій до реального сектору економіки, дасть змогу досягти поставленої мети.

Позитивна робота промисловості та подальший приріст обсягів виробництва залежить від підприємств акціонерної форми власності. Такі підприємства є основними постачальниками фінансових інструментів (акцій, облігацій) на ринок цінних паперів України. Більшість з таких підприємств страждає від нестачі вільних фінансових ресурсів для розширення обсягів виробництва та технічного переозброєння. Основними джерелами інвестицій для їх розвитку є лише власні кошти.

Сьогодні в Україні з'явився шанс формування ринку цінних паперів, який би направив кошти фінансового ринку в реальний сектор економіки.

Фондовий ринок має великий потенціал та можливості для забезпечення інвестиційними ресурсами вітчизняні підприємства. Він здатний акумулювати вільні кошти та перерозподіляти їх від неефективних до ефективних галузей економіки, забезпечуючи при цьому їх спрямування на відновлення та подальше зростання виробництва.

Для подальшого розвитку фондового ринку України та підвищення його привабливості для інвесторів необхідно:

- встановлення жорсткої процедури допуску цінних паперів іноземних емітентів на національний фондовий ринок, яка б забезпечувала захист внутрішнього інвестора;

- проведення активної державної політики, направленої на становлення ефективного ринку цінних паперів, який би був якісним інвестиційним механізмом.

Потрібно розробляти та реалізовувати нову концепцію розвитку ринку цінних паперів, яка передбачає:

- залучення всіх груп інвесторів;

- активну політику держави, направлену на розвиток ринку цінних паперів (виведення підприємств на фондовий ринок, створення ринку комерційних паперів, введення для широкої групи підприємств обов'язкових біржових котирувань, зниження для емітентів витрат, пов'язаних з виходом на ринок цінних паперів) і т. д.

Україна повинна розвивати свій ринок цінних паперів відповідно до правил, прийнятих у всьому світі, враховуючи негативний та використовуючи успішний світовий досвід.

Для створення сприятливих умов для внутрішнього інвестора та укріплення вітчизняного ринку цінних паперів необхідно перейти до активного залучення також і внутрішніх інвесторів. Необхідно постійно покращувати імідж України в очах іноземних інвесторів, знижувати рівень ризиків, пов'язаних з вітчизняною економікою.

- У подібних умовах слід допустити на український ринок цінні папери іноземних емітентів.

Основною метою розвитку ринку цінних паперів України повинно стати його перетворення у високоефективний механізм перерозподілу фінансових ресурсів, який сприяє суттєвому збільшенню інвестицій в українську економіку та зниженню вартості інвестиційних ресурсів.

- Для цього потрібно покращити кількісні та якісні параметри ринку цінних паперів, а саме:

- збільшити ємкість українського ринку цінних паперів;

- збільшити частки первинного ринку за рахунок активізації емісійної діяльності українських компаній;

- знижити витрати інвесторів та емітентів з виходу на ринок та зробити для них присутність на ринку більш рентабельною;

- створити сприятливі передумови для виходу на ринок цінних паперів виробничих компаній.

Наукова новизна досліджень, проведених у статті, полягає в подальшому розвитку певних заходів щодо розвитку фондового ринку, створення сприятливих умов і зниження ризиків інвесторів, формування ефективного механізму залучення фінансових ресурсів іноземних та вітчизняних інвесторів та їх спрямування через механізм фондового ринку в реальний сектор економіки.

Практичне значення полягає у знаходженні шляхів вирішення проблеми розвитку фондового ринку та його впливу на інвестиційну привабливість промислового підприємства.

Підсумовуючи викладений матеріал, слід зазначити, що інститути спільного інвестування та ринок цінних паперів мають стати потужним механізмом залучення інвестиційних ресурсів в економіку України та забезпечити захист інвесторів. А поліпшенню інвестиційного клімату в державі має сприяти Програма розвитку інвестиційної діяльності на 2002 – 2010 роки.

Таким чином, можна зробити висновок, що формування національного ринку цінних паперів помітно впливає на темпи економічного зростання, які характеризують сучасний стан української економіки; фондовий ринок визначає інвестиційну привабливість промислового підприємства та країни в цілому і пов'язаний з реалізацією приватизаційної, монетарної, інвестиційної, податкової, антимонопольної, інформаційної та облікової політик.

З метою активізації впливу процесів, що відбуваються на фондовому ринку, необхідним є залучення та раціональне розміщення інвестиційних ресурсів на конкурентних засадах, удосконалення обігу цінних паперів та забезпечення захисту прав інвесторів на вітчизняному ринку цінних паперів.

Якщо існуючі проблеми вирішити, то це прискорить розвиток організованого фондового ринку в Україні, що, в свою чергу, позитивно вплине на масовий вияв довіри до українських цінних

паперів, на їх ліквідність, капіталізацію ринку, сприятиме збільшенню доходів до бюджету, прискоренню приватизаційних процесів, виведенню з кризи економіки України.

Фондовий ринок може стати складовою частиною світового ринку фінансових ресурсів, надаючи іноземним інвесторам надійний механізм для здійснення портфельних інвестицій в економіку України.

Література 1. Кравченко Е. А. Тенденції розвитку фондового ринку / Е. А. Кравченко, Д. В. Запорожан // Вісник Одеського інституту внутрішніх справ. – 2001. – №1. – С.172 – 175. 2. Проценко Т. О. Державне управління іноземними інвестиціями в регіонах України // Статистика України. – 2001. – №4. – С. 6 – 9. 3. Плахтій М. Засади дослідження стійкості інвестиційних процесів у регіоні // Ринок цінних паперів України. – 2003. – №7 – 8. – С. 19 – 22. 4. Євсєєнко О. Статистичний моніторинг регіональної сегментації фондового ринку України // Ринок цінних паперів України. – 2003. – №11 – 12. – С. 3 – 7. 5. Казаков А. Проблеми та перспективи розвитку фондового ринку // Ринок цінних паперів України. – 2003. – №11 – 12. – С. 15 – 22. 6. Денисенко М. Державна політика розбудови фондового ринку / М. Денисенко, В. Кабанов, І. Ковтун, О. Недбайло // Ринок цінних паперів України. – 2003. – №1 – 2. – С. 3 – 8. 7. Програма розвитку фондового ринку України на 2001 – 2005 роки. Стратегічна група з питань розвитку фондового ринку України. Київ. 13.12.2000 р. // www.liga.net.ua. 8. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Програми розвитку інвестиційної діяльності на 2002-2010 роки" від 28 грудня 2001 р. №1801 // www.liga.net.ua. 9. Розпорядження Кабінету Міністрів України "Про схвалення плану заходів щодо виконання Програми розвитку інвестиційної діяльності на 2002 – 2010 роки" від 9 серпня 2002р. № 440-р. // www.liga.net.ua

УДК 658.8

Нечипоренко В. В.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЦІЛІСНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ

Основним суб'єктом, організаційною ланкою ринкової економіки є підприємство. Організація роботи сучасного підприємства складається з налагодженого функціонування його діяльності в різних сферах: виробничій, торговій, фінансовій, збутовій, кадровій та ін. Діяльність підприємства, що пов'язана безпосередньо з виробництвом продукції, повинна будуватися так, щоб забезпечувати раціональне використання наявних і потенційних можливостей виробничих ресурсів, постійне зниження витрат виробництва та виготовлення продукції, що задовольняє потреби ринку. Складність і динамічність сучасної виробничо-комерційної діяльності зумовлюють системний підхід до організації маркетингу підприємства.

У зв'язку з переходом на ринкові відносини створення ефективних систем управління є актуальною проблемою. Дане питання в своїх працях висвітлювали вчені-науковці: Д. Д. Томпсон, А. Файгенбаум, К. Ісікава, Ф. Котлер, Н. О. Бородіна, М. І. Белєвцева, Л. М. Іваненко та ін.

У своїх роботах Н. О. Бородіна, М. І. Белєвцева, Л. М. Іваненко, О. С. Телєтов розглянули роль, значення та особливості управління маркетингом у сфері виробництва.

Так, у роботі "Организация в действии" Д. Д. Томпсон проаналізував роботу відкритих і закритих систем управління та зробив висновок, що ефективною є та система, яка взаємодіє і адаптується до зовнішнього середовища.

При переході до ринкових відносин особливо велике значення має управління якістю та конкурентоспроможністю продукції, про що в своїх роботах повідомляють А. Файгенбаум та К. Ісікава.

Метою дослідження виступає з'ясування ролі та значення процесу управління маркетингом у діяльності підприємства та, безпосередньо, у його виробничому процесі.

З позицій менеджменту всі підприємства мають загальну рису – вони є організаціями. Організація – це група людей, діяльність яких свідомо координується з метою досягнення загальних цілей. Складні організації мають загальні характеристики, до яких належать: ресурси, залежність від зовнішнього середовища, горизонтальний розподіл праці, структурні підрозділи, вертикальний розподіл праці, необхідність управління. З цих позицій управління організацією є процесом планування, організації, мотивації та контролю, необхідних відносно формування та досягнення. Одночасно управління виступає не лише складовою комбінованої праці, а і функцією реалізації власності [1, с. 17 – 18].

Управління маркетингом є складним процесом дії суб'єкта управління на об'єкт управління, в якості якого виступають процеси і суб'єкти в системі маркетингу [2, с. 224].

Сучасне управління маркетингом повинно відповідати підвищеним вимогам, що обумовлено такими причинами:

© Нечипоренко В. В., 2008



високою гнучкістю виробництва, яка дозволяє швидко змінювати асортимент виробів. Це пов'язане з тим, що життєвий цикл товарів стає коротшим, а різноманітність асортименту виробів і обсяг випуску разових партій зростає;

значним ускладненням технології виробництва, що потребує трансформації форм контролю, організації та розподілу праці;

жорсткішанням конкуренції на ринку товарів, що докорінно змінює відношення до якості продукції, потребує організації післяпродажного обслуговування і додаткових фірмових послуг. Це підвищує роль управління в цілеспрямованому впливові на виробництво конкурентоспроможної продукції. Саме конкурентоспроможність продукції знаходиться в залежності від усіх елементів процесу виробництва, від якості роботи на всіх його стадіях, від ефективності використання всіх видів ресурсів та інших факторів;

різкою зміною структури витрат виробництва; невизначеністю зовнішнього середовища.

Під системою розуміється стійка сукупність взаємопов'язаних між собою частин, елементів, які утворюють єдине ціле, і спільно діють для досягнення поставленої мети [3, с. 42].

Виділяють два основні типи систем: відкриті та закриті. Відкрита система знаходиться в постійній взаємодії зі своїм зовнішнім середовищем. Дана система управління має негативний зворотний зв'язок з зовнішнім середовищем, який дозволяє здійснювати корекцію діяльності відповідно до змін, що сталися.

Система управління має властивості, яких немає у окремих складових її елементів. Жоден з них окремо взятий не може здійснювати процес управління. Крім цього, управління не можна розглядати як закриту систему – вона активно пов'язана з іншими компонентами господарського механізму. Саме з обліку всіх цих аспектів і складається сутність системного підходу до управління [3, с. 13 – 14].

У літературі також часто вживаються терміни "складна" і "велика" системи, тобто мається на увазі, що в дослідженнях не завжди є можливим цілком охопити систему, побудувати її повну, вичерпну модель.

Складна система – це система з розгалуженою структурою та значною кількістю взаємопов'язаних елементів, які, в свою чергу, є простими системами.

Велика система – це складна система, яка має деякі додаткові ознаки, а саме: наявність підсистем, велику кількість внутрішніх і зовнішніх зв'язків, наявність елементів самоорганізації.

На підсистеми може бути розбита як велика, так і складна системи, але процедури розкладу і наступного об'єднання для них неоднакові.

По-перше, система – це деякий об'єкт вивчення, який володіє цілісністю (або розглядається як ціле), об'єкт може бути матеріальним, абстрактним, а може бути сукупністю матеріальних і абстрактних утворень.

По-друге, необхідною умовою існування системи є наявність деякої характеристики, мети, критерію якості, які визначають існування об'єкта як системи.

По-третє, необхідною умовою існування системи є вимога, щоб вона була частиною, підсистемою деякої великої системи, входила в іншу систему.

Четвертою (останньою умовою), необхідною для існування системи, є вимога, щоб об'єкт, який розглядається як система, розбивався на частини, містив у собі підсистеми [3, с. 42 – 46].

Так, управління маркетингом на підприємстві спрямоване на здійснення визначених цілей. Реалізація кожної з цих цілей здійснюється за допомогою цілісного управління, яке стосовно загального управління виробництвом виступає як цілісна підсистема.

Управління маркетингом як підсистема цілісного характеру повинна:

слугувати досягненню загальної мети управління виробництвом і поряд з цим мати власні завдання;

передбачати визначені форми планування, організації, стимулювання, обліку і т. д.;

орієнтувати діяльність органів управління та виконавців на підвищення ефективності маркетингової діяльності;

слугувати одним із критеріїв оцінки ефективності управління виробництвом.

Управління маркетингом становить складний процес впливу суб'єкта управління на об'єкт управління, в якості якого виступають процеси і суб'єкти в системі маркетингу [4, с. 27 – 29].

Як наслідок, ефективність управління маркетингом значною мірою залежить від трьох основних складових будь-якого процесу управління: планування, організації та системи контролю на підприємстві. Крім цього, виділяють такі функції управління, як мотивація, регулювання та облік, а також дві деякі специфічні функції – прогнозування і аналіз.

Маркетингове планування дає змогу підприємству перейти від етапу пасивного реагування та пристосування до активних дій, а також координує зусилля організації щодо реалізації товарів із завданнями виробництва та дослідницькими завданнями.

В управлінні сучасним маркетингом найбільш доцільно застосування системи стратегічного планування з ранжируванням стратегічних завдань, аналізом позиції підприємства у конкурентній боротьбі та вибором найбільш ефективних стратегій.

Принцип, що покладений в основу системи управління шляхом ранжирування стратегічних завдань є найраціональнішим у плануванні виробничо-комерційної діяльності та управління великим виробництвом в умовах невизначеності розвитку зовнішнього середовища, різних змін політики урядів, політичної нестабільності, непередбачуваності науково-технічного прогресу (НТП) з раптовими технологічними проривами, швидких змін в позиціях конкурентів тощо.

Організація маркетингу – це структурна побудова для управління маркетинговими функціями. Вона встановлює підпорядкованість і відповідальність за виконання поставлених цілей і завдань.



Організація управління маркетингом включає в себе:
визначення та побудову організаційної структури управління маркетингом;
підбір і розподіл кадрів залежно від обраної структури управління;
розподіл завдань, прав та відповідальності в системі управління маркетингом;
створення умов для успішної та ефективної роботи співробітників;
організацію та встановлення необхідної взаємодії служби маркетингу з іншими підрозділами (відділами) підприємства.

У ході перетворення в життя планів маркетингу, зустрінеться немало несподіванок. Підприємству треба контролювати заходи, що проводяться нею, щоб бути впевненим в кінцевому досягненні цілей маркетингу.

Контроль в системі управління маркетингом – процес кількісного визначення та аналізу результатів здійснення стратегій та планів маркетингу, коригування заходів з метою досягнення поставлених цілей. Контроль, як одна з функцій управління виробничо-комерційною діяльністю підприємства, займає в управлінні маркетингом чинне місце. Його завданням є встановлення ступеня досягнення мети, з'ясування можливостей покращення стану, перевірка того, наскільки пристосоване підприємство до змін умов навколишнього середовища.

З переходом України до ринкових відносин виникла необхідність пристосовувати виробництво до потреб і вимог ринку. Тому, саме управління маркетингом підприємства повинно орієнтуватися на стратегічні цілі підприємства, що дасть можливість максимально задовольнити потреби споживачів, підвищить конкурентоспроможність продукції, покращить рівень компетентності керівництва, сприятиме впровадженню нових технологій.

Таким чином, створення ефективних систем управління є актуальною науковою проблемою. Шляхом використання маркетингу як системи управління можна запобігти ризиків, а через маркетинговий вплив здійснювати управління виробничим процесом.

Література: 1. Рабштина В. М. Управління маркетингом / В. М. Рабштина, С. П. Ярошенко, В. В. Гришко. – Полтава: Камелот, 2000 – 160 с. 2. Стратегічне управління: Навч. посібн. – К.: Центр навч. літ-ри, 2004. – 336 с. 3. Бородіна Н. О. Маркетинг: Навч. посібн. – К.: Кондор, 2007. – С. 42 – 56. 4. Белевцев М. І. Маркетинг: Навч. посібн. / М. І. Белевцев, Л. М. Іваненко – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – С. 26 – 27. 5. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Бизнес-книга, 1995. 6. Телетов О. С. Маркетинг на промисловому підприємстві: Навч. посібн. – Суми: Собор, 1999. – 160 с.

УДК 336.25

Ніколаєва В. П.

ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ДОХОДІВ З ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Економічна категорія "дохід" в науковій літературі розглядається протягом багатьох століть в тісному взаємозв'язку з такими категоріями, як "економічна діяльність" та "прибуток". Ця категорія досліджувалася в працях таких видатних економістів, як А. Сміт, К. Маркс, Дж. Мілль, Дж. Хікс, В. Парето, Л. Вальрас, Ф. Найт та багатьох інших. Окремі з теоретичних висновків цих науковців, зокрема, теорія відносних часток факторів виробництва в доході, теорія убуваючої доходності, теорія граничних доходів увійшли у "золотий фонд" постулатів економічної теорії.

Але, як свідчать результати дослідження, серед сучасних науковців ще не сформувалася єдина думка щодо економічної сутності цього поняття, визначення особливостей формування доходів підприємств в процесі їх операційної діяльності, класифікації цих доходів та деяких інших пов'язаних з ними аспектів. Це обумовлює необхідність поглиблення теоретичних досліджень економічної сутності і класифікації доходів з операційної діяльності підприємств.

Метою даної статті є розгляд основних особливостей операційної діяльності підприємств реального сектору економіки і на цій основі визначення більш конкретного поняття – "доходи з операційної діяльності підприємства" (що становлять основний об'єкт передбаченого дослідження).

У визначенні поняття "дохід підприємства" в сучасній науковій літературі існує два принципові підходи, які трактують його зміст у широкому та вузькому розумінні.

Широкий підхід до трактування змісту цього поняття в свою чергу поділяється на економічний та бухгалтерський.

Економічний підхід базує визначення цього поняття переважно на терміні "виручка", тобто на обсязі продажу виробленої підприємством продукції (робіт, послуг). Інколи цей термін практично повністю отожднюється з поняттям "дохід підприємства".

© Ніколаєва В. П., 2008



Ототожнення доходу підприємства тільки з виручкою від реалізації продукції практично виключає з нього такі притаманні йому елементи, як отримана орендна плата (при наданні зайвих основних засобів в операційну оренду), роялті (отримані підприємством платежі за використання його торгової марки, програмних продуктів тощо), отримані дивіденди та проценти (зі сформованого підприємством портфеля фінансових інвестицій у цінні папери сторонніх елементів) та деяких інших. Тому поняття "дохід підприємства" слід розглядати як більш широке, ніж поняття "виручка від продажу продукції (робіт, послуг)".

Найбільш поширеним серед сучасних економістів є визначення поняття "дохід підприємства" як суми виручки з реалізації продукції і майна, а також за рахунок здійснення позареалізаційних операцій.

Бухгалтерський підхід базує визначення поняття "дохід підприємства" переважно на терміні "економічна вигода". Такий зміст цього поняття визначено в Міжнародному стандарті фінансової звітності 18 "Дохід": "Дохід – це валове надходження економічних вигод протягом певного періоду, що виникає в ході звичайної діяльності суб'єкта господарювання, коли власний капітал зростає в результаті цього надходження, а не в результаті внесків учасників капіталу".

На відміну від широкого трактування поняття "дохід підприємства" як за економічним, так і за бухгалтерським підходом, його вузьке трактування суттєво обмежує його зміст за кількісними параметрами. Економісти, що дотримуються цього підходу зводять поняття "дохід підприємства" до тієї частини валової виручки і результатів позареалізаційних операцій, що обіймає лише витрати на оплату праці та прибуток.

Таким чином, дохід – це виручка від реалізації продукції (робіт, послуг) за вирахуванням матеріальних витрат. Він становить грошову форму чистої продукції підприємства, тобто включає до себе оплату праці та прибуток [1, С. 254 – 255].

Автор не поділяє думку цих науковців щодо обмеження визначення поняття "дохід підприємства" виключно тією його частиною, що за обсягом характеризує лише витрати на оплату праці та суму прибутку. У сучасній західній і вітчизняній науковій літературі ця частина отриманих підприємством доходів визначається поняттями "економічна додана вартість" (Economic Value Added, EVA) або "чиста продукція". За своєю економічною сутністю "економічно додана вартість" ("чиста продукція") є однією із форм доходу, що отримана підприємством за рахунок виробництва і реалізації товарної продукції. Мова в даному випадку йде лише про інший (обмежений) склад елементів, що формує цей дохід. Так, повний склад таких елементів формує "валовий дохід"; за виключенням елементу "податки з доходу" формується "чистий дохід", а за виключенням елементів "податки з доходу" та "матеріальні витрати" формується "дохід у формі економічно доданої вартості" ("чистої продукції"). Для скорочення автор пропонує надалі визначати цю форму доходу терміном "доданий дохід".

Таким чином, розгляд поняття "дохід підприємства" у широкому його трактуванні як за економічним, так і за бухгалтерськими підходами дозволяє визначити такі основні його характеристики:

дохід підприємства становить один з видів фінансових результатів його господарської діяльності за певний період;

цей фінансовий результат характеризує надходження економічних вигод;

основними формами економічних вигод, що характеризують дохід підприємства, виступають виручка з реалізації іншого майна, а також надходження коштів з позареалізаційних операцій;

економічні вигоди, що формують дохід підприємства, визначаються їх обсягом у грошовій формі.

Ці базові характеристики поняття "дохід підприємства" потребують певного доповнення.

З точки зору автора однією з таких характеристик є високий ступінь варіювання реального значення суми економічної вигоди, що формує дохід підприємства, у часі. Це обумовлено тим, що дохід підприємства визначається у грошовій формі (а вартість грошей у часі постійно змінюється під впливом інфляції та інших чинників) і за певний період (чим вищим буде цей період, тим вищим буде ступінь зміни реального значення доходу підприємства). Тому об'єктивна оцінка доходу підприємства має базуватись на обов'язковому врахуванні фактору часу.

Крім того, важливою характеристикою доходу підприємства є його висока залежність від рівня ризику, що притаманна господарській діяльності конкретного підприємства. Ця діяльність може здійснюватись за обраною підприємством агресивною, помірною або консервативною політикою, що відповідним чином буде позначатись і на сумі отриманих ним економічних вигод (доходів). Тому об'єктивна оцінка доходу підприємства має базуватись на обов'язковому врахуванні і факторі ризику.

З урахуванням всіх розглянутих характеристик поняття "дохід підприємства" пропонується визначити таким чином: "Дохід підприємства становить один з видів фінансового результату його господарської діяльності за певний період, що характеризує у грошовому визначенні обсяг надходження грошових вигід у формі виручки з реалізації виробленої продукції (робіт, послуг) і майна, а також коштів з позареалізаційних операцій, які формуються з урахуванням факторів часу і ризиків".

На базі загального поняття "дохід підприємства" може бути визначено більш конкретне поняття – "дохід з операційної діяльності підприємства". З цією метою необхідно попередньо з'ясувати основні особливості цього виду господарської діяльності.

Сучасна характеристика поняття "операційна діяльність підприємства", як і поняття "дохід підприємства", визначається бухгалтерським і економічним підходом до його формулювання.

Операційна діяльність є одним з видів господарської діяльності підприємства, яка в Господарському Кодексі України визначена як "діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного



виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність" [2].

У складі господарської діяльності операційна діяльність визначається як "звичайна", тобто "будь-яка основна діяльність підприємства, а також операції, що її забезпечують або виникають внаслідок її проведення" [2].

У системі всіх видів звичайної господарської діяльності підприємства операційна діяльність виступає як головний її вид, основним змістом якої є виготовлення і реалізація основної продукції (робіт, послуг) та інші забезпечуючі чи супроводжуючі їх операції.

Усі основні та допоміжні операції, що входять до складу операційної діяльності підприємства, несуть циклічний характер і як правило завершуються передбаченим результатом протягом одного операційного циклу – "проміжком часу між придбанням запасів для здійснення діяльності і отриманням грошових коштів (еквівалентів грошових коштів) від реалізації виготовленої з них продукції" [3, с. 15 – 16].

Здійснення операційної діяльності підприємства базується на використанні відповідних операційних ресурсів, до складу основних з яких входять операційні основні засоби, операційні нематеріальні активи, матеріальні оборотні активи, операційний персонал підприємства.

Витрати цих ресурсів у вартісній формі переносяться на вартість виробленої і реалізованої продукції (товари, послуги) і визначаються як "операційні витрати підприємства". Основу цих операційних витрат становить "собівартість реалізованої продукції", яка складається з "виробничої собівартості товарної продукції".

Основною метою здійснення операційної діяльності підприємства є одержання ним прибутку з неї, який становить складову частину загального прибутку підприємства з його господарської діяльності.

Зміст цих основних сутнісних характеристик операційної діяльності підприємства може бути узагальнений у такому визначенні її поняття: "Операційна діяльність підприємства є одним з головних видів його загальної звичайної господарської діяльності у сфері суспільного виробництва, змістом якої є виготовлення і реалізація основної продукції (робіт, послуг) та інші забезпечуючі або супроводжуючі їх операції, що здійснюються циклічно із використанням відповідних операційних ресурсів з метою одержання прибутку".

Отже, інтегруючи зміст понять "доходи підприємства" та "операційна діяльність підприємства" можна сформулювати комплексне поняття – "доходи з операційної діяльності підприємства". Воно пропонується автором до визначення у такому вигляді: "Дохід з операційної діяльності підприємства становить один з видів фінансового результату його звичайної господарської діяльності з виготовлення і реалізації основної продукції (робіт, послуг) та інших забезпечуючих або супроводжуючих їх операцій, що здійснюються циклічно з використанням відповідних операційних ресурсів, на базі якого формується відповідний вид його прибутку".

Література: 1. Лобушин О. О. Управління прибутком, проблеми та наслідки // Вісник Київського Національного університету ім. Т. Шевченка. Економіка. – 2004. – 392 с. 2. П(С)БО 3 "Звіт про фінансові результати" // www.gdo.kiev.ua. 3. Мельник Л. Г. Економіка підприємства: Навч. посібн. – Суми: ІТД "Університетська книга", 2002. – 632 с.

УДК 658.7

Огиенко С. А.

Письмак В. А.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ПРОЦЕССА СБЫТА НА ПРИНЦИПАХ ЛОГИСТИКИ

Как известно, функционирование логистической системы направлено на удовлетворение потребностей клиента, иными словами, на достижение конечного результата, выражающегося в обеспечении высокого уровня обслуживания клиента, что, в конечном счете, обеспечивается эффективной доставкой в соответствии с требованиями потребителя, но при условии минимального использования затрат и ресурсов.

Если рассматривать сквозной материальный поток в логистике от источника сырья до конечного потребителя, то он проходит несколько функциональных областей, деятельность которых характеризуется определенными задачами.

Однако такое деление не означает изолированного подхода к управлению потоками в каждой функциональной области логистики. Между функциональными областями существует тесная

© Огиенко С. А., Письмак В. А., 2008



взаимосвязь. Цель логистики может быть достигнута лишь при полной согласованности функционирования всех указанных областей. Концепция логистики основана на комплексном подходе, требует рассмотрения всех базовых областей в отношении оптимизации сквозных потоков, проходящих через них и работающих, в конечном счете, на потребителя. При этом каждая функциональная область логистики имеет свои локальные цели и задачи, которые вытекают из общей цели всей логистической системы [1].

Для того чтобы избежать противоречий, вызванных постановкой различных целей в функциональных областях логистической системы, целесообразно провести детализацию целей руководителя с тем, чтобы привести структуру целей верхнего уровня к понятным, конкретным и количественно измеримым целям нижнего уровня. После этого данная структура целей согласовывается с руководством, которое подтверждает, что именно это оно и имело в виду [2].

Однако на практике не всегда удается привести цели руководства организации к формализованному виду. Например, руководитель ставит задачу "Оптимизация бизнес-процесса сбыта готовой продукции". С чего необходимо начинать в таком случае логисту? Теория логистики дает знание основных принципов/положений, руководствуясь которыми можно попытаться оптимизировать тот или иной логистический бизнес-процесс.

Рассмотрим на конкретном примере действия логиста по оптимизации логистического бизнес-процесса "Сбыт готовой продукции".

Методика по описанию бизнес-процесса будет состоять из нескольких шагов [3; 4].

На **первом этапе** руководитель формулирует в произвольной (лучше, конечно, в сколь угодно формализованной) форме цели проекта оптимизации, сроки выполнения и возможный объем выделяемых на этот проект ресурсов. Назначается рабочая группа, которая будет заниматься оптимизацией проекта, выбирается руководитель такой группы. Руководитель организации проводит совещание (или серию совещаний) с руководителем проекта (представителем рабочей группы) для предварительного формулирования целей. Результатом первого этапа является перечень целей, определенных руководителем организации.

На **втором этапе** руководитель проекта ставит задачу рабочей группе детализировать перечень целей, доведя его до второго-третьего уровня.

Основная задача на этом этапе – добиться предельной конкретности целей. При декомпозиции следует стремиться подбирать цели, достижение которых может быть выражено количественными показателями. Пример заполнения таблицы целей представлен в таблице.

Таблица

Пример заполнения таблицы целей

Цели, сформулированные руководителем	Цели второго уровня	Цели третьего уровня	Приоритет, установленный руководителем
1. Оптимизировать бизнес-процесс сбыта готовой продукции	1.1. Увеличить объем продаж в регионах	1.1.1. Оптимизировать процесс сбыта через представительства в регионах	А
		1.1.2. Оптимизировать процесс обмена информацией между представительствами и главным офисом	С
	1.2. Сократить сроки погашения дебиторской задолженности	1.2.1. Четко распределить ответственность за погашение дебиторской задолженности	А
		1.2.2. Оптимизировать процесс подготовки и заключения договоров с клиентом	Б
	1.3. Сократить сроки обработки заказа клиента	1.3.1. Выявить и установить "узкие" места процесса обработки заказа клиента	А

Очевидно, что детализированные цели, показанные в таблице, далеки от совершенства, но они существенно более информативны для рабочей группы, чем формулировка "Оптимизация бизнес-процесса сбыта готовой продукции".

На **третьем этапе** разработки целей проекта проводят согласование детальной структуры целей с руководителем организации. Его задача на этом этапе состоит в установлении приоритетов по достижению детализированных целей. Может возникнуть ситуация, когда руководитель не удовлетворен предложенной структурой целей. В этом случае рабочая группа исправляет указанные руководителем недостатки и представляет на рассмотрение вторую версию структуры целей и т.д.

Если руководителя устраивает предложенная декомпозиция целей, то рабочая группа приступает к выполнению работ по оптимизации бизнес-процесса.

Однако, прежде чем приступить к реализации проекта необходимо выявить существующие проблемы и откорректировать цели (рис.1).

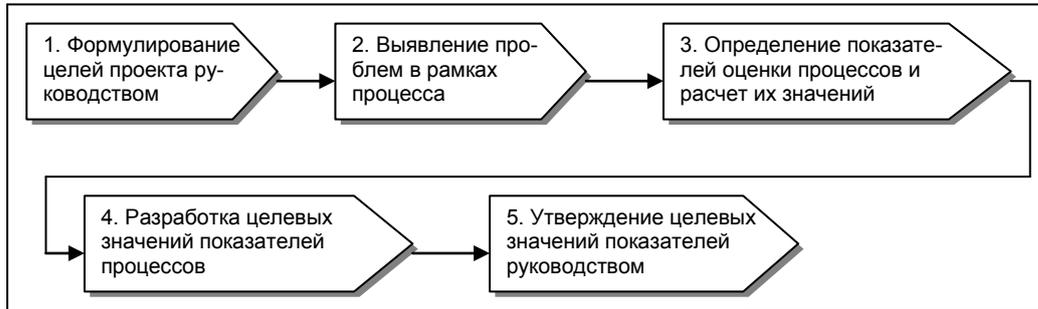


Рис. 1. Процедура оптимизации бизнес-процесса через выявление проблем

На **первом этапе** руководитель ставит задачу следующим образом: "Повысить эффективность бизнес-процесса сбыта". При этом четко очерчиваются границы рассматриваемого процесса. Работы будут проводиться именно с этим процессом.

На **втором этапе** рабочая группа формирует эскиз (грубое описание) бизнес-процесса на верхнем уровне. Основная задача – отобразить основные функции, входящие в процесс. Далее как для процесса в целом, так и для составляющих его функций определяются существующие проблемы. Их выделение основывается на анализе результатов интервьюирования руководителей и сотрудников подразделений, выполняющих данный процесс. Строго говоря, полученные данные носят характер "симптомов", а не причин проблем. Тем не менее, полученная спецификация проблем представляется либо в виде перечня, либо в виде дерева, как показано на рис. 2.

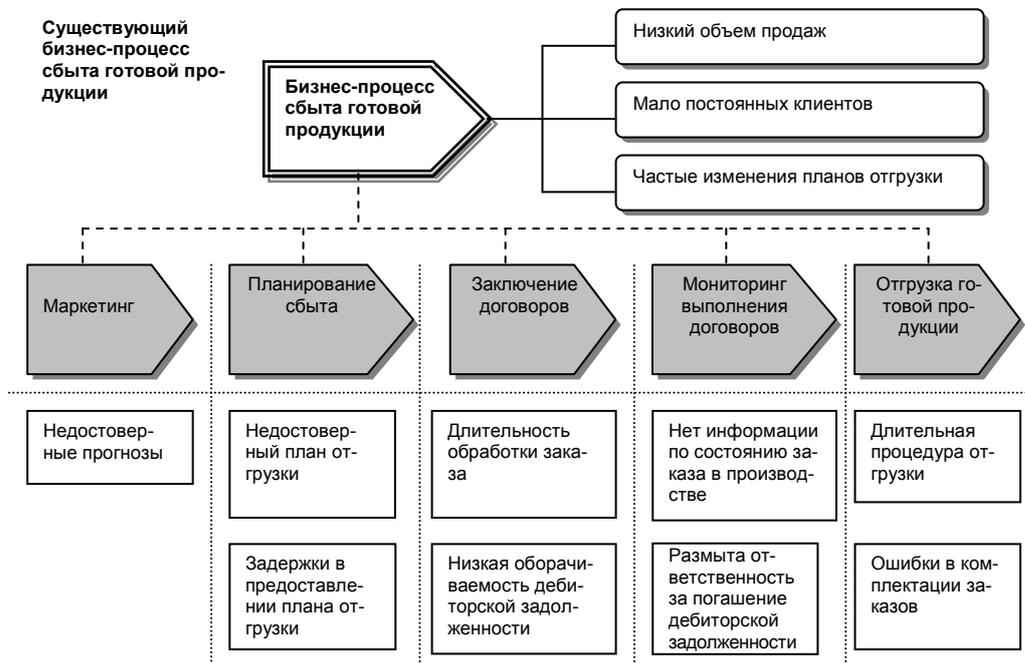


Рис. 2. Дерево проблем бизнес-процесса сбыта готовой продукции

На **третьем этапе** рабочая группа пытается определить показатели, которые характеризуют каждую выделенную проблему. Таких показателей может быть несколько. Иногда сама формулировка проблемы содержит наименование показателя и указание на его несоответствующее значение. Например, "Низкая оборачиваемость дебиторской задолженности" содержит в себе название показателя – "оборотность" и его значение – "низкая". Рабочей группе необходимо определить единицы измерения по каждому показателю и, по возможности, определить их значения для существующей ситуации. Пример определения количественных показателей показан на рис. 3.

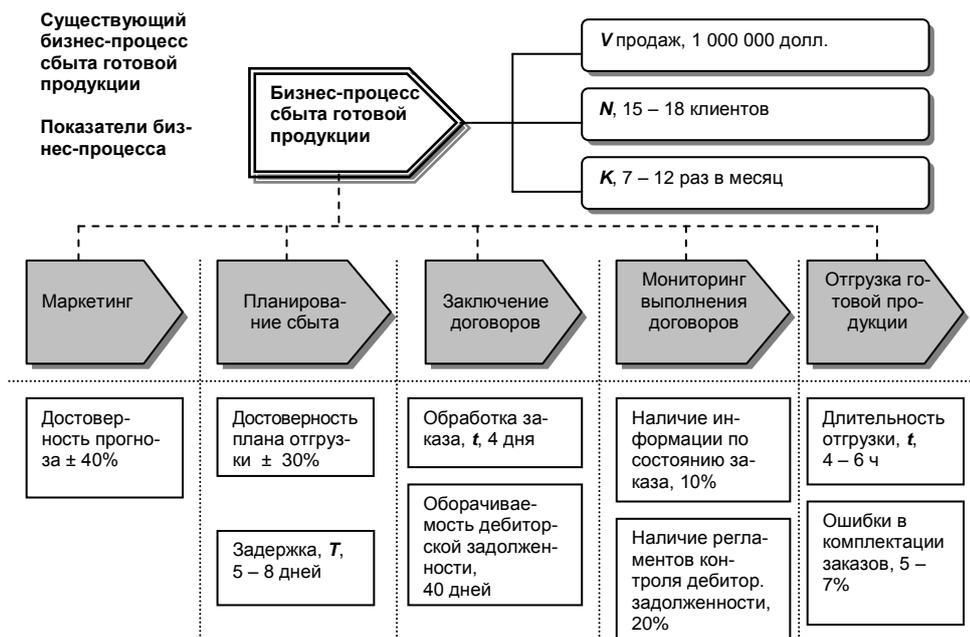


Рис. 3. Определение количественных показателей бизнес-процесса сбыта готовой продукции

После того, как получена численная оценка показателей, рабочая группа приступает к **четвертому этапу** – разработке целевых значений показателей. Ориентиром для выбора целевых значений показателей могут быть:

- показатели аналогичной деятельности конкурентов;
- данные неудовлетворенности и требования клиентов процесса;
- данные финансово-экономического анализа.

Полученные целевые значения показателей представляются в виде перечня или графически. Руководитель организации рассматривает полученные данные. При необходимости рабочая группа корректирует целевые значения показателей. После согласований руководитель утверждает перечень целевых показателей оценки эффективности процессов. Пример дерева целевых показателей оценки процесса представлен на рис. 4.

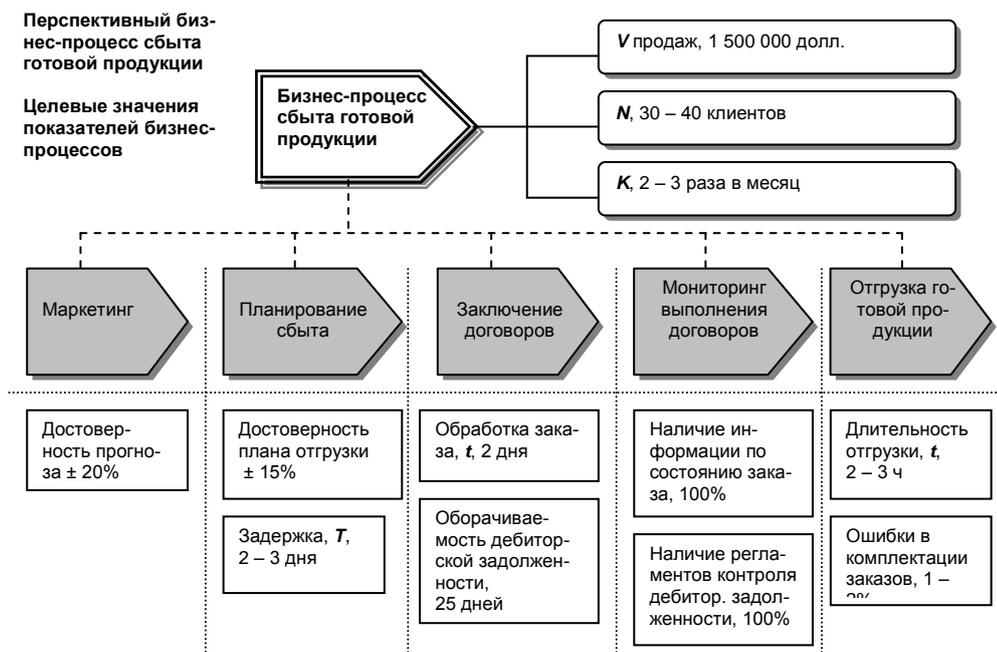


Рис. 4. Целевые критерии оценки эффективности процесса

Фактически рассмотренные примеры позволяют определить параметры оценки существующего процесса, измерить их для текущего состояния и определить перспективные значения, которые необходимо получить путем описания и реорганизации процесса. Как видно из рис.4, данный подход обладает двумя существенными недостатками, а именно:

субъективность определения проблем и показателей оценки процесса;
отсутствие какой-либо системы, используемой для стандартизации показателей оценки процесса.

Так или иначе, при оптимизации бизнес-процессов организации в первую очередь должны быть сформулированы цели проекта. В зависимости от поставленных целей и объема ресурсов, выделяемых на проект, могут быть использованы различные подходы к описанию и оптимизации бизнес-процессов организации.

Литература: 1. Дыбская В. В. Логистика: Учебник / В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, В. И. Сергеев, А. Н. Стерлигова; [Под ред. В. И. Сергеева. – М.: ЭКСМО, 2008. – 944 с. 2. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ. и научн. редакцией проф. В. И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 976 с. 3. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление: Учебник / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 320 с. 4. Репин В. В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елиферов. – М.: РИА "Стандарты и качество", 2004. – 408 с.

УДК 658.01

Онопрієнко І. М.

Макаренко Н. О.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ Й УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ СИСТЕМАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Досвід розвинутих країн у сфері підвищення ефективності матеріального виробництва свідчить про те, що одним з основних інструментів зміцнення економічної діяльності підприємства є управління матеріальними потоками. У сучасному розумінні логістика охоплює як безпосередньо виробництво, так і сферу планування і управління всією діяльністю підприємства в ланцюжку "постачальник – виробник – споживач".

Останнім часом провідні українські підприємства різних галузей економіки почали створювати в своїй структурі підрозділи логістики. Використання логістичних концепцій і систем дозволяє оптимізувати ресурси підприємства (матеріальні, інформаційні, фінансові, трудові), пов'язані з управлінням матеріальними та супроводжуваними потоками.

Питанням розробки методології управління логістичними системами різних об'єктів присвячені роботи вчених-економістів, таких, як Б. А. Анікін, В. Е. Ніколайчук, І. А. Леншин, Ю. І. Смоляков, А. М. Гаджинский, М. В. Киршина, Є. В. Крикавський, Ю.В. Пономарьова.

У ринкових умовах принципи і методи логістики направлені на отримання оптимальних рішень, зокрема на мінімізацію повних логістичних витрат, тобто, витрат, пов'язаних з управлінням матеріальними потоками, витрат на транспортування, складування, управління замовленнями, закупками, організацію виробництва, збут і запаси, упакування, вантажопереробку, зменшення логістичних ризиків. Тому виникає необхідність виявити особливості формування і управління логістичними системами підприємств, що дозволить підприємствам швидко реагувати на зміни ринкового середовища і гідно конкурувати в ньому.

Логістика ставить та вирішує завдання проектування гармонічної, узгодженої матеріалопровідної (логістичної) системи із заданими параметрами матеріального потоку на виході. Відрізняє цю систему високий ступінь погодженості виробничих сил, які входять до неї, з питань управління наскрізним матеріальним потоком. На сьогоднішній день це є найбільш комплексним, прогресивним підходом. Отже, використання логістичного підходу доцільно лише в контексті загальної теорії систем.

Термін "система" та пов'язані з ним поняття комплексного, системного підходів досліджуються та підлягають осмисленню філософами, кібернетиками, фізиками, математиками, економістами та ін. Також аналіз літератури з даної теми показав, що науковці та дослідники виділяють найбільш загальні трактовки цього поняття: деякий порядок, заснований на планомірному розташуванні та взаємному зв'язку частин будь-чого; обладнання, структура, яка становить єдність закономірно розташованих, взаємопов'язаних частин; сукупність елементів, одиниць, частин, які об'єднані за загальною ознакою або призначенням; форма організації, обладнання будь-чого.

© Онопрієнко І. М., Макаренко Н. О., 2008



Прийнято виділяти чотири властивості, якими має володіти об'єкт, щоб його можна було вважати системою: цілісність та подільність; зв'язки; організація; інтеграційні якості.

Методологічною основою наскрізного управління матеріальним потоком є системний підхід (системний аналіз), принцип реалізації якого в концепції логістики поставлений на перше місце. Функціонування реальних логістичних систем характеризується наявністю складних стохастичних зв'язків як всередині цих систем, так і у відношеннях з оточуючим середовищем. Тому при формуванні логістичної системи на підприємствах необхідно використовувати системний підхід. Системний підхід означає, що кожна система є інтегрованим цілим навіть тоді, коли вона складається з окремих, розрізнених підсистем; це дозволяє побачити об'єкт як комплекс підсистем, які об'єднані загальною метою, розкрити його інтеграційні якості, внутрішні та зовнішні зв'язки.

Логістичну систему також можна охарактеризувати "як складну організаційно завершену (структуровану) економічну систему, яка складається з елементів-ланок (підсистем), взаємопов'язаних в єдиному процесі управління матеріальними та супутніми їх потоками, причому завдання функціонування цих ланок об'єднані внутрішніми цілями організації бізнесу та (або) зовнішніми цілями". Відповідно до теорії систем, кожна підсистема розглядається як частина цілісної економічної системи, яка має свої особливості, і разом з тим їх сукупність взаємопов'язана в єдиний процес управління матеріальним потоком. Цілі кожної з цих ланок не суперечать зальній меті логістичної системи [1, с. 52].

Під стійкістю системи в загальному випадку розуміють можливість нормально функціонувати та протидіяти різноманітним неминучим діям. Стан системи називається стійким, якщо відхилення від нього залишається скільки завгодно малим при достатньо малих змінах вхідних сигналів. Надійність складається в спроможності системи зберігати значення встановлених параметрів функціонування у визначених межах:

управління логістичною системою не може бути повністю формалізовано, що спонукає до побудови комплексу формалізованих та неформалізованих процедур;

при формуванні логістичної системи повинен бути реалізований принцип відсутності конфліктів між цілями окремих підсистем та цілями всієї системи;

інформаційно-комп'ютерна підтримка повинна охоплювати якомога більшу кількість процесів управління та об'єктів логістичної системи для забезпечення інформаційної інтеграції.

З розвитком інтегрованої парадигми логістики В. Н. Стахановим, Р. В. Шеховцевим було запропоновано виділяти інтегровані логістичні системи. Границі інтегрованої логістичної системи визначаються виробничо-розподільчим циклом, що включає процеси закупівлі матеріальних ресурсів і організації постачання, внутрішньовиробничі логістичні функції, логістичні активності в дистрибутивній системі при організації продажу готової продукції та післяпродажного сервісу. Логістичний менеджмент в інтегрованій логістичній системі становить такий управлінський підхід до організації роботи фірми і її логістичних партнерів, який забезпечує найбільш повний облік тимчасових і просторових факторів у процесах оптимізації управління матеріальними, фінансовими й інформаційними потоками для досягнення стратегічних і тактичних цілей фірми на ринку. Основним при формуванні інтегрованих логістичних систем є мінімізація загальних логістичних витрат та управління якістю на всіх етапах виробничо-розподільного циклу [2, с. 54 – 55].

Продуктивність логістичного циклу прямо пов'язана з витратами ресурсів, необхідних для плідної та якісної роботи логістики. Логістичний цикл – це основний об'єкт планування та оперативного управління в логістиці.

Планування поставок готової продукції полягає у визначенні часу, обсягу й адресата. Розрізняють чотири його елементи: прогнозування попиту (збуту); визначення поточного попиту (формування портфеля замовлень); планування запасів готової продукції; планування наднормативних запасів готової продукції.

Логістична система становить впорядковану сукупність логістичних ланцюгів та є продуктом не стихійно створюваних сукупностей логістичних операцій, а результатом свідомого вибору людей, які приймають рішення в області логістики. При формуванні логістичної системи необхідно мати справу з великим обсягом різноманітних даних, врахування яких, як і процес їхнього збору та обробки, потрібно проводити постійно [3, с. 115 – 119].

Розглянемо послідовність дій при формуванні логістичної системи на підприємствах. Можна виділити такі основні етапи формування логістичної системи на підприємствах:

1. Вибір стратегії формування логістичної системи має базуватися на основі аналізу навколишнього середовища та техніко-економічного аналізу діяльності підприємства. Стратегія розробки системи має не тільки постулювати основні цілі та завдання логістики підприємства, але і не суперечити меті діяльності підприємства та дозволяти моделювати логістичну систему.

2. Аналіз існуючого ланцюга "закупівля – виробництво – розподіл" на максимальну відповідність поставленим цілям передбачає оцінку логістичного потенціалу підприємств та виявлення у цьому ланцюзі вузьких місць. У логістичній системі має бути досягнуте оптимальне співвідношення в задоволенні суперечливих інтересів різних структурних підрозділів.

3. Організаційні перетворення в структурі управління підприємства проводяться в двох напрямках: перепроєктування процесу управління матеріальним потоком (централізація процесу планування та оперативного управління матеріальним потоком і його інтеграція відповідно до MRP II технологій управління);

вибір найкращої форми побудови організаційної структури управління (формування матричної організації управління).

4. Розробка заходів щодо управління запасами передбачає оптимізацію їх рівня для забезпечення безперервного виробничого процесу, мінімізації витрат та підвищення якості обслуговування споживачів.

5. Оцінка ефективності функціонування логістичної системи повинна базуватися на обліку логістичних витрат, визначенні оптимального рівня обслуговування споживачів та на розрахунку показника економічної ефективності [4, с. 24 – 26].

При формуванні логістичної системи необхідно провести аналіз базових, найбільш широко використовуваних логістичних стратегій.

Усі відомі форми й методи логістичного моделювання можна умовно згрупувати за такими класифікаційними ознаками: за способом представлення, за способом опису, за способом відображення.

На думку Б. А. Анікіна, системний підхід не існує у вигляді чіткої методологічної концепції [5, с. 31 – 32]. Це свого роду сукупність пізнавальних принципів, дотримання яких дозволить деяким чином зорієнтувати конкретні дослідження. На відміну від класичного, системний підхід пропонує послідовний перехід від загального до часткового, коли в основі лежить кінцева мета, заради якої створювалась система.

При формуванні логістичних систем повинні враховуватися такі принципи:

принцип послідовного просування по етапах створення системи;

принцип узгодження інформаційних, ресурсних та інших характеристик проектованої системи;

принцип відсутності конфліктів між цілями окремих підсистем і цілями всієї системи.

Рациональне управління рухом великого масиву матеріальних ресурсів сьогодні неможливо без комп'ютеризації цього процесу, впровадження обчислювальної техніки на всіх стадіях логістики.

Отже, управління логістичною системою дуже важливе в діяльності підприємств, оскільки дана система створює інтегровані системи регулювання матеріальними й інформаційними потоками, контролює рух матеріальних потоків, визначає стратегії та технології фізичного переміщення товарів, розробляє способи керування руху товарів, займається стандартизацією напівфабрикатів і упакування, прогнозуванням обсягів виробництва, перевезень, складування, виявляє незбалансованості між потребами й можливостями закупівлі та виробництва, прогнозує попит на товари, вироблені й переміщені в рамках логістичної системи, розподіляє транспортні засоби, організовує передпродажне і післяпродажне обслуговування споживачів, оптимізує технічні та технологічні структури автоматизованих транспортно-складських комплексів.

Таким чином, глобалізація ринку збуту, актуалізація проблеми виживання та підвищення конкурентоспроможності в умовах ринку покупця та відсутність скоординованого управління матеріальними потоками, що призводить до невиннованого великих витрат, сприяють формуванню логістичної системи на підприємствах. І тому виникає необхідність дослідження розповсюдження логістичної концепції управління в практику ведення господарської діяльності вітчизняних підприємств.

Література: 1. Киршина М. В. Коммерческая логистика. – М.: Благовест-В, 2003. – 256 с. 2. Стаханов В. Н. Торговая логистика: Учебн. пособ. / В. Н. Стаханов, Р. В. Шеховцев. – 2-е изд., перераб. – М.: ПРИОР, 2000. – 112 с. 3. Основы логистики: Учебн. пособ. / Под ред. Л. Б. Миротина и В. И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 200 с. 4. Пономарьова Ю. В. Логістика: Навч. посібн. – 2-ге вид, доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с. 5. Аникин Б. А. Логистика: Учебн. пособ. – М.: ТК Велби, Изд. "Проспект", 2007. – 408 с.

УДК 658.23

Петренко М. В.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИНЦИПІВ ПЛАНУВАННЯ

У сучасних умовах господарювання підприємство самостійно здійснює весь комплекс планової роботи. Надання самостійності підприємству означає не тільки відмову від повної регламентації зверху всієї його діяльності та надання підприємству широких прав у визначенні й реалізації виробничої програми, шляхів розвитку виробництва, мотивації праці і відповідальності за кінцеві результати господарювання, але й усвідомлення важливості безперервного вивчення ринку та готовності до ринкових коливань. Усе це повинно знайти відображення в планах діяльності підприємства, з урахуванням системного підходу дослідження принципів планування.

Незважаючи на велику кількість публікацій, які присвячені проблемам планування в умовах невизначеності й ризику, у літературі не одержали належного висвітлення дослідження співвідношення принципів планування на підприємстві в цілому та у його підрозділах.

Відкрита система підприємства як його нова якість в ринкових умовах господарювання і пряма залежність від взаємодії попиту та пропозиції обумовлюють необхідність створення системи планування і управління підприємством, здатної швидко і ефективно реагувати на ринкові потреби. Процес планування значною мірою має передбачити всебічне вивчення дійсності, тенденцій та закономірностей розвитку об'єкта планування і середовища його діяльності. Найбільш загальною

© Петренко М. В., 2008



науковою основою планування є система об'єктивних економічних законів і, в першу чергу, закону попиту та пропозиції. У планах підприємства повинні бути реалізовані вимоги цих законів і враховані об'єктивні результати макро- та мікроекономічного аналізу стану й тенденції розвитку умов господарювання.

Поряд з загальними принципами управління і планування [1] існують і специфічні принципи планування, до яких відносять цільову направленість, системність, безперервність, збалансованість, оптимальність використання ресурсів, адекватність об'єкта та предмета планування.

Найважливішим принципом планування є вибір та обґрунтування цілей кінцевої мети результатів діяльності підприємства. Чітко та зважено визначені цілі є вихідним пунктом планування. Пріоритетність тієї чи іншої мети може змінюватися залежно від економічної політики держави, історичного періоду, екологічного становища в регіоні та світі тощо.

Принцип системності вимагає, щоб планування охоплювало всі сфери діяльності підприємства, усі тенденції, зміни та зворотні зв'язки в його системі. Системний підхід повинен мати місце щодо обґрунтування й вирішення планових завдань на будь-якому рівні управління.

Принцип безперервності означає підтримання безперервної планової перспективи, формування та періодичну зміну горизонту планування, що залежить від: загальних соціально-політичних та економічних передумов; темпів науково-технічного прогресу в галузі; тривалості впливу управлінських рішень; ступеня передбачуваності майбутнього; взаємоузгодження довго-, середньо- та короткострокових планів; своєчасне коригування перспективних та поточних планів, враховуючи початкові сигнали про зовнішні (регіон, економіка в цілому) та внутрішні (всередині самого підприємства) зміни умов господарювання.

Важливою якісною характеристикою плану виступає його збалансованість, тобто необхідна і достатня кількісна відповідність між взаємопов'язаними розділами та показниками плану. Збалансованість становить визначальну умову обґрунтованості планів, реальності їх виконання. Головним її проявом є відповідність між потребами в ресурсах та їх наявністю.

Однією з найважливіших вимог до планових рішень є забезпечення оптимальності використання ресурсів. Використання ресурсів підприємства повинно орієнтуватися на потреби, умови і кон'юнктуру ринку, інтенсифікацію виробництва, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, максимально повну реалізацію наявних резервів кращого застосування предметів та знарядь праці, організації виробництва тощо.

Принцип адекватності системи планування щодо об'єкта та умов його діяльності виходить з того, що оскільки ринкове середовище обумовлює постійну мінливість продукції підприємства, його виробничої й організаційної структури, технологій і факторів виробництва, оскільки методи планування, показники та розділи планів, організація самого процесу їх розробки повинні постійно переглядатись, а за необхідності – розроблюватись і застосовуватись поліпшені або принципово нові методи та процедури планування.

При плануванні діяльності підприємства розробляють плани для: різних підрозділів підприємства та загальний план; всіх видів діяльності або цільові плани, що передбачають завдання за якогось одного напрямку роботи; різних періодів часу довго-, середньо- та короткострокові. Кожний вид плану має свої особливості в методах та порядку його розробки, різні показники.

Між тим існують явні розбіжності щодо планування діяльності підприємства і його підрозділів, обумовлені різнопорядковістю розглянутих систем, неоднаковими їх властивостями й можливостями. Концепція єдності принципів планування ігнорує ці розбіжності з усіма практичними наслідками. Можна привести багато прикладів, коли виявилися невдалими спроби планувати окремим підрозділам обсяг реалізації, прибуток, рентабельність, вводити для них плату за виробничі фонди і т. п. Початкова причина помилок, що допускаються в різні періоди часу, полягає в тому, що всякого роду нововведення, які мають за мету створення системи наскрізних показників, базуються на ідеї використання в області внутрішньовиробничого господарювання товарно-грошових відносин і всіх тих принципів, на яких будується господарський розрахунок підприємства. Ось чому варто вважати необґрунтованою концепцію єдності принципів планування. На рівні підприємства і його ланок повинні використовуватись принципи, адекватні їх системним властивостям і цілям функціонування [2].

Оскільки підрозділи позбавлені права вибору номенклатури виробів, права прийняття рішень, а маневрування ресурсами в ширшому розумінні цього процесу може здійснюватися далеко не у всіх випадках. Досить складно, а найчастіше неможливо зіставити витрати з результатами виробництва.

На погляд автора, для внутрішньовиробничого планування можуть бути прийнятні такі принципи:

- 1) надання підрозділам відповідної самостійності у виборі шляхів і методів виконання планових завдань, а також використання виробничих ресурсів;
- 2) установа підрозділам планових завдань відповідно до їх функцій і виробничих можливостей;
- 3) закріплення за виробничими підрозділами основних і оборотних виробничих фондів;
- 4) введення ефективної системи економічного стимулювання підрозділів за успішне виконання завдань, ритмічність виробництва, економію сировини й матеріалів, підвищення продуктивності праці, поліпшення якості продукції, найбільш ефективне використання виробничих фондів;
- 5) всебічний облік і контроль діяльності колективів підрозділів, систематичне зіставлення фактичних витрат і результатів виробництва за встановленим колом показників із плановими й нормативними величинами, із власними результатами попередніх періодів і результатами роботи інших підрозділів з метою правильної оцінки й виявлення внутрішньовиробничих резервів;
- 6) установа відповідальності за втрати у виробничій діяльності шляхом відшкодування збитку, нанесеного іншим підрозділам підприємства (об'єднання).



Наведені вище принципи орієнтовані переважно на "виробничі" підрозділи, в яких створюються матеріально-речові результати й утворюються пов'язані з ними витрати. Вони практично не беруть до уваги, що більшість з них не мають у своєму розпорядженні виробничих фондів, що не всі підрозділи можуть планувати свою роботу на основі показників, які піддаються кількісній оцінці, що певна група підрозділів здійснює, по суті справи, інформаційну діяльність. У силу цих обставин необхідний диференційований підхід до вибору принципів, на яких повинна ґрунтуватися організація планування.

Таким чином, вищенаведене співвідношення принципів планування на підприємстві в цілому й у його підрозділах, свідчить про те, що внутрішньовиробниче планування для підрозділів повинне бути засноване на зіставленні фактичного й планового рівня певних показників, що цими показниками при такому порівнянні не можуть бути ні самооplatність, ні прибуток, ні рентабельність. Саме ці показники лежать в основі критеріїв ефективності виробництва, що використовуються для прийняття економічних рішень. Можна зробити висновок, що для об'єктивного прийняття оптимального економічного рішення варто використовувати критерії ефективності виробництва, розроблені спеціально стосовно практики функціонування підприємств у діючих на цей час умовах. При цьому необхідно враховувати, що показники, які входять у ці критерії, повинні розраховуватися в цілому для підприємства, а не для його окремих ділянок, відділів, підрозділів.

Література: 1. Любанова Т. П. Сборник бизнес-планов: методика и примеры / Т. П. Любанова, Л. В. Мясоедова, Ю. А. Олейникова. – М.: ИКЦ "МарТ"; Ростов н/Д: ИЦ "МарТ", 2008. – 408 с. 2. Лернер Ю. І. Бізнес-планування підприємницької діяльності в умовах невизначеності та ризиків. – Харків: Фактор, 2006. – 480 с. 3. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. – М.: Прогресс, 1985.

УДК 336.5.02:338:512

Погорелов Ю. С.

ЗАТРАТИ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ІДЕНТИФІКАЦІЯ, ОЦІНКА

Розвиток підприємства потребує певних зусиль його керівництва та фахівців, а також ресурсів, що ставить питання про затрати на розвиток підприємства. Управління затратами на розвиток дає змогу встановити чіткий зв'язок між ресурсами, які використовуються, та забезпеченням розвитку підприємства; мінімізувати невиправдані затрати, що пов'язані з розвитком підприємства, але мають нецільовий характер або просто не забезпечують очікуваного розвитку; оптимізувати структуру затрат підприємства у розрізі "затрати на поточну діяльність/затрати на розвиток" за критерієм забезпечення цільового розвитку при припустимому ризику та достатньої стійкості підприємства.

Питанням розвитку підприємства в українській науці сьогодні приділяється значна увага: розглядаються питання управління розвитком [1; 2], у тому числі на стратегічному рівні [3; 4]; знайшли висвітлення та дослідження поняття керованого розвитку [4], динамічного розвитку [5], гнучкого розвитку [6], організаційного розвитку [7; 8] тощо. Але ресурсне забезпечення розвитку та управління затратами на розвиток підприємства залишається невирішеним, попри зрозумілої важливості цього питання: розвиток підприємства розширює його можливості та сприяє надходженню більшої кількості ресурсів у подальшому, але спочатку сам потребує ресурсів й витрат. Незважаючи на існуючу різноманітність підходів до понять "затрати" та "розвиток", окремо ці поняття висвітлені, але поняття "затрати на розвиток" слід вважати новим та таким, що потребує свого дослідження. Тому метою статті є розгляд затрат на розвиток, дослідження характерних рис таких затрат та підходів до формування інформації про такі затрати.

За результатами дослідження існуючих трактувань розвитку підприємства [9 – 12] та трьох підходів до затрат підприємства [13, с. 9] затрати на розвиток пропонуються розглядати як вартість використаних ресурсів та фактичні грошові виплати, які супроводжують та забезпечують перебіг процесів кількісних і якісних змін в діяльності підприємства (розвиток підприємства як процес), що ведуть до якісно нового стану підприємства, в якому у нього виникають і можуть бути використані нові можливості, нові властивості, якості й риси, через що підприємство стає спроможним виконувати нові функції або істотно покращити реалізацію існуючих, вирішувати принципово нові завдання тощо (розвиток підприємства як результат). Тобто затрати на розвиток підприємства розглядаються з позиції поєднання ресурсного та фінансового підходів до розуміння затрат: розвиток підприємства може забезпечуватися як шляхом фактичних грошових виплат з боку підприємства, так і за рахунок ресурсів, що використовуються навіть без фактичного витрачання грошових коштів.

Затрати на розвиток підприємства є окремим видом затрат і не належать ані до поточних, ані до довгострокових. Затрати на розвиток не виділяються в існуючій системі бухгалтерського об-



ліку, й для отримання інформації про них слід здійснити додаткові аналітичні процедури; затрати на розвиток є, зазвичай, неявними, оскільки, частіше за все, пов'язані з окремим об'єктом затрат або інвестицій, але суто як затрати на розвиток не виділяються, що суттєво ускладнює управління такими витратами. Для отримання інформації про затрати на розвиток підприємства потрібні додаткові розрахунки і аналітичні процедури. Це обумовлено таким: поточні затрати й інвестиції в бухгалтерському обліку обліковуються окремо (й це є цілком коректним), але ж затрати на розвиток можуть належати як до інвестицій, так і до поточних затрат. В існуючому в Україні бухгалтерському обліку витрати обліковуються за елементами та за статтями витрат, при цьому модифікація обліку із введенням критерію спрямованості витрат на розвиток є майже неможливою. Тобто фактично затрати на розвиток (як, до речі, й інші важливі види затрат, наприклад інституційні та трансформаційні; обов'язкові та дискреційні; постійні, змінні, реланентні тощо) "розмиті" серед затрат підприємства поstateйно або поелементно.

Для управління затратами на розвиток такі затрати мають бути кількісно та об'єктно ідентифіковані. Основою для ідентифікації затрат на розвиток підприємства на сьогоднішній день може бути визнана тільки їх цільова спрямованість та приналежність до формування можливостей, нових властивостей, якостей та рис підприємства, виконання нових функцій або істотного покращення існуючих функцій, вирішення принципово нових завдань, що є результатом розвитку підприємства. Така приналежність затрат має бути окремо розглянута для поточних затрат й для інвестицій.

З метою спрощення ідентифікації затрат на розвиток серед поточних затрат "прив'яжемо" можливі види затрат на розвиток до традиційних затрат за елементами, що, до речі, не тільки спростить ідентифікацію таких затрат у часткових випадках, але й дозволить трансформувати інформацію з системи бухгалтерського обліку та формувати цільові вибірки затрат на розвиток (табл. 1).

Таблиця 1

Виділення затрат на розвиток серед поточних затрат за елементами

Рахунок бухгалтерського обліку	Вид затрат за елементами	Приклади затрат на розвиток за відповідними затратами за елементом
80	Матеріальні витрати	Затрати на створення нових зразків продукції Затрати на ремонт та обладнання виробничих та офісних приміщень
81	Витрати на оплату праці	Оплата праці персоналу науково-дослідницьких підрозділів Оплата праці за створення нових видів продукції, експериментальних зразків тощо Премії за вагомий внесок у створення нових можливостей підприємства, реалізацію пілотних проектів тощо
82	Витрати на соціальні відрахування	За своїм характером та порядком розрахунку витрати на соціальні відрахування безпосередньо пов'язані із заробітною платою та іншими виплатами персоналу, але їхній примусовий характер дозволяє їх більшою мірою вважати трансакційними витратами ("плата за підкоряння закону"), ніж затратами на розвиток
83	Амортизація	Витрати на амортизацію принципово не можуть бути визнані затратами на розвиток, бо є компенсацією вартості раніше придбаних основних засобів, які на точку прийняття рішення вже є купленими в минулому
84	Інші операційні витрати	Витрати на навчання персоналу. Витрати на участь підприємства. Витрати на рекламу (затрати на рекламу не завжди є затратами на розвиток, але вони можуть бути такими). Витрати, пов'язані із участю підприємства у галузевих ярмарках та виставках
85	Інші витрати	Витрати фінансової та інвестиційної діяльності, що спрямовані на покращання стану підприємства та формування нових можливостей

Перелік видів затрат на розвиток у табл. 1 не є завершеним, оскільки наведено не повний перелік видів затрат на розвиток, а тільки приклади таких затрат за рахунками 8-го класу рахунків національного плану рахунків бухгалтерського обліку. Наведена номенклатура затрат на розвиток (8-й клас рахунків) може бути уточнена відповідно до умов діяльності конкретного підприємства (наприклад, для торговельного та виробничого підприємства вона буде різною). Для підприємств, які не ведуть облік за 8-м класом рахунків, таку трансформаційну таблицю можна побудувати й за поstateйною класифікацією затрат, але виділяти затрати на розвиток буде більш складно, особливо у складі собівартості реалізованої продукції, загальновиробничих витрат, фінансових витрат тощо.

До затрат на розвиток у складі інвестицій слід віднести такі: придбання, оновлення або капітальний ремонт устаткування, що розширюють його можливості, надають можливість використовувати більш досконалу технологію; придбання інших засобів виробництва, що суттєво покращують можливості підприємства; розширення виробничих площ та потужностей; придбання програмного

забезпечення, яке покращує управління підприємством тощо. Розробити більш чіткий критерій віднесення окремих інвестицій до складу затрат на розвиток доволі складно, бо факт затрат на розвиток визнається за результатами спрямованості ресурсів на перехід підприємства до якісно нового стану. Тому за результатами різних точок зору з боку керівництва ті самі затрати можуть бути визнані, або навпаки, не визнані затратами на розвиток.

Затрати, спрямовані на створення інновацій, та затрати на розвиток можуть перетинатися, але не обов'язково співпадатимуть, бо не завжди розвиток пов'язаний з інноваціями, а інновації з розвитком. Наприклад, перехід на нову технологію виробництва є інновацією, але не завжди є розвитком, вихід підприємства на нові ринки, освоєння нових клієнтських груп не є інновацією, але може бути визнано розвитком. До того ж критерій визнання інновацій та розвитку є різним: інновацією визнається нововведення, яке отримало комерціалізацію [14 – 16]; розвиток визнається таким у разі переходу підприємства до якісно нового стану, в якому у підприємства виникають та можуть бути використані нові можливості, нові властивості, якості й риси, через що підприємство стає спроможним виконувати нові функції або істотно покращити реалізацію існуючих, вирішувати принципово нові завдання тощо [17].

Після кількісної оцінки затрат на розвиток підприємства слід інтерпретувати отриману інформацію й зробити висновки, які пропонується робити за результатами інтерпретації аналітичних показників (табл. 2). Запропоновані аналітичні показники для аналізу затрат на розвиток підприємства можуть використовуватися і як окремі. Для спільного використання аналітичні показники слід певним чином трансформувати, оскільки окремі показники є стимулянтами, а окремі – дестимулянтами; крім того, оптимальне значення для окремих показників за екстремумом є різним.

Таблиця 2

Аналітичні показники затрат на розвиток підприємства

Показник	Спосіб знаходження показника	Наявність оптимального значення ¹	Максимальне значення
Результативність затрат на розвиток	Коефіцієнт кореляції між рядами затрат на розвиток підприємства та його прибутку з урахуванням часового лагу	Max	1,0
Спрямованість поточних затрат на розвиток підприємства	Частка від поділу поточних затрат на розвиток й сукупних поточних затрат підприємства	Mid	1,0
Спрямованість інвестиційних затрат на розвиток підприємства	Частка від поділу поточних затрат на розвиток й сукупних поточних затрат підприємства	Mid	1,0
Узагальнена спрямованість затрат на розвиток	Середнє геометричне між спрямованістю поточних та інвестиційних затрат на розвиток підприємства	Mid	1,0
Покриття затрат на розвиток доходом підприємства	Частка від поділу затрат на розвиток та доходу підприємства	Mid	1,0
Екстенсивна адекватність затрат на розвиток	Частка від середнього ковзного темпів доходу підприємства та темпів затрат на розвиток протягом останніх 6 періодів ²	Mid	Не визначено
Інтенсивна адекватність затрат на розвиток	Частка від середнього ковзного темпів прибутку підприємства та темпів затрат на розвиток протягом останніх 6 періодів ²	Mid	Не визначено
Абсолютна рівномірність затрат на розвиток	Середнє квадратичне відхилення ряду цепних індексів показника затрат на розвиток підприємства протягом останніх 12 періодів	Min	Не визначено
Відносна рівномірність затрат на розвиток	Середнє квадратичне відхилення ряду цепних індексів показника співвідношення затрат на розвиток підприємства та доходу підприємства протягом останніх 12 періодів	Min	Не визначено

Таку трансформацію пропонується проводити з використанням критерію Харрінгтона (експоненційна трансформація), який дозволяє отримувати результуючі нормалізовані значення показників зі стимулятивним характером в діапазоні 0...1. Тоді за результатами використання часткового критерію Харрінгтона щодо кожного аналітичного показника затрат на розвиток підприємства буде отримано порівнюване значення такого показника в діапазоні 0...1, а загальна характеристика затрат на розвиток може бути отримана з використанням загального критерію Харрінгтона й також знаходитиметься в діапазоні 0...1. Відповідно, інтерпретація такої загальної характеристики може бути проведена з використанням функції приналежності та лінгвістичних термінів або з використанням нормованих діапазонів результуючої оцінки.

¹ Питання оптимального значення кожного з показників потребує додаткового дослідження, але на першому етапі запропоновано, чи є таке оптимальне значення екстремальним (min або max), чи воно має знаходитися у певних межах, оскільки кожне його екстремальне значення є недоцільним або небезпечним для підприємства (mid).

² Наявність даних 6 періодів у розрахунку є необхідною, зважаючи на наявність часового лагу між виникненням затрат на розвиток підприємства та покращанням діяльності підприємства внаслідок таких затрат.



Затрати на розвиток підприємства є порівняно новим поняттям, ще не повною мірою формалізованим. Визнання або невизнання таких затрат є доволі суб'єктивним, і, звичайно, проводиться у системі управлінського обліку, якщо така система існує на підприємстві.

Враховуючи актуальність питань розвитку підприємства та, відповідно, затрат на розвиток, представляється можливим окреслити напрями подальших досліджень з цієї проблематики: удосконалення та формалізація процедури визнання затрат на розвиток підприємства, аналіз оптимальності структури таких затрат за вибраними критеріями, пошук та формалізація зв'язку затрат на розвиток підприємства, дослідження результативності окремих затрат на розвиток.

Література: 1. Лепя Н. Н. Моделирование процессов управления развитием промышленных предприятий: Монография / Н. Н. Лепя, Р. Н. Лепя, А. И. Пушкар, Е. В. Раевна, М. Н. Криничный, А. А. Солодов, В. О. Самуилов. – Донецк: ИЭП НАНУ, 2005. – 348 с. 2. Потрашкова Л. В. Моделирование управления развитием предприятия: Автореф. дис... канд. экон. наук: 08.03.02. – Харьков: Харьковский государственный экономический университет, 2002. – 20 с. 3. Пономаренко В. С. Стратегічне управління розвитком підприємства: Навчальний посібник / В. С. Пономаренко, О. І. Пушкар, О. М. Тридід. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2002. – 640 с. 4. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2003. – 328 с. 5. Туріянська М. Теорія динамічного розвитку економіки в умовах невизначеності й ризику // Схід. – 2005. – №2 (68). – С. 7 – 13. 6. Самочкин В. Н. Гибкое развитие предприятия. Анализ и планирование. – М.: Дело, 2000. – 376 с. 7. Гейер Г. В. Механизм организационного развития крупного промышленного комплекса // Прометей. Рег. зб. наук праць з економіки. Вип. 1(16). – Донецьк: ДЕГІ, 2005. – С. 208 – 213. 8. Наливайко А. П. Стратегія зовнішнього організаційного розвитку підприємства // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. Зб. наук. праць. Вип. 6. – Луганськ: СЛУ ім. В. Даля, 2001. – С. 151 – 158. 9. Антикризисное управление / Под ред Э. М. Короткова. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 432 с. 10. Гительман Л. Д. Преобразующий менеджмент: Лидерам реорганизации и консультантам по управлению: Учебн. пособие. – М.: Дело, 1999. – 496 с. 11. Денисов В. Т. Управление адаптивным развитием промышленных предприятий: Монография. / В. Т. Денисов, О. В. Грищенко, А. В. Слюсарев. – Донецк: ИЭП НАНУ, 2007. – 276 с. 12. Леонова Ю. О. Формування механізму стратегічного управління соціально-економічним розвитком акціонерного товариства: Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.06.01. – Харків: ХНЕУ, 2005. – 20 с. 13. Козаченко Г. В. Управління витратами: Монографія / Г. В. Козаченко, Ю. С. Погорелов, Г. А. Макухін, Л. Ю. Хлапюнов. – К.: Лібра, 2007. – 320 с. 14. Круглова Н. Ю. Инновационный менеджмент / Под научн. ред. Д. С. Львова. – М.: Ступень, 1996. – 260 с. 15. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. – М.: Экономика, 1989. – 272 с. 16. Экономика предприятия / Под ред. В. Я. Горфинкеля, Е. М. Купрякова. – М.: Бизнес и банки, ЮНИТИ, 1996. – 324 с. 17. Погорелов Ю. С. Дуальный характер развития предприятия // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. Зб. наук. праць. Вип. 16. II. – Луганськ: СЛУ ім. В. Даля, 2006. – С. 25 – 30.

Полуянов В. П.

УДК 330.241:1

Куликов С. Г.

ВЛИЯНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТАРИФНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

Основная задача осуществления той или иной тарифной политики для большинства жилищно-коммунальных предприятий состоит в установлении такого уровня тарифов, который обеспечивал бы максимально возможную эффективность функционирования поставщика услуг при заданных ограничениях, связанных с возможностями потребителей и бюджетов различных уровней. Однако сами ограничения не являются величиной заранее известной. Факторный анализ влияния основных характеристик потребителей услуг на деятельность предприятий ЖКХ изучен достаточно мало. В связи с этим актуальным является исследование влияния основных параметров потребителей услуг на отдельные характеристики функционирования поставщиков. Поскольку это влияние осуществляется через тарифную политику, то данная задача может быть трансформирована в задачу изучения влияния отдельных характеристик потребителей на задолженность по жилищно-коммунальным услугам.

Влияние отдельных факторов, в частности платежеспособности населения, на уровень оплаты потребленных услуг исследован в работах ряда авторов, среди которых следует отметить рабо-

© Полуянов В. П., Куликов С. Г., 2008

ты И. Башмакова [1], В. Г. Саригло [2]. Учет влияния платежеспособности населения на основные критерии формирования тарифной политики предложен в работах И. А. Булгаковой [3]; А. В. Дарбасова [4]; Е. А. Дубовой [5]; О. Б. Тришкина [6]. Однако в этих работах отсутствует механизм реализации данного предложения. Кроме того, ряд исследователей (например, А. В. Дарбасов [3], О. Б. Тришкин [6]) указывают на необходимость при выработке тарифной политики согласовать интересы потребителя, производителя и собственника. Это говорит о необходимости расширения круга факторов внешней среды, изучение которых позволит определить наиболее эффективные параметры тарифной политики.

Целью данной работы является выявление наиболее значимых факторов, влияющих на формирование тарифной политики предприятий жилищно-коммунального хозяйства используя статические методы факторного анализа.

Подходы к изучению уровня и направления связи между выделенными факторами хорошо известны, однако их осуществление наталкивается на необходимость организации достаточно масштабного статистического обследования, что связано с определенными материальными, трудовыми и временными затратами. Вместе с тем, наличие доступной статической информации позволяет в определенной мере компенсировать этот недостаток.

Для исходных статистических данных, представленных абсолютными значениями, используются показатели степени тесноты связи, наиболее популярным из которых является коэффициент линейной парной корреляции, предназначенный для характеристики прямолинейной связи между выделенными факторами [7; 8].

С использованием данного инструментария был проведен корреляционный анализ между отдельными показателями функционирования экономики городов и районов Донецкой области и суммой задолженности по жилищно-коммунальным платежам. Для расчетов были использованы следующие показатели, заимствованные из [9]: объем реализованной промышленной продукции, млн грн; объем реализации услуг населению за 1 полугодие 2007 г., тыс. грн; прибыль, тыс. грн; убыток, тыс. грн; финансовый результат (сальдо), тыс. грн; доля убыточных предприятий, %; сумма поступлений собственных средств на выплату пенсий, тыс. грн; сумма недоимки сбора на обязательное государственное пенсионное страхование тыс. грн; запланированные доходы бюджета за I полугодие 2007 г., тыс. грн; фактические доходы бюджета за I полугодие 2007 г., тыс. грн.; уровень выполнения доходной части бюджета, %; число официально зарегистрированных безработных, чел.; уровень официальной безработицы, %; общая сумма задолженности по заработной плате в расчете на одного жителя, грн; задолженность по заработной плате по экономически активным предприятиям в расчете на одного жителя, грн; сумма задолженности по платежам за жилищно-коммунальные услуги, тыс. грн.

Кроме того, в расчетах был использован показатель средней заработной платы по городам и районам Донецкой области за январь – май 2007 г. [10] и показатель численности постоянного населения в разрезе городов и районов Донецкой области [11]. Для абсолютных показателей было произведено нормирование относительно численности постоянного населения. Результат расчетов сведен в таблицу.

Таблица

Значения и достоверность коэффициента линейной парной корреляции между задолженностью за жилищно-коммунальные услуги и некоторыми показателями социально-экономического развития Донецкой области в 2007 г.

Показатель	Коэффициент линейной парной корреляции	Статистика t
Объем реализованной промышленной продукции, тыс. грн на одного жителя	0,8620	8,6708
Объем реализации услуг населению, тыс. грн на одного жителя	0,8771	9,3105
Прибыль, тыс. грн на одного жителя	0,5586	3,4339
Убыток, тыс. грн на одного жителя	0,8815	9,5185
Финансовый результат (сальдо), тыс. грн на одного жителя	-0,2784	-1,4782
Доля убыточных предприятий, %	-0,0764	-0,3907
Сумма поступлений собственных средств на выплату пенсий, тыс. грн на одного жителя	0,9673	19,4418
Сумма недоимки сбора на обязательное государственное пенсионное страхование, тыс. грн на одного жителя	0,4015	2,2351
Запланированные доходы бюджета за I полугодие 2007г., тыс. грн на одного жителя	0,9691	20,0237
Фактические доходы бюджета за I полугодие 2007 г., тыс. грн на одного жителя	0,9665	19,1952
Уровень выполнения доходной части бюджета, %	0,1773	0,9187
Число официально зарегистрированных безработных, чел. на тыс. жителей	0,9283	12,7265
Уровень официальной безработицы, %	-0,0389	-0,1987
Общая сумма задолженности по заработной плате в расчете на одного жителя	0,8850	9,6908
Задолженность по заработной плате по экономически активным предприятиям в расчете на одного жителя	0,7119	5,1688
Средняя заработная плата по городам и районам за январь – май 2007г.	-0,2186	-1,1423

В табл. жирным шрифтом выделены те показатели, по которым обнаружена статистически значимая связь.



Полученные результаты подтверждают предположение о том, что основные параметры социально-экономического развития отдельных территорий в существенной степени определяют уровень оплат за жилищно-коммунальные услуги. Следовательно, выработка тарифной политики должна осуществляться в неразрывной связи с оценкой возможностей потребителей, для чего необходима разработка соответствующих моделей и методик.

Проведенный анализ позволил установить ряд факторов, оказывающих влияние на параметры тарифной политики предприятий. В дальнейшем необходимо построить соответствующую корреляционную модель. Это даст возможность в комплексе с другими мероприятиями выработать такие параметры тарифной политики, которые позволят в максимально возможной степени согласовать интересы всех сторон в данном процессе.

Литература: 1. Башмаков И. Способность и готовность населения оплачивать жилищно-коммунальные услуги // Вопросы экономики. – 2004. – №4. – С. 136 – 150. 2. Сарюгло В. Г. Статистичне оцінювання спроможності населення сплачувати за комунальні послуги на муніципальному рівні // Статистика України. – 2004. – №4. – С. 17 – 22. 3. Булгакова И. А. Управление развитием жилищно-коммунального хозяйства региона в условиях крайнего Севера. Автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05 / МОН Российской Федерации, Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. – М., 2007. – 24 с. 4. Дарбасов А. В. Региональные особенности тарифной политики в жилищно-коммунальном хозяйстве республики Саха (Якутия) (на примере муниципального образования "Город Якутск"). Автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05 / МОН Российской Федерации, Институт региональной экономики Академии наук Республики Саха (Якутия). – Якутск, 2006. – 22 с. 5. Дубова Е. А. Формирование и реализация организационно-экономического механизма развития жилищно-коммунального хозяйства городского округа Самара. Автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05 / МОН Российской Федерации, Самарский государственный экономический университет. – Самара, 2008. – 22 с. 6. Тришкин О. Б. Макроэкономический аспект регулирования тарифов естественных монополий. Автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05 / МОН Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. – СПб, 2008. – 19 с. 7. Курс лекцій з дисципліни "Статистика". Частина 1. Теорія статистики / За ред. Є. І. Ткача. – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – 226 с. 8. Хеттманспергер Т. Статистические выводы, основанные на рангах; [Пер. с англ.; Предисл. Ю. Н. Тюрина и Д. С. Шмерлинга. – М.: Статистика, 1987. – 334 с. 9. Соціально-економічні показателі городів і районів Донецької області // <http://donoda.gov.ua/main/ua/publication/content/812.htm>. 10. Підсумки виконання зведеного бюджету Донецької області за 2007 рік // <http://donoda.gov.ua/main/ua/156.htm>. 11. Чисельність та природний рух населення // <http://www.donetskstat.gov.ua/>

Потрашкова Л. В.

УДК 658.29

ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Любое предприятие с момента своего возникновения оказывается встроенным в субъектную структуру рыночного хозяйства, то есть в систему взаимоотношений с другими экономическими субъектами. Эти взаимоотношения, с одной стороны, зависят от имеющихся в распоряжении предприятия ресурсов, а с другой стороны, сами являются важным стратегическим ресурсом предприятия. В связи с этим, можно говорить о наличии потенциала социально-экономических отношений предприятия, понимая под ним возможности предприятия, обеспечиваемые его отношениями с заинтересованными группами (стейкхолдерами).

Понятие потенциала предприятия рассматривалось в многочисленных работах на протяжении последних десятилетий, например [1 – 6]. Была изучена эволюция данного понятия в XX веке [6]. Были предложены дефиниции данного понятия, соответствующие пониманию предприятия как системы, функционирующей для удовлетворения экономических интересов стейкхолдеров [2; 5]. Исследован состав компонентов потенциала [4 – 6]. Однако проведенные исследования только косвенно затронули вопрос наличия потенциала социально-экономических отношений предприятия, его сущности и возможностей использования. Данный факт определил цель настоящего исследования.

Целью исследования, представленного в данной статье, является определение сущности потенциала социально-экономических отношений предприятия, определение его места в структуре совокупного потенциала предприятия, а также выявление составляющих его компонентов.

Различные социально-экономические взаимосвязи между предприятием и его стейкхолдерами оказывают различное влияние на потенциал предприятия. Это влияние определяется типом ресурсов (материальных и нематериальных ценностей), приобретаемых предприятием в процессе

© Потрашкова Л. В., 2008

взаимодействия с контрагентом. При этом необходимо различать: 1) ресурсы, получаемые в результате реализации отношений между предприятием и его контрагентами (товары, денежные средства, информация); 2) ресурсы, которые выступают базисом отношений, определяя их характер (доверие, лояльность, репутация). Будем называть ресурсы 1-го рода *целевыми* (так как именно ради их приобретения формируется система взаимоотношений предприятия со стейкхолдерами), а ресурсы второго рода – *ресурсами отношений*. Если целевые ресурсы оказывают влияние на различные компоненты потенциала предприятия (так, денежные средства укрепляют финансовый потенциал), то ресурсы отношений формируют возможности предприятия по организации выгодного взаимодействия со стейкхолдерами. Важно обратить внимание на то, что *ресурсы отношений обеспечивают возможности предприятия по получению целевых ресурсов*. При этом они являются базисом социально-экономических отношений предприятия и напрямую связаны с его социальным капиталом. В связи с этим, под потенциалом социально-экономических отношений (СЭО) предприятия логично понимать *возможности предприятия по получению целевых ресурсов, обеспечиваемые наличием ресурсов отношений*.

Рассмотрим взаимосвязь потенциала СЭО с компонентами совокупного потенциала предприятия. Существуют два основных подхода к структуризации потенциала предприятия – ресурсный и функциональный. В соответствии с *ресурсным подходом*, потенциал предприятия рассматривается как система ресурсов, которые вступают во взаимодействие и обуславливают достижение поставленных целей [5]. Согласно этому подходу ресурсы группируют по признаку их природы. Наибольшее распространение получила группировка ресурсов предприятия, представленная на рис. 1.

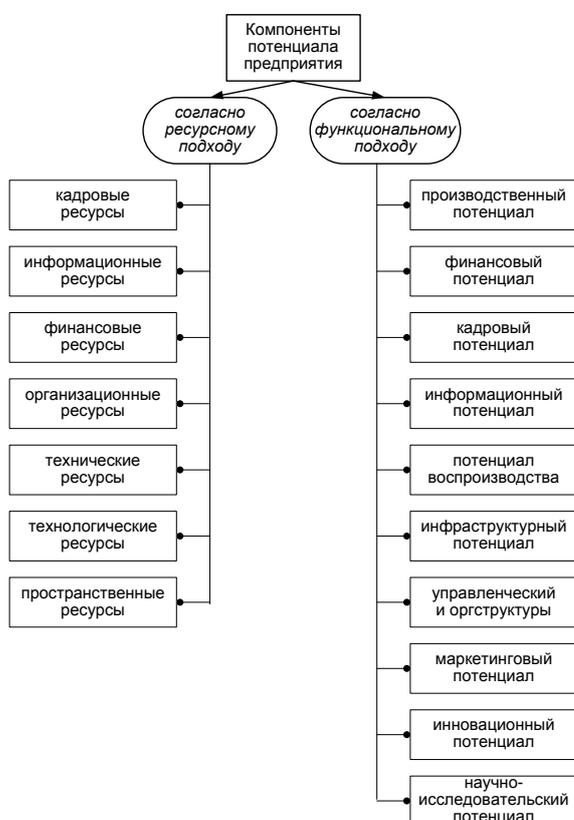


Рис. 1. Традиционный состав компонентов потенциала предприятия

Для учета аспекта социально-экономических отношений в ресурсную структуру совокупного потенциала предприятия целесообразно ввести *ресурсы отношений* – в качестве отдельного компонента (рис. 2). Именно этот компонент характеризует потенциал СЭО предприятия. Элементами данного компонента выступают такие ресурсы отношений, как доверие, лояльность, авторитет и репутация предприятия. Заметим, что предложение автора согласуется с работой [5], где в составе ресурсных компонентов потенциала учтена деловая репутация предприятия.

В рамках функционального подхода в структуре потенциала выделяют компоненты, соответствующие функциональным областям предприятия (рис. 1). Например, производственный потенциал – возможности предприятия по осуществлению производственной деятельности; финансовый потенциал – возможности предприятия по обеспечению финансовыми ресурсами своего функционирования и развития; инновационный потенциал – возможности предприятия по генерации инноваций и их воплощению в товары, технологии, организационные или управленческие решения.

Для учета аспекта социально-экономических отношений в наборе функциональных компонентов совокупного потенциала предприятия следует выделить компонент, характеризующий *возможности предприятия по установлению и поддержанию выгодных отношений со стейкхолдерами* (в том числе



на основе управления их мотивами и согласования их разнонаправленных интересов). В работе [2] аналогичный компонент получил название "социального потенциала". В монографии [4] подобный компонент выделен в структуре инновационного потенциала предприятия под названием "интерфейсной составляющей". Данный термин будет использовать и автор. Таким образом, в составе функциональных компонентов совокупного потенциала предприятия выделяется интерфейсный компонент (рис. 2).

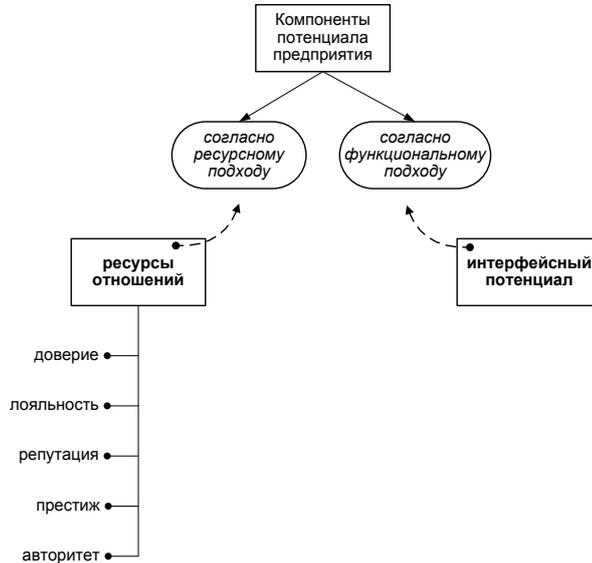


Рис. 2. Компоненты совокупного потенциала, характеризующие возможности предприятия, связанные с установлением и использованием отношений со стейкхолдерами

Содержание интерфейсного компонента определяется его функцией, которая заключается в установлении и поддержании выгодных отношений со стейкхолдерами. Исходя из этого, множество ресурсов, формирующих интерфейсный потенциал, связано с множеством интересов стейкхолдеров предприятия. Некоторые элементы интерфейсного потенциала предприятия (с указанием их направленности на соответствующие интересы стейкхолдеров) представлены на рис. 3.

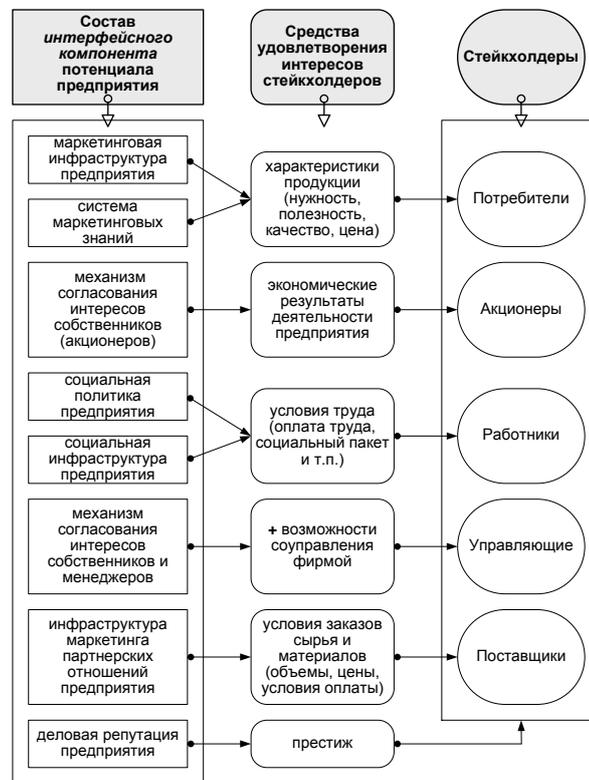


Рис. 3. Некоторые элементы интерфейсного потенциала предприятия



Исследование, представленное в данной статье, развивает теоретические основы управления отношениями предприятий со стейкхолдерами. Выделение в структуре совокупного потенциала предприятия *интерфейсного компонента* и *компонента ресурсов* отношений позволит более полно учитывать возможности предприятия, связанные с установлением и использованием взаимосвязей со стейкхолдерами. А это, в свою очередь, позволит проводить более точный анализ и осуществлять адекватное управление жизнеспособностью предприятия. В то же время исследования по данной тематике требуют продолжения в направлении создания конкретных методик оценки потенциала СЭО, доведенных до уровня практической реализации.

Литература: 1. Гриньова В. М. Соціально-економічні проблеми інноваційного розвитку підприємств: Монографія / В. М. Гриньова, О. В. Козирева. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 192 с. 2. Заруба В. Я. Эволюционный подход к стратегическому управлению предприятиями // Вісник НТУ "ХПІ". – Харків: НТУ "ХПІ". – 2006. – № 13 (1). – С. 120 – 123. 3. Деева Н. М. Потенціал соціалізації і його регулювання в економіці: теорія, методологія, перспективи: Монографія. – Дніпропетровськ: АРТ-ПРЕС, 2006. – 444 с. 4. Потенціал інноваційного розвитку підприємства. Монографія / Под ред. проф. С. Н. Козьменко. – Суми: Деловые перспективы, 2005. – 256 с. 5. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібн. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с. 6. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібн. / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2006. – 316 с.

УДК 338.24:669

Ращупкіна В. М.

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ РЕОРГАНІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Дослідження дозволяють зробити висновки, що системний підхід щодо реорганізаційних процесів дозволяє сформувати систему як сукупність (множину) взаємозалежних механізмів, які утворюють стійку єдність і цілісність, що мають інтегральні властивості та закономірності. Основними компонентами антикризової системи управління процесами реорганізації на думку автора є: цілі, стратегічні завдання розвитку, процеси, процедури, елементи, функції, механізми управління, що системи антикризового управління процесами реорганізації промислових підприємств можна класифікувати за різними ознаками. Основними з них є врахування ступеня складності і ступеня невизначеності у взаємодії елементів системи управління. Під системою антикризового управління процесами реорганізації промислового підприємства, необхідно розуміти цілісність системи, у склад якої входять такі компоненти, як механізм управління реорганізацією підприємства структура управління, процес управління, механізм розвитку системи управління реорганізацією [1]. Механізм розвитку системи управління реорганізацією складається з таких ланок: удосконалення управління на всіх стадіях життєвого циклу, що дозволить уникнути банкрутства підприємства, ретроспективного планування і організації робіт після вдосконалення управління процесами реорганізації, економіка і ефективність управління. За ступенем складності системи антикризового управління процесами реорганізації можна розподілити на: прості динамічні, складні динамічні, такі, що розрізняються розгорненою структурою і різноманітністю внутрішніх взаємин, але невіддатливим конкретному опису; дуже складні, невіддатливі опису. За ступенем невизначеності у взаємодії між собою елементи системи можна розділити на: детерміновані – в яких всі елементи взаємодіють один з одним точно з певною метою і заздалегідь описаним чином; імовірнісні, у яких характер реакції елементів на виникнення ситуації можна описати лише з тією або іншою мірою достовірності. Розглядаючи теорію систем як сукупність механізмів, що є ієрархічною структурою, можна з методологічних позицій розробити структуру і зміст механізмів "системи антикризового управління процесами реорганізації" (таблиця) [1].

Таблиця

Структура і зміст механізмів "Системи антикризового управління процесами реорганізації"

Найменування механізмів	Обґрунтування елементів механізму "системи антикризового управління процесами реорганізації"
1	2
Діагностичний механізм як передумова кризових ситуацій і економічних умов життєдіяльності	Діагностика причин виникнення кризових ситуацій в економіці і фінансах підприємства з використанням наукових методів аналізу фінансового стану, інтегральних показників, ретроспективного аналізу прогнозування платоспроможності і системи критеріїв для експертної оцінки структури балансу

© Ращупкіна В. М., 2008

1	2
Механізм обґрунтування методів фінансового оздоровлення підприємства та механізм уникнення непродуктивних витрат на підприємстві	Комплексний аналіз фінансово-економічного стану підприємства для встановлення чинників, що впливають на економічні і фінансові показники, виявлення внутрішніх резервів з подальшою їх реалізацією
Стратегічне планування	Стратегічне планування, розробка дерева цілей методом ретроспективного аналізу фінансового оздоровлення з метою розширення конкурентної привабливості об'єктів і оцінка фінансової діяльності свого підприємства і підприємства –партнера після реалізації вибраної стратегії
Розробка механізму фінансового оздоровлення	Розробка механізму: фінансового оздоровлення з використанням заходів реструктуризації, санації; ліквідації через процедуру банкрутства; формування структури власності нового підприємства; реструктуризації кредиторської заборгованості; формування планового бюджету списання; економії поточних витрат методом бюджетування і зниження собівартості продукції; податкового планування і інвестиційних процедур з використанням різних методів їх оцінки
Вибір етапів проведення реорганізації юридичного суб'єкта	Розробка механізмів: обґрунтування виду діяльності і форми реорганізації в процедурах реструктуризації; санації, ліквідації через процедуру банкрутства; формування розподільчого балансу і передавального акту; методики виділення чистих активів підприємств; бухгалтерського і податкового обліку у процесах реорганізації; методології первинного та аналітичного і синтетичного бухгалтерського обліку
Контроль за проведенням процедур фінансового оздоровлення	Збір інформації про фінансовий стан підприємств за допомогою аналізу і контролю зі сторони аналітичних підрозділів, аналіз законодавчої бази регулятивного характеру, яка впливає на економічні умови суб'єкта господарювання, аналіз додаткових резервів і можливостей, внесення змін до формування бюджетного фінансового плану списання в організацію фінансового менеджменту, здійснення перевірки і аналіз методології аналітичного обліку фінансового стану підприємства

Взаємовідношення двох ступенів складності приводить до класифікації системи антикризового управління процесами реорганізації за категоріями: прості детерміновані, прості імовірнісні, складні детерміновані, складні імовірнісні, дуже складні детерміновані, дуже складні імовірнісні.

При цьому потрібно мати на увазі що:

кожен механізм, що входить в систему, сам по собі може розглядатися як підсистема, що складається з процесів, елементів, процедур іншого типу, тобто в системі може бути і механізмом з ієрархічною структурою;

взаємозв'язки між механізмами і елементами системи можуть змінюватися в часі відповідно до ходу виконання покладених на ці механізми функцій. Необхідно відзначити, що терміни системного дослідження щодо вживання в різних науках істотно розрізняються у трактуванні. При системному підході дослідження проводиться в цілому і вивчає економічні умови об'єкта, абстрагується від його внутрішньої побудови. Під системою антикризового управління процесами реорганізації автор розуміється система, в якій:

обґрунтовуються цільові механізми: ефективного проведення фінансового оздоровлення підприємства, забезпечення стійкого положення на ринку, стабільно стійких фінансів підприємства при будь-яких економічних, політичних і соціальних змінах у державі;

реалізуються функції і елементи управління, яка включає: високо кваліфікований персонал, об'єднаний в органи управління, організацію і управління технологічним процесом з повним металургійним циклом, взаємовідносини між органами управління, функціональними підрозділами, зовнішнім і внутрішнім середовищем, науково-технічного прогресу й інвестування;

забезпечуються виконання державних програм роздержавлення та стійкого розвитку національної економіки, виконання нормативної бази у цих процесах, потоками управлінської інформації, документообігом, необхідним для виконання функцій, розподіленими між органами управління для досягнення цілей, поставлених перед системою. Обґрунтовуючи, таким чином, сутність антикризового управління процесами реорганізації, автор виходить з положення того, що її об'єктом у загальному вигляді є "процес" як відкрита система механізмів. Існують й інші визначення поняття системи, що виділяють його філософську, математичну, фізичну, логістичну й інші сторони. Незважаючи на таке різноманіття визначень цього поняття, сутність його полягає в тому, що система управління процесами реорганізації повинна розглядатися як цілісний комплекс взаємозв'язаних механізмів, об'єднаних загальною метою і утворюючих особливу єдність і адаптованість з навколишнім середовищем. Система володіє новими інтегральними якостями взаємодії, які відсутні у його компонентів – механізмів. Система в цілому повинна характеризуватися ієрархічним і динамічним характером внутрішніх і зовнішніх зв'язків між механізмами. Цей підхід обґрунтовує організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством (ОЕМАУП), в якому не розкриваються корпоративні механізми реорганізації промислового комплексу у процесах ліквідації та банкрутства, які можуть теж виступати заходами фінансового оздоровлення щодо створення нових форм господарювання у цих процесах, фінансово-правові і практичні аспекти процесів реорганізації, вибору організаційно-правових форм, не розкриваються етапи проведення і ефективність ухвалення рішень щодо реорганізації, та бухгалтерський і податковий обліки. Облік згаданих особливостей реорганізаційного процесу і організаційних форм здійснення необхідний при розробці методології ухвалення і реалізації антикризових управлінських реорганізаційних рішень. Це повинно знайти віддзеркалення як в органі-

зацийній структурі управління, так і в організації процесів реорганізації підприємств. Аналіз роботи зарубіжних підприємств і вивчення вітчизняного досвіду дають нам підстави стверджувати, що зв'язок процесу і структури управління базується на певних принципах (рисунок).



Рис. Взаємозв'язок процесу реорганізації промислового підприємства і структури управління

Особливістю стратегічного прогнозування в процесах реорганізації є альтернативність в побудові фінансових показників і параметрів щодо визначення різних варіантів розвитку фінансового положення об'єкта управління процесами реорганізації на основі намічених цілей фінансової стабілізації.

У динаміці фінансової нестабільності мінливості внутрішнього і зовнішнього середовища, економічних криз, прогнозування майбутніх параметрів, враховуючи практичний досвід роботи автора, необхідно здійснювати як на основі екстраполяції, так і в ретроспективі минулого і майбутнього з урахуванням експертних оцінок тенденції зміни провідних промислових комплексів, так і на основі прямого передбачення змін. Ці зміни можуть виникнути несподівано. Управління на основі передбачення цих змін вимагає вироблення у менеджерів певних навичок ринкового механізму, а також застосування гнучких екстрених рішень. Організація в процесах реорганізації включає такі операції, як об'єднання людей, що спільно реалізують програму з виходу з кризи, створення органів управління на підприємствах, які будуть створені у процесі реорганізації, побудова організаційної структури управління підприємствами у процесах реорганізації, встановлення взаємозв'язку між управлінськими підрозділами, встановлення довірливих економічних відносин у процесах реорганізації великого промислового комплексу між його структурними підрозділами, які за рішенням органів управління будуть відособлено вести господарську діяльність як юридичні суб'єкти, розробка норм, нормативів, положень, методик, технологічних інструкцій, посадових і робочих інструкцій, стандартів щодо створених підприємств. Регулювання у процесах реорганізації є дією на об'єкт управління, за допомогою якого досягається стан стійкості цього об'єкта у разі виникнення відхилень від заданих параметрів. Регулювання охоплює поточні заходи щодо усунення відхилень. Координація в процесах реорганізації є узгодженістю роботи всіх ланок системи управління кризою, апарату управління і фахівців. Координація забезпечує єдність відносин об'єкта управління, суб'єкта управління, апарату управління і окремого працівника. Таке трактування антикризового управління зумовило розробку методології процесів управління реорганізацією промислових підприємств, спонукало розробку системи механізмів управління процесами реорганізації.

Література: 1. Амоша О. І. Антикризове управління: технологія процесів реорганізації / О. І. Амоша, Л. М. Кузьменко, В. М. Рашупкіна. – Макіївка: ДонНАБА, 2008. – 400 с.

ОБґРУНТУВАННЯ ПОЛІТИКИ РОЗПОДІЛУ ПІДПРИЄМСТВА – ВИРОБНИКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

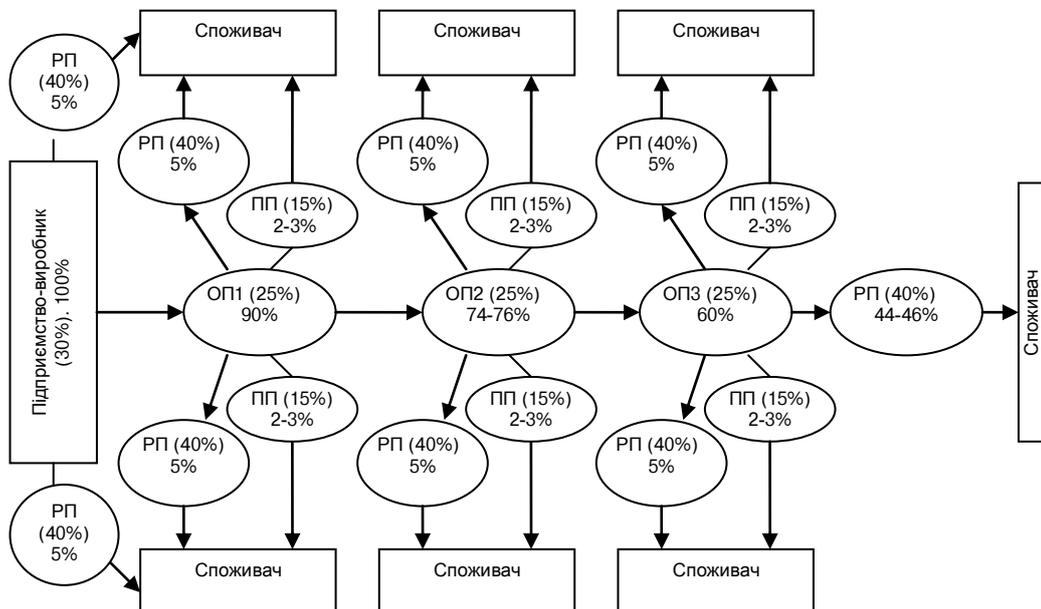
Диференціація життєвого рівня населення викликала розпад старої системи збуту і розподілу споживчих товарів. У результаті деформації системи збуту з'явилася велика кількість видів підприємств торгівлі, що суттєво ускладнило виробнику можливість контролювати утворення кінцевої ціни реалізації у процесі просування власних товарів до споживача, внаслідок чого виробник втратив вплив на процес формування кінцевої ціни реалізації. У цих умовах виробник споживчих товарів постає перед вибором посередника, що здатний забезпечити необхідний обсяг збуту товарів, завдяки рівню кінцевої ціни реалізації, який відповідає платоспроможному попиту населення.

Слід відзначити, що на рівень ціни споживчих товарів впливає багато факторів. По-перше, це інфляційні процеси, зростання ціни на сировину, енергоносії і т. д., а по-друге, ціна збільшується через те, що посередники підвищують її рівень за рахунок власної торговельної націнки, що в кінцевому рахунку збільшує ціну та зменшує споживчий попит. Ця проблема є досить гострою як для виробників, так і для підприємств торгівлі. Серед підприємств-виробників споживчих товарів існує жорстка цінова конкуренція. Кількість виробників велика, а якість та асортимент продукції суттєво не відрізняється, що ускладнює збут споживчих товарів. Тому у подальшому дослідженні проаналізуємо процес формування кінцевої ціни реалізації споживчих товарів, що дозволить розробити рекомендації щодо зменшення питомої ваги торговельної націнки у кінцевій ціні споживчих товарів на прикладі продукції підприємства ТОВ "Харківський м'ясокомбінат".

Формування системи розподілу продукції підприємств – виробників регіонального масштабу, до яких належить ТОВ "Харківський м'ясокомбінат", потребує врахування зрушення в оптовій торгівлі споживчими товарами, які відбуваються внаслідок підвищення платоспроможності, щоб задовольнити знов створений споживчий попит.

Аналіз оптової торгівлі споживчими товарами показав, що кількість підприємств велика, а діяльність неефективна, що ускладнює просування товарів до споживача. Підприємства оптової торгівлі збільшують торговельну націнку, щоб забезпечити власний прибуток, чим обмежують прибуток виробника та його обсяг збуту.

Процес просування споживчих товарів з націнкою на прикладі м'ясної продукції представлено на рис. 1.



де ОП – підприємство оптової торгівлі (торговельна націнка 25%);
РП – підприємство роздрібною торгівлі (торговельна націнка 40%);
ПП – пряий продаж (торговельна націнка 15%).

Рис. 1. Процес просування м'ясної продукції по ланках каналу розподілу

У цьому випадку обсяг товарної маси, який надходить від першої ланки каналу розподілу до наступної ланки посередників, зменшується на обсяг роздрібною реалізації та прямий збут товарів. Слід відзначити, що зміна обсягів перепродажу товарної маси відбувається на рівні підприємств оптової торгівлі.

Дослідження каналів розподілу ТОВ "Харківський м'ясокомбінат" свідчить про те, що реалізація основного обсягу продукції відбувається через декілька посередників [1]. При цьому кінцева ціна реалізації збільшується за рахунок складання націнки кожного посередника, через який пройшов товар.

Таким чином, перш ніж товар надійде кінцевому споживачу, він пройде через посередників. Проходження товаром кожної ланки каналу розподілу припускає збільшення ціни реалізації на рівень націнки торговельного підприємства. Отже, чим більше ланок налічує канал розподілу, тим більшу питому вагу займає торговельна націнка в кінцевій ціні реалізації товару. Це суттєво знижує доступність товарів для кінцевих споживачів і в кінцевому рахунку зменшує обсяг збуту підприємства-виробника.

Знизити ланковість товарообігу на підприємствах пропонується за рахунок створення між виробником і торговельною мережею спільного розподільчого центру. Сутність розподільчого центру полягає в оптимізації товарних потоків у рамках формування вертикальної спільної системи розподілу споживчих товарів. Якщо раніше товар проходив через декілька посередників оптової торгівлі (див. рис. 1), а тільки потім потрапляв до роздрібною торгівлі, то при створенні розподільчого центру потік товарів розподіляється торговельною мережею відповідно до сформованого запиту кожного об'єкта торгівлі (магазину).

Для підвищення прибутковості збутової діяльності підприємствам-виробникам доцільно створювати з підприємствами торгівлі вертикальні системи розподілу товарів, які засновані на співробітництві зі створення спільної політики розподілу. Це дасть можливість оптимізувати архітектуру каналів розподілу, уникнути зайвих ланок, через які рухається товар до кінцевого споживача (рис. 2).

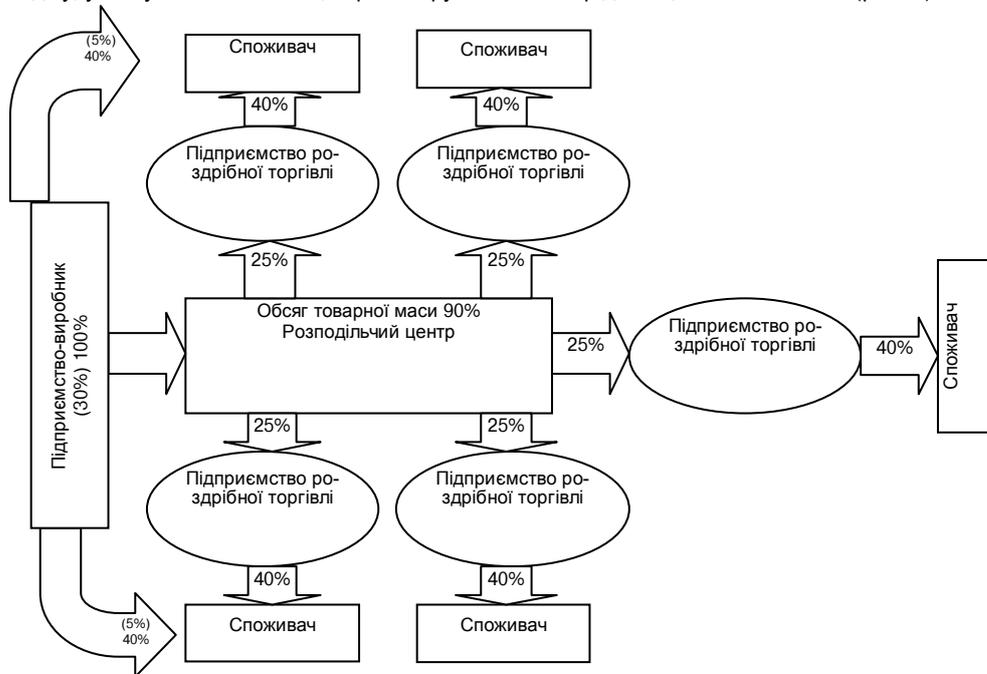


Рис. 2. Використання розподільчого центру виробником у процесі просування споживчих товарів на ринок

Розподільчий центр становить комплекс складських приміщень площею до 30 тис. кв. м. Формою власності розподільчого центру може бути акціонерне товариство відкритого типу. До його структури мають входити: інформаційно-аналітичний підрозділ, власний автопарк та інші транспортні механізми, сервісний центр, що надає послуги з обслуговування торговельного устаткування.

Управляти процесом просування продукції повинен інформаційно-аналітичний підрозділ. Він забезпечує збір та обробку інформації стосовно змін споживчого попиту та замовлення підприємств торгівлі за кожною окремою групою товарів. Виробник планує виробничу програму та завантаження потужностей на основі прогнозування споживчого попиту і здійснює розподіл згідно з отриманим замовленням.

З розширенням асортименту і зростанням торговельних мереж розподільчий центр здатний управляти асортиментом і логістичними операціями. Рішення цього завдання дозволить знизити витрати обігу на 20-30%, що в кінцевому рахунку дасть можливість знизити ціну реалізації.

Створення розподільчого центру дозволить виробнику збільшити прибуток від реалізації продукції за рахунок торговельної націнки, відсоток якої раніше залишався у посередників.

Попит та пропозиція формують ціну на товар, тобто сформована кінцева ціна реалізації товару на ринку відповідає рівню сприяння вагомості його для споживача [2]. Це означає, що виробник має



можливість зменшити кінцеву ціну реалізації і одночасно підвищити власну націнку за рахунок скорочення ланковості каналу розподілу, і це не відзначиться на загальному обсязі збуту продукції.

Економічний ефект від впровадження розподільного центру можна визначити на прикладі продукції ТОВ "Харківський м'ясокомбінат" таким чином. Згідно з процесом просування м'ясної продукції по ланках каналу розподілу (див. рис. 1) кінцева ціна реалізації складається з націнки виробника (30%) та торговельної націнки посередників. Так, розмір загальної націнки залежно від кількості посередників, через яких пройшов обсяг товарної маси, поділяється на чотири рівні: 14-16% реалізованої товарної маси – рівень націнки 70%; 14-16% – рівень націнки 95%; 14-16% – рівень націнки 120%; 54-56% – рівень націнки 145%.

При створенні розподільного центру (див. рис. 2) рівень націнки складе: для 10% товарної маси (прямий продаж, торгівля через фірмові магазини) – 70%; для 90% обсягу товарної маси (через розподільчий центр) – 95%.

Таким чином, різниця між націнкою у 14-16% обсягу товарної маси, що реалізується, складає 25%, а у 54-56% обсягу товарної маси – 50%. Завдяки цьому виробник має можливість підвищити власну націнку за рахунок націнки, яка раніше залишалася у посередника, і зменшити кінцеву ціну реалізації завдяки меншій торговельній націнці. Оптимізація системи розподілу значно покращить фінансове становище, а скорочення ланковості каналів товарообігу дасть можливість підприємству конкурувати з іншими великими підприємствами-виробниками.

Слід відзначити, що однією з головних функцій розподільного центру є інформаційне забезпечення підприємства-виробника про зміни, які відбуваються на споживчому ринку. Тобто, коли канал розподілу складний, багато посередників, виробник не має можливості контролювати процес просування товару. Його обізнаність про стан споживчого попиту, а значить, і управління ефективністю збуту обмежувалася першим посередником у каналі розподілу. У кінцевому рахунку це призводить до скорочення обсягів збуту великих вітчизняних підприємств – виробників споживчих товарів.

При створенні вертикальної системи розподілу основним завданням виробника є планування виробничої програми таким чином, щоб вона відповідала споживчому попиту. У свою чергу підприємствам торгівлі необхідно правильно сформулювати запити, на основі яких розподільчий центр буде здійснювати постачання товарів від їх виробників [3].

Скорочення обсягу вітчизняних товарів на оптовому ринку – вкрай негативна тенденція, що свідчить про неготовність виробників задовольнити створений споживчий попит, необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників та відсутність координації в збутовій діяльності і політиці розподілу між виробниками і підприємствами оптової торгівлі споживчими товарами. Це можливо досягнути завдяки співпраці підприємств-виробників і торгівлі в плануванні і прогнозуванні споживчого попиту, що дозволить виробникам реагувати заздалегідь на зростання доходу населення і прогнозувати вплив цього фактору на обсяги збуту споживчих товарів і задовольнити потребу споживачів.

Література: 1. Статистичний щорічник. Харківська область в 2006 році / За ред. М. Л. Чмихала. – Харків: Головне управління статистики у Харківській області, 2007. – 607 с. 2. Інфраструктура товарного ринку / Під ред. І. В. Сороки. – К.: НВФ "Студцентр", 2002. – 607 с. 3. Джоббер Д. Организация сбыта / Д. Джоббер, Д. Ланкастер. – М.: Амаффея, 2003. – 379 с.

Сабадаш В. В.

УДК 658:005.336.1

Калашник С. Д.

Дерев'янку Ю. М.

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ОБМЕЖЕНОСТІ РЕСУРСІВ

На сучасному етапі розвитку виробничо-господарських відносин забезпечення підприємств необхідними для ефективної діяльності ресурсами є одним із найважливіших завдань управління. Однак саме обмеженість ресурсів є основною причиною кризових явищ, які виникають у виробничо-господарських системах в умовах зростання темпів промислового виробництва і збільшення об-

© Сабадаш В. В., Калашник С. Д., Дерев'янку Ю. М., 2008



сягів споживання. Постійний вплив факторів обмеження на діяльність суб'єктів господарювання спричиняє економічно і соціально стресові ситуації, які негативним чином впливають на соціально-економічний розвиток як окремих підприємств, так і економічних систем у цілому. Принципово важливим питанням використання ресурсів і розроблення подальшої тактики і стратегії їх залучення є аналіз ефективності використання окремих видів ресурсів.

Поступальний розвиток соціально-економічних систем нерозривно пов'язаний з виникненням ресурсних конфліктів через обмеженість основних видів матеріальних ресурсів. Без своєчасного їх врегулювання вони можуть трансформуватися у серйозні міждержавні, міжрегіональні і міжкорпоративні конфлікти.

Систематизація основних науково-методичних здобутків щодо визначення і виокремлення основних видів ресурсів, які забезпечують ефективну виробничо-господарську діяльність суб'єктів господарювання, дозволяє зробити висновок, що у більшості випадків чітко не визначається саме економічна сутність категорії "ресурс" як основи ефективної діяльності виробничих систем. Окрім того, актуальним завданням ресурсного забезпечення підприємства є підвищення ефективності управлінських рішень у зазначеній сфері. Цьому може сприяти ґрунтовна класифікація ресурсів підприємства за їх місцем і роллю у виробничо-господарських процесах, яка розширює функціональні можливості з контролю та управління обмеженими ресурсами [1].

Враховуючи вагомість проблеми ресурсного забезпечення, автор пропонує визначення підприємства як цілісної стаціонарної, відкритої економічної системи (економічного комплексу), що споживає, переробляє і виробляє нові або видозміннені ресурси, необхідні для життєдіяльності людини з метою одержання прибутку або досягнення іншого позитивного ефекту.

Аналізуючи основні види обмежень, які впливають на виробничо-господарську діяльність виробничих систем, визначено, що характер та ступінь прояву дії обмежуючого чинника з боку того чи іншого ресурсу залежить від виду самого ресурсу. Однак всі без винятку види ресурсів можна вважати обмеженими, тобто такими, що у розрізі виробничо-господарської діяльності підприємства можуть спричинити певні негативні (а іноді й позитивні, принаймні у довгостроковій перспективі) наслідки [2]. Вплив фактору обмеженості ресурсів на виробничі системи може підсилюватися внаслідок невиконання або неточного слідування певним принципам раціональної організації виробничих процесів.

З метою більш детального і ґрунтового аналізу ресурсних обмежень можна запропонувати визначення категорії "ресурс" – це будь-яка субстанція, що здатна завдяки своєму енергоінформаційному потенціалу задовольняти потреби людства (у тому числі будь-яких відкритих стаціонарних систем) та категорії "обмеження" – це перешкоди (явища, дії, чинники, характеристики, ознаки, якості) в самій системі або в оточуючому її середовищі, при виникненні яких система уповільнює, призупиняє, зупиняє або змінює параметри свого розвитку. Автор пропонує класифікацію обмежень, яка формує підґрунтя для розроблення адекватного організаційно-економічного інструментарію впливу на ресурсні потоки [3].

Важливим аспектом аналізу дії обмежень є вивчення їх впливу на процеси провадження виробничо-господарської діяльності підприємств. Позитивна дія обмежень проявляється у тому, що вони дозволяють зберегти напрям розвитку і виробити в системі захисну функцію до подібних обмежень, можуть перевести діяльність будь-яких систем на принципово новий рівень розвитку, дозволяють тримати будь-які процеси розвитку під постійним контролем тощо, а негативна – стримують процеси саморозвитку системи, підприємство витрачає енергію, яку можна було б використати для посилення потенціалу розвитку тощо [4].

Проблема ресурсної залежності, як основна у сфері ресурсокористування, є актуальною майже для усіх економічно розвинених країн (табл. 1).

Таблиця 1

Використання імпортованих енергоресурсів країнами світу*

Країна	Нафта		Газ		Вугілля	
	%	$K_{\text{зап. н.}}$	%	$K_{\text{зап. г.}}$	%	$K_{\text{зап. в.}}$
Японія	100	1,00	92	0,92	82	0,82
Індія	70	0,70	50	0,50	76	0,76
США	58	0,58	15	0,15	–	–
Китай	45	0,45	30	0,30	46	0,46
Країни ЄС	40	0,40	54	0,54	50	0,50

* За даними Інституту проблем нафти і газу Російської академії наук і професора Міжнародного економічного інституту Бориса Курпіна.

Найважливішим видом обмежень, які мають прямий вплив на ефективність функціонування виробничо-господарських систем, є обмеженість ресурсів. Обмежені ресурси – це будь-які ресурси, які використовуються чи можуть бути використані в соціально-економічних процесах, але їх доступний обсяг, якість або наявні способи залучення неповною мірою задовольняють потреби суб'єкта їх споживання і можуть приводити до змін у процесах його розвитку.

При оцінці ефективності використання обмежених ресурсів підприємства як складової оцінки ефективності виробничо-господарської діяльності чи потенціалу підприємства пропонується використовувати показник динаміки ефективності (ДЕ) [5]:

$$E\phi\delta = \frac{\Delta E}{\Delta B}, \quad (1)$$

де ΔE – зміна ефекту від використання даного виду ресурсу (ресурсів) за періоди, що порівнюються, грн;

ΔB – зміна витрат на даний вид ресурсу (ресурсів) щодо досягнення бажаного ефекту за періоди, що порівнюються, грн.

Принципова відмінність обчислення показника ДЕ в аналізі ефективності використання ресурсів від звичайного показника ефективності полягає у:

порівняння саме зміни ефекту та витрат, а не їх незмінного значення у певний період часу, що дає змогу оцінити результативність управління діяльністю підприємства з підвищення ефективності використання наявних ресурсів за досліджуваній проміжок часу;

практичному аналізі більш вагоме значення має структурний аналіз результатів обчислення показника ДЕ, ніж його результативне значення, оскільки він дозволяє оцінити зміни ефективності використання ресурсів, які відбуваються протягом досліджуваного періоду порівняно з попереднім;

Враховуючи різні можливі варіанти значень, яких можуть набувати чисельник і знаменник показника, розрахунок ДЕ може мати дев'ять принципово різних результатів обчислення на підставі зміни значень чисельника (зміна ефекту) та знаменника (зміна витрат ресурсів) дробу і загальної оцінки результатів обрахунку. Автор пропонує застосовувати бальну оцінку результатів обчислення коефіцієнта, що дасть можливість більш розгорнутого та повноцінного аналізу використання ресурсів підприємства: від 1 – неефективний результат, до 9 – ефективний результат, залежно від зміни чисельника і знаменника дробу.

Оптимальною може бути модель розвитку системи, коли абсолютний приріст ефекту супроводжується абсолютним зниженням витрат на ресурси. Загальну тенденцію зміни динаміки ефективності можна моделювати графічно.

При формуванні ефективної економічної стратегії діяльності суб'єктів господарювання необхідно значну увагу приділяти аналізу та оцінці внутрішніх факторів обмеження. Сутність дії цього типу обмежень спричинена недосконалістю організації і управління виробничими процесами, оборотними засобами, використанням основних фондів та потенціалу працівників підприємства. Тобто внутрішні фактори обмеження включають в себе будь-які явища і процеси, пов'язані з внутрішньогосподарською виробничою діяльністю підприємства, та охоплюють усі види ресурсів, які використовуються підприємством.

Для оцінки впливу внутрішніх факторів обмеження автор пропонує використовувати індекс внутрішніх обмежень (ІВО), який ґрунтується на аналізі двох ключових характеристик виробничо-господарської діяльності підприємства: ресурсомісткості роботи підприємства та інтенсивності використання ресурсів:

$$I_o^{en} = \frac{R}{I_p}, \quad (2)$$

де R – коефіцієнт ресурсомісткості роботи підприємства;

I_p – коефіцієнт інтенсивності використання ресурсів підприємства.

Коефіцієнт ресурсомісткості роботи підприємства характеризує ефективність використання ресурсів, залучених у виробничо-господарську діяльність, і визначає обсяг ресурсів підприємства (у вартісному вираженні), що припадає на одиницю виробленої (реалізованої) продукції.

Коефіцієнт інтенсивності використання ресурсів підприємства показує обсяг виробленої (реалізованої) продукції, який припадає на одиницю часу середнього виробничого циклу підприємства. I_p кількісно і якісно характеризує динаміку економічного розвитку суб'єкта господарювання і якість проходження економічних процесів.

ІВО може залучатися для комплексної оцінки дії фактора обмеженості ресурсів на підприємстві. Його практичне застосування дозволяє враховувати дію обмежуючих чинників і оцінити ступінь їх впливу на виробничо-господарську діяльність.

З метою оцінки впливу фактора обмеженості ресурсів на ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства авторам було проведено обрахунки коефіцієнтів ДЕ та ІВО для підприємств хімічної та машинобудівної галузей економіки. Аналіз підприємств хімічної галузі ґрунтується на звітних показниках виробничо-господарської діяльності та особливостях стратегії їх розвитку (табл. 2).

Таблиця 2

Значення показників ДЕ та ІВО підприємств хімічної галузі, 2001 – 2007 рр.

Підприємство	2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007	
	ІВО	ДЕ	ІВО	ДЕ	ІВО	ДЕ	ІВО	ДЕ	ІВО	ДЕ	ІВО	ДЕ	ІВО	
ВАТ «Сумхімпром»	5,16	0,344	7,60	0,347	6,19	0,008	2,15	0,113	1,99	-0,271	2,04	0,000	0,93	
ЗАТ «Кримський ТИТАН»	9,58	-0,525	12,64	0,057	5,03	0,013	1,82	0,115	1,31	-0,128	1,17	0,063	0,87	
ВАТ «Концерн «Стирол»	2,22	1,629	2,68	0,154	0,74	0,449	0,51	0,057	0,60	-0,224	0,30	0,005	0,22	

З метою виявлення основних тенденцій у зміні коефіцієнта ДЕ наведено результати графічного моделювання для підприємства ВАТ "Сумихімпром" (рис. 1), яке має одну з найкращих конкурентних позицій у галузі. З метою виявлення основних тенденцій у зміні коефіцієнта ДЕ наведено результати графічного моделювання для підприємства ВАТ "СНВО ім. М. В. Фрунзе" (рис. 2).

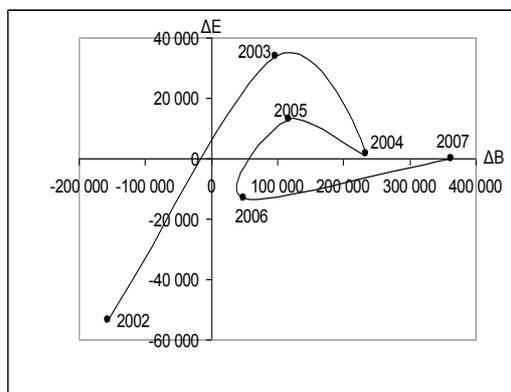


Рис. 1. Зміна коефіцієнта ДЕ ВАТ "Сумихімпром", 2002 – 2007 рр.

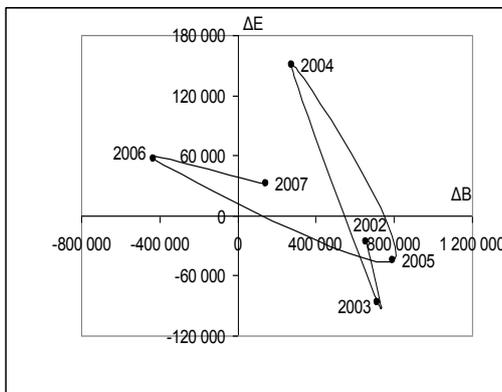


Рис. 2. Зміна коефіцієнта ДЕ ВАТ "СНВО ім. М. В. Фрунзе", 2002 – 2007 рр.

Оцінка показників для підприємств хімічної і машинобудівної галузей економіки дозволяє зробити висновки щодо стабільності позитивної динаміки всіх проаналізованих підприємств щодо зміни ІВО, що свідчить про поступове зростання ефективності використання ресурсів підприємствами. Аналогічно проводимо аналіз підприємств машинобудівної галузі (табл. 3).

Таблиця 3

Значення показників ДЕ та ІВО підприємств машинобудівної галузі, 2001 – 2007 рр.

Підприємство	2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007	
	ІВО	ДЕ	ІВО	ДЕ	ІВО	ДЕ	ІВО	ДЕ	ІВО	ДЕ	ІВО	ДЕ	ІВО	ДЕ
ВАТ «СНВО ім. М.В. Фрунзе»	28,96	-0,039	20,14	-0,121	9,34	0,547	7,25	-0,056	4,88	-0,132	4,85	0,217	4,83	
ВАТ «Нафтопромаш»	162,11	0,353	201,93	0,603	155,77	0,001	162,62	-0,464	80,60	0,236	192,09	-0,349	330,87	
ВАТ «АвтоКрАЗ»	31,43	0,329	94,46	0,004	144,76	0,201	37,44	0,057	16,36	-0,016	25,05	0,025	11,70	

Відсутні проблеми з енергоресурсами мають і українські виробники, особливо у металургійній, хімічній і машинобудівній галузях, ресурсоємність яких значно перевищує світові аналоги. Імпортовані енергоресурси, в першу чергу нафта і газ, складають основу промислового базису національної економіки. Саме тому протягом останніх років суб'єкти господарювання приділяють значну увагу питанням ресурсозбереження і ефективного енергоменеджменту, усвідомлюючи, що нехтування проблемою ресурсозалежності може призвести до виникнення серйозних міждержавних еколого-економічних конфліктів.

Аналіз машинобудівних підприємств за ІВО суттєво відрізняється між підприємствами, що може бути наслідком не тільки особливостей виробничих процесів підприємств, а і складної ситуації у галузі в цілому.

Література: 1. Дерев'янку Ю. Н. Разработка концептуальных подходов к ресурсному обеспечению экономико-хозяйственной деятельности предприятия // Механізм регулювання економіки. – 2004. – № 1. – С. 124 – 133. 2. Сабаша В. В. Тенденції сучасної ресурсної політики у забезпеченні еколого-економічної безпеки // Механізм регулювання економіки. – 2007. – № 2. – С. 50 – 59. 3. Дерев'янку Ю. Н. Методические подходы к классификации фактора ограниченности // Механізм регулювання економіки. – 2005. – № 3. – С. 70 – 80. 4. Дерев'янку Ю. Н. Реакция системы на ограничения // Социально-экономический потенциал устойчивого развития: Учебник / Под ред. проф. Л. Г. Мельника и проф. Л. Хенса. – Сумы: ИТД "Университетская книга", 2007. – С. 395 – 397. 5. Дерев'янку Ю. М. Методичні підходи щодо визначення ефективності використання ресурсів // Механізм регулювання економіки. – 2006. – № 2. – С. 46 – 56.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ МОДЕЛЕЙ ГУРТОВО-РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Соціально-економічний трансформаційний стан в Україні спрямований на утворення сучасної економічної системи, в якій вагоме місце належить торгівельним відносинам. Адже саме торгівля виступає найрозвинутішою формою ринкових відносин, а, отже, є найважливішою сферою економіки, яка сприяє становленню і розвитку даної системи.

За роки незалежності в Україні чітко простежуються тенденції до зростання та розвитку гуртово-роздрібною торгівлі як галузі. Відбуваються структурні зміни в роздрібній торгівлі – з'являються нові форми торгівельних підприємств, а саме: гіпермаркети, супермаркети, дискаунтери, магазини типу cash and carry та ін. Проте, як і раніше, невелика частка ринку припадає на оптово-роздрібних ринках, через кіоски-павільйони та "базари", що не сприяє зростанню рівня торгівельного сервісу. Трансформація торгівельних підприємств має тенденцію до оптимізації торгівельних площ, при цьому чисельність самих торгівельних підприємств збільшується.

Сучасна світова практика, як відомо, використовує свої моделі гуртово-роздрібною торгівлі, які характеризуються значною ефективністю та високою конкурентоспроможністю. Сфера торгівлі в Україні також видозмінюється, стихійно сформовані оптово-роздрібні ринки і кіоски активно витісняються утвореною мережею магазинів типу cash and carry та сучасних супермаркетів.

Актуальність теми обумовлена тим, що принципи формування і розміщення торгівельних мереж, що існували раніше, в теперішній час є дещо застарілими та не відповідають ринковим відносинам, що у свою чергу зробило їх неефективними. Зазначимо, що у теоретичному плані гуртово-роздрібна торгівля як категорія досліджена всебічно у роботах відомих класиків, таких, як Г. Коуз, Т. Мальтус, К. Маркс, М. Портер, У. Петті, Й. Шумпетер та ін. В останні роки дослідженню проблем теорії та практики формування торгівельних мереж присвячені праці вітчизняних вчених, серед яких є Л. Антонюк, А. Гальчинський, К. Кривенко, А. Мазаракі, В. Марцин, В. Стахівський, В. Тарасевич, В. Федоренко та ін.

Метою цього дослідження є розкриття основних проблем розвитку гуртово-роздрібною торгівлі в Україні та характеристика сучасних форм її існування.

Перш ніж зупинитись на характеристиці сучасних форм (моделей) гуртово-роздрібною торгівлі в Україні, розглянемо основні моделі торгівлі, які діяли у період домінування в СРСР планово-командної економіки. Так, у так звані часи "перебудови" функціонування роздрібна торгівля зводилась до схеми: виробник – гуртові бази – мережа магазинів та спеціалізовані магазини конкретних підприємств.

Така тогочасна організація торгівлі призвела до виникнення таких явищ, як дефіцит або затоварювання, що посуті констатувало неспроможність державної торгівлі швидко реагувати на зміну цін, впливати на підвищення якості товарів і послуг.

Проте, у процесі "перебудови" виникають перші приватні моделі гуртово-роздрібною торгівлі, такі, як кооперативи та малі торгівельні підприємства. У цей період вказані суб'єкти торгівельної діяльності мали змогу, враховуючи вплив інфляційних процесів, використати так звану стратегію "зняття верхків" і отримати досить значні прибутки.

Автор зазначає, що у період "перебудови" певного піднесення набула і система комісійної торгівлі, яка породила таке відоме явище, як "човникарство", що стало альтернативою проведення через високі темпи спекуляції. До того ж недосконалість діючої податкової системи посуті спонукала вихід комерсантів на "базар". Утворення цих інституцій не створило реального ринку. Закордонні товари, які продавались на "базарі", мали лише єдину перевагу – яскраву та привабливу упаковку порівняно з низькою якістю.

Таким чином, на сучасному етапі господарювання "базари" не є повноправним елементом ринкової економіки. Занижена вартість "базарного" товару вказує на такі недоліки, як низька якість товару або послуги, відсутність сервісу, наявність підрбок та простроченої продукції і т. п. Тому, розвиток цього бізнесу у майбутньому призведе до абсолютного занепаду та ліквідації "базару" як форми роздрібною торгівлі.

Доречно нагадати ще й про мережу універмагів та універсамів, які ще 10-12 років тому займали близько 90% ринку гуртово-роздрібною торгівлі, порівняно з теперішньою 10-15%-вою часткою ринку. Невелика кількість таких об'єктів гуртово-роздрібною торгівлі працюють лише за умови сплати власником оренди, а не за ринковими ставками. Єдиною альтернативою є поява нових форм сучасної гуртово-роздрібною торгівлі, а саме мереж магазинів типу cash and carry, супермаркетів, гіпермаркетів та "дискаунтерів" (таблиця).

Найбільшою популярністю в Україні користуються мережі магазинів cash and carry, які становлять торгівельні приміщення середньої площі та на перший погляд нагадують склади. Більша частина товарних запасів зберігаються безпосередньо у торговому залі, а не на території складського приміщення.

Популярні форми гуртово-роздрібної торгівлі в Україні
(власна розробка автора)

Види	Cash and carry	Класичний супермаркет	Економічний супермаркет
Характеристика			
Загальна характеристика	Торгівельне приміщення, оформлене у складському стилі	Супермаркет із сучасним інтер'єром і мінімальними ознаками складу	Супермаркет із скромним оформленням торгових приміщень
Торгова площа, кв. м	300-500	600-1800	250-400
Час роботи, год.	9.00-22.00	цілодобово	9.00-00.00
Середня вартість покупки 1-ї людини, дол. США	150-200	80-120	120-170
Форма обслуговування	сервісне	сервісне	самообслуговування
Націнка, %	10-25	25-40	10-20

Сучасний розвиток магазинів типу cash and carry зорієнтований не лише на гуртових покупців, але навіть більшою мірою на роздрібних. Це пояснюється тим, що орієнтація лише на гуртового покупця на даний час є збитковою стратегією. Тобто мережі типу cash and carry використовують так звану концепцію розвитку гуртово-роздрібної структури [1, с. 22].

Одночасно магазини типу cash and carry є привабливими для вітчизняного покупця, для якого головним критерієм вибору торгівельного підприємства все ще залишається ціна. В умовах ринкових перетворень вони пропонують новий рівень якісного обслуговування при цінах, які майже дорівнюють ринковим.

Крім того, основною відмінністю мереж cash and carry від гуртово-роздрібних ринків є наявність більш широкого асортименту товарів, якість продукції та сервісне обслуговування. У своїй комерційній діяльності мережі магазинів типу cash and carry орієнтуються на три групи покупців: торгівельні організації, бізнес-клієнтів та на сімей з власними авто [2]. Головним досягненням цих магазинів за останні 2-3 роки є те, що їм вдалося "перетягнути" з гуртових ринків значну частку покупців. Такий результат пояснюється загостренням цінової конкуренції cash and carry з ринками, втратою іміджу ринками та високим рівнем сервісу магазинів типу cash and carry. Таким чином, подальша орієнтація cash and carry на гуртового споживача трансформує їх на супермаркети. Альтернатива діяльності супермаркетів західного зразка у 80-х рр. практично була відсутньою. Фактично магазини з вивіскою "супермаркет" належали до сегменту дуже дорогих магазинів. Це колишні "валютні" магазини, які орієнтувалися лише на елітних покупців. В Україні під класичним супермаркетом розуміють торгівельне підприємство, яке на відміну від мережі магазинів типу cash and carry має високооформлений інтер'єр з мінімальними ознаками складу. Цікавою тенденцією є і те, що у майбутньому конкуренція між супермаркетами буде проходити не на ціновому рівні, а на рівні сервісу. Адже покупець хоче придбати не тільки якісний товар, але й отримати консультацію кваліфікованого спеціаліста, щоб застрахувати себе від невдалої покупки.

Тому, проблема зацікавлення клієнта тісно пов'язана з такими – це проблеми зниження собівартості продукції та отримання максимальних прибутків власником. Реального зниження собівартості можна досягти через закупівлю якісної вітчизняної продукції, що приведе до зниження валютних ризиків та зменшення термінів доставки. Таким чином, для максимізації прибутків від гуртово-роздрібних торговельних операцій прийнято використовувати два основні шляхи їх досягнення:

розширення асортименту продукції;

використання жорсткої системи контролю, ефективної технології та посилення боротьби за клієнта.

"Дискаунтер" (економічний супермаркет) відрізняється від класичного супермаркету набагато скромнішим оформленням торгового залу, значно меншим асортиментом (як правило, не перевищує 1500-2000 найменувань) та 100%-им самообслуговуванням. Основна відмінність – це удвічі менша ніж у класичному супермаркеті націнка, яка коливається в межах 10-20%. В Україні поки що немає "дискаунтерів". Це зумовлено тим, що останні пропонують обмежений асортимент товарів, на які спостерігається підвищений попит, а, що цікаво, таких товарів, які б спричинили такий попит, поки що немає.

Як приклад розглянемо перспективи розвитку гуртово-роздрібної торгівлі у Сполучених Штатах Америки. Поява нових форм гуртово-роздрібної торгівлі у США пояснюється концепцією кругообігу роздрібної торгівлі [3, с. 884]. Сутність концепції полягає в тому, що нові види роздрібних торгівців на початку своєї діяльності здійснюють дрібні торгівельні операції, від яких отримують низький прибуток. Збільшення кількості послуг, продаж престижних та високоякісних товарів збільшує затрати торгівців і приводить до підвищення цін. Як наслідок, нові роздрібні торгівці перетворюються у традиційні, яких вони замінили. Послідовність наведених вище дій формують життєвий цикл гуртово-роздрібної торгівлі, що зображений на рисунку.



Рис. Життєвий цикл роздрібної торгівлі у США [4, с. 426]

Варто зазначити, що життєвий цикл роздрібної торгівлі у США охоплює чотири стадії: сповільнене зростання, прискорений розвиток, зрілість та спад. Зокрема, на стадії "сповільнене зростання" знаходяться фактично невідомі форми гуртово-роздрібної торгівлі, які незабаром будуть розкриті. На наступній стадії – стадії "прискореного розвитку" – магазини завойовують значну частку ринку та отримують значні прибутки. "Зрілість" характеризується максимальними прибутками та найпопулярнішими моделями торгівлі, зокрема універсами та "дискаунтерами". На останній стадії "спад" спостерігається витіснення старих форм гуртово-роздрібної торгівлі та їх остаточний занепад.

Тому, сказане вище дає можливість говорити про те, що порівняльний аналіз розвитку обох країн, тобто США і України, констатує факт значного відставання України у цій сфері, оскільки система супермаркетів та мереж магазинів типу cash and carry лише зароджуються та починає функціонувати, у той час як у США супермаркети перебувають на стадії спаду.

Отже використання світового досвіду та перехід до ринку сприяють запровадженню нових моделей гуртово-роздрібної торгівлі та витісняють старі, які не спроможні задовольнити потреби споживачів. Таким чином, в Україні активно будуть розвиватись супермаркети як у класичній, так і у економічній формі, які замінять вже існуючі мережі типу cash and carry та неприбуткові магазини з вигідним місцем розташування.

Література: 1. Лунін Р. Замість гуртово-роздрібних складів – супермаркети та "дискаунтери" // Галицькі контракти. – 2001. – №10. – С. 22. 2. Алексеева А. Дискаунтери и небольшие магазины становятся все более популярными / А. Алексеева, Д. Карпенко, В. Опанасенко // <http://www.companion.ua>. 3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг; [Пер. с англ. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2001. – С. 840 – 885. 4. Berkowitz E. Marketing / E. Berkowitz, R. Kerin, W. Rudelius. – Boston; 2000. – Рр. 405 – 428. 5. Ряполов К. Переход к цивилизации задерживается // <http://www.companion.ua>.

Скригун Н. П.

УДК 658.15

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ВИРОБНИЦТВА НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Умови жорсткої конкуренції, в яких функціонують підприємства харчової промисловості України, посилюють потребу в розробленні нових форм та методів управління витратами для підвищення ефективності виробництва.

Окреме підприємство харчової промисловості становить складну економічну систему взаємодіючих і взаємопов'язаних елементів. Вона є ключовою підсистемою кожного підприємства, яке у свою чергу є складовою відповідної галузі харчової промисловості та всього народногосподарсько-

© Скригун Н. П., 2008

го комплексу країни. Визначення підприємства як підсистеми систем вищого порядку різної складності дозволяє виявити основні внутрішні та зовнішні чинники, які визначають його ефективність. Оцінка ефективності має здійснюватися на основі її критеріїв, які можуть розглядатися як внутрішні і зовнішні характеристики системи.

У сучасних умовах нестабільності економічної ситуації та високого рівня інфляції, пов'язаних не тільки з суто українськими проблемами, а й із загальносвітовими тенденціями розвитку, все важче оцінювати ефективність управління витратами традиційними способами, побудованими переважно на зіставленні фактичних витрат з плановими і показниками минулих періодів. Тому потрібні нові підходи щодо оцінки показників ефективності та пов'язаних з ними чинниками.

Проблеми розроблення теоретичних основ та практичних аспектів оцінки ефективності управління витратами у господарській діяльності підприємств досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені: М. Чумаченко, А. Череп, Л. Цимбалюк, Н. Ткаченко, О. Орлов, О. Байдик, Ф. Бутинець, К. Вілсон, С. Голов, Дж. Горріган, К. Друрі, Г. Краюхін, С. Ніколаєва, Л. Нападовська, Є. Рясних, С. Стуков, В. Суржик, Р. Хілтон, Р. Ентоні та ін. Проте, незважаючи на значні доробки вчених, окремі питання потребують уточнення та подальшого розвитку, зокрема, вибір оптимального способу оцінювання ефективності управління витратами виробництва на підприємствах.

В умовах обмеженості ресурсів, коли підприємство не може постійно збільшувати виробничу базу, з розвитком конкуренції, коли виробники не можуть постійно підвищувати ціни, рішення повинні прийматися на користь оптимізації витрат та пошуку шляхів їх зниження.

Вітчизняні підприємства харчової промисловості працюють в економічних умовах, які, з одного боку, характеризуються високим рівнем конкуренції, а з іншого – державним втручанням стосовно ціноутворення на окремі види продукції (наприклад, на хлібопекарську продукцію), що обмежує можливості підприємств адекватно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури як на власну продукцію, так і на ринках сировини й енергоносіїв. Таким чином, на ефективність управління витратами впливає велика кількість чинників, на які підприємство не завжди має можливість своєчасно відреагувати. Проте швидкість та способи реагування (наприклад, корегування обсягів виробництва окремих видів продукції, оновлення технологічних ліній, заходи з перегляду цін та належне обґрунтування необхідності такого перегляду для органів державного регулювання тощо) залежать від якості управління, у тому числі управління витратами виробництва.

Різноманіття існуючих методик, які дозволяють визначити ефективність управління витратами виробництва, можна умовно розподілити на дві основні групи:

оцінка ефективності через порівняльний аналіз середньовитрат та їх поведінки за різних умов внутрішніх та зовнішніх факторів впливу;

оцінка ефективності через аналіз фінансових результатів (показників рентабельності та абсолютної величини прибутку, маржинального доходу).

На підставі відповідних розрахунків створюється асортиментний продуктивний ряд, здійснюється закупівля ресурсів, визначаються напрями технологічного переоснащення.

Різні методики відображають різні підходи до визначення ключових факторів та критеріїв ефективності і тому дають різні результати. Але потреба уникати управлінських помилок, обумовлених недоліками обраних методів визначення найбільш вигідних продуктів за умов жорсткої конкуренції на ринку та низького рівня прибутковості для хлібопекарської галузі є надзвичайно важливою. Адже мова йде не просто про фінансові втрати конкретних підприємств, а й, враховуючи соціальне значення галузі, про забезпечення сталого функціонування важливої ланки загальної безпеки країни.

У процесі здійснення діяльності, заради якої і було створене підприємство, роль управління витратами виробництва полягає у постійному впливі на всі його складові з метою підвищення прибутковості виробництва. Ключова роль в цьому процесі відводиться прийняттю управлінського рішення. У практиці підприємств найбільш поширеним показником, що відповідає вимогам кінцевої ефективності виробництва, є рівень його прибутковості. Цей показник визначається відношенням прибутку до собівартості. Економічна сутність цього показника полягає в тому, що він відповідає всім критеріям суспільної ефективності: зниженню собівартості продукції, зростанню обсягів її виробництва і реалізації.

На рівні підприємства питання формування та величини витрат виробництва є пріоритетними, адже саме витрати і ціна визначають оптимальні обсяги виробництва продукції (робіт, послуг), доцільність застосування певних технологій виробництва і, звичайно, основну мету діяльності підприємства – отримання прибутку.

Вважаємо, що ефективність управління витратами виробництва залежить від: зосередження уваги на попередженні витрат; тісного узгодження оперативних цілей підприємства зі стратегічними; концентрації зусиль на оцінці прибутковості діяльності й аналізі руху грошових коштів та витрат виробництва; використання новітніх технологічних удосконалень і шляхів економії витрат з метою збільшення прибутку; залучення в систему управління всіх видів витрат виробництва (адміністративних витрат, витрат на маркетинг тощо).

Політика підприємств стосовно витрат, як правило, в більшості випадків зводиться до їх зниження, часто – не зовсім обґрунтованого. На погляд автора, такий підхід спрощує проблему витрат і є однобоким. Пояснимо думку.

По-перше, мінімальні витрати не можуть бути самометою, оскільки їх необґрунтоване зниження в перспективі може негативно вплинути на конкурентоспроможність продукції, яку виробляє підприємство, як наслідок – втрата конкурентних переваг, заснованих на якості товарів.

По-друге, стійкий економічний розвиток підприємства з точки зору формування та споживання витрат не обов'язково пов'язаний зі зниженням власне самих витрат. Оскільки динаміка витрат виробництва може бути різною, основні зусилля варто зосереджувати не стільки на зниженні,



скільки на ефективності витрат виробництва. І хоча зниження витрат виробництва є основним моментом в цьому процесі, ефективність – більш багатоганне, інтегроване поняття.

Зауважимо, що ефективність витрат виробництва враховує як величину витрат, так і вплив витрат на результати діяльності, які перш за все виражаються у вартості виробленої продукції (робіт, послуг) з урахуванням якості попиту на неї.

Для визначення ефективності витрат виробництва необхідно враховувати сукупний вплив чинників, які прямо чи опосередковано впливають на витрати. Зокрема, серйозною проблемою, яка безпосередньо пов'язана з витратами виробництва, залишається інноваційний розвиток більшості підприємств харчової промисловості. Вказана проблема органічно пов'язана з витратами підприємства, оскільки основне джерело фінансування інновацій – власні кошти. Як правило, більшість інновацій пов'язані з виробництвом нової продукції, тільки в одних випадках виробництво нової продукції здійснюється без зміни технології на старому обладнанні (мається на увазі морально застаріле), а в інших супроводжується впровадженням нової для підприємства технології і, відповідно, придбанням відповідного обладнання.

Зрозуміло, що за інших рівних обставин свідченням підвищення ефективності управління витратами вважається оптимізація витрат. Оптимальними визнають такі витрати на виробництво і реалізацію продукції, які забезпечують підприємству отримання максимально можливого прибутку не з кожного окремого виду продукції, а в цілому по підприємству.

Окремі вчені стверджують, що найпростішим і найприйнятнішим методом кількісного визначення оптимальних витрат на виробництво продукції є порівняння поточних витрат на виготовлення тих самих виробів на кількох підприємствах у межах корпорації або іншої подібної підприємницької організаційної структури [1, с. 312]. При цьому для того, щоб кількісно охарактеризувати стан справ на підприємстві стосовно оптимізації поточних витрат, науковці рекомендують застосовувати спеціальний показник – коефіцієнт оптимальності фактичних витрат (K_{opt}) [1, с. 313]:

$$K_{opt} = \frac{B_{min}}{B_{факт}}, \quad (1)$$

де B_{min} – мінімально можлива величина витрат на порівнюваних підприємствах, грн;
 $B_{факт}$ – фактична величина поточних витрат на конкретному підприємстві, грн.

Вважаємо, що хоча методика представляє інтерес, назва показника "коефіцієнт оптимальності поточних витрат" не зовсім коректна, оскільки в загальному вигляді будь-яке оптимізаційне завдання формується так: потрібно мінімізувати або максимізувати цільову функцію, на зміни якої накладені обмеження. При цьому максимальний виробничий ефект визначається критерієм оптимізації, який і визначає цільову функцію. На погляд автора, точнішою назвою показника, який визначається відношенням мінімально можливих витрат на порівнюваних підприємствах до фактичної величини поточних витрат на конкретному підприємстві, буде "коефіцієнт нормативно-відтворювального покриття фактичних витрат" (K_{ni}):

$$K_{ni} = \frac{B_{min i}}{B_{факт i}}, \quad (2)$$

де K_{ni} – коефіцієнт нормативно-відтворювального покриття фактичних витрат за i -ою статтею калькуляції собівартості;

$B_{min i}$ – мінімально можливі витрати за i -ою статтею калькуляції собівартості на порівнюваних підприємствах при існуючій кон'юктурі на визначений момент часу, грн;

$B_{факт i}$ – фактична величина поточних витрат за i -ою статтею калькуляції собівартості на конкретному підприємстві, грн.

При цьому має виконуватися умова:

$$0 < K_{ni} \leq 1.$$

Щоб проаналізувати фактичні виробничі витрати, автор пропонує діючу методику доповнити таким показником, як коефіцієнт нормативно-відтворювального покриття виробничих витрат ($K_{нев}$), який визначається на основі виробничої собівартості:

$$K_{нев} = \frac{BC_{min}}{BC_{ф}}, \quad (3)$$

де BC_{min} – мінімально можлива виробнича собівартість при існуючій кон'юктурі на визначений момент часу, яка є підсумком мінімальних витрат по кожній статті, грн;

$BC_{ф}$ – фактична виробнича собівартість, грн.

При цьому накладається обмеження:

$$0 < K_{нев} \leq 1.$$

Але виробнича собівартість складається, як вже зазначалося, з прямих витрат (в хлібопекарській промисловості – витрати на сировину та матеріали, пакувальні матеріали, паливо та електроенергія на технологічні потреби, основна та додаткова заробітна плата виробничих робітників, відрахування на соціальні заходи) та непрямих – загальновиробничих витрат, величина яких на різних підприємствах неоднакова і суттєво залежить від вартості основних виробничих фондів, витрат на їх ремонт тощо. Аналіз діяльності хлібопекарських підприємств показує, що навіть в межах АТ розподіл непрямих витрат здійснюється з використанням різних баз розподілу, що неминуче призводить до певного викривлення виробничої собівартості окремого виробу. У структурі виробничої собівартості хлібобулочних виробів величина прямих витрат знаходиться в межах 77 – 90% залежно від виду виробу. Така висока питома вага прямих витрат у структурі виробничої собівартості дає можливість підприємствам отримувати значну економію за умови ефективного управління саме прямими витратами. Тому для визначення нормативно-відтворювальних прямих виробничих витрат пропонуємо визначити коефіцієнт нормативно-відтворювального покриття прямих виробничих витрат ($K_{нев}$), який показує, наскільки наближені фактичні прямі виробничі витрати до нормативно-відтворювальних:

$$K_{нев} = \frac{ПВ_{мін}}{ПВ_{ф}}, \quad (4)$$

де $ПВ_{мін}$ – підсумок мінімальних прямих витрат у виробничій собівартості при існуючій кон'юнктурі на визначений момент часу, грн;

$ПВ_{ф}$ – підсумок фактичних прямих виробничих витрат, грн.

$$0 < K_{нев} \leq 1$$

Найвищим значенням названих коефіцієнтів є 1. Чим ближчими до одиниці будуть значення коефіцієнтів, тим ефективніше здійснюється на підприємстві процес управління витратами виробництва.

Практична цінність запропонованого показника полягає в тому, що з його допомогою можна дати оцінку ступеня ефективності існуючих (фактичних) прямих виробничих витрат досліджуваного підприємства порівняно з нормативно-відтворювальними. Отже, необхідно шукати таку величину витрат виробництва, яка б забезпечувала прибутковість діяльності, але при цьому конкурентні позиції підприємства на ринку не знижувалися.

Література: 1. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібн. / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот – К.: КНЕУ, 1998. – 352 с. 2. Грещак М. Г. Управління витратами: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / М. Г. Грещак, О. С. Коцюба. – К.: КНЕУ, 2002. – 131 с. 3. Управление затратами на предприятии: Учебник / Под ред. Г. А. Краюхина. – СПб.: Изд. дом "Бизнес-пресса", 2000. – 276 с. 4. Череп А. В. Управління витратами суб'єктів господарювання. Монографія. Ч.1. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2006. – 368 с.

УДК 339.13.012

Слепченко Н. Л.

СТРУКТУРУВАННЯ РИНКУ ЯК БАЗОВА УМОВА ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВА

Світовий досвід та практика становлення розвинутих національних господарств показує, що одним з основних елементів їх економік є ринок. Товарний ринок через власні механізми саморегулювання впливає на техніко-економічні показники товарів, які надходять в сферу обігу. Акумуляуючи попит споживачів, вивчаючи їх запити, товарний ринок здійснює тиск на виробників з метою формування відповідної пропозиції.

Взаємодія регулюючого впливу держави та ринкового механізму на якісні та кількісні показники об'єктів ринкових відносин розширює можливості товарного ринку. Його діяльність виходить за межі сфери обігу, поширюється на процеси виробництва та споживання. Послуги стають своєрідним товаром, на який дедалі більше зростає попит. Особливістю послуги як товару (порівняно із звичайним товаром, втіленим у речі) є те, що вона корисна не як річ, а як діяльність. Тому споживання послуги збігається з процесом її створення. Послуга як товар утворюється в процесі безпосередньої діяльності продавця для покупця, тому її неможливо нагромаджувати, транспортувати. Від такої особливості товарні ринки змінюють свою структуру та механізми саморегулювання.

Обговорення проблем становлення ринкових механізмів господарювання в Україні обов'язково передбачає необхідність враховувати проблеми формування й розвитку ринкової структури.

© Слепченко Н. Л., 2008



Проблеми, які стосуються структури ринку, є досить різноманітними і відображають складність і неоднозначність їх дослідження.

Ринок як складна соціальна система певним чином структурований та включає в себе ряд підсистем. Мова йде про багаторівневе функціонування системи ринку, а саме, про мікро- та макрорівні. Таким чином, структуру ринку треба розглядати у двох площинах. На мікроекономічному рівні структура ринку становить взаємодію таких відособлених економічних одиниць, як покупець (кінцевий споживач – пред'явник попиту) та продавець у сфері обміну, за допомогою якого здійснюється реалізація товарів та послуг. Елементи цієї структури характеризуються якісною відособленістю та взаємозалежністю (на основі факторів попиту та пропонування). На макроекономічному рівні структура ринку становить сукупність (безліч) різноманітних споживчих ринків окремих товарів та послуг. Кожний компонент макроструктури має свою розвинуту підструктуру ринків взаємозамінних та взаємодоповнюючих товарів та послуг.

Товарний ринок, як ніякий інший, найбільш успішно функціонує в умовах відкритої економічної системи, яка передбачає вільне переміщення товарів та капіталів як всередині держави, так і за її межі. Разом з тим, він представляє ту сферу, де державне регулювання дає найбільший ефект. Саме через товарний ринок держава акумулює та вилучає кошти і матеріальні ресурси для вирішення загальнодержавних, в тому числі, соціальних, завдань [1].

Ринок товарів та послуг з дослідницького погляду є надзвичайно цікавою сферою в економіці України, оскільки в цій сфері спостерігається накладання теоретичних проблем на низку практичних ускладнень. Економічна наука часто оперує поняттям "послуга" і "товар", але не розкриває того, що послуги мають товарні властивості, тобто можуть вважатися товаром не предметної форми. З точки зору ринкових відносин, товаром вважається будь-який предмет господарського обігу, в тому числі продукція і послуги, які підтверджують зобов'язання та права [1].

Актуальність, складність і багатоплановість проблем функціонування й розвитку структури ринку товарів та послуг потребують адекватного ставлення до себе з боку вчених і практиків. В Україні вирішення цієї проблеми, у тому числі й наукове пізнання її сутності, перебуває ще на стадії становлення.

Проблематика розвитку ринку товарів через збалансованість попиту і пропозиції, особливості формування потреб, попиту і пропозиції була предметом дослідження ряду вітчизняних і зарубіжних вчених. Розробкою методичних основ дослідження товарних ринків займалися вчені: В. Г. Андрійчук [2], О. В. Герасименко [3], В. О. Точилін, С. О. Черненко [4], W. W. Cooper, M. Norman, B. Stocker та ін. Теоретична база для дослідження структури ринку та розглядання ринку як системи була складена у роботах Е. Мейсона, Д. Бейна [5]. Відповідна цій теорії концептуальна схема містила три базові блоки та одержала назву парадигми "Структура – Поведінка – Результат".

Проте, в цих роботах не робилися спроби систематизації ринків товарів та послуг. Більше того, у науковій літературі досі ще не було розглянуто структуру ринку на рівні підприємства і спроби виявити наявність залежності між структурою ринку та ефективністю діяльності підприємства. Важливість цих проблем обумовила вибір теми, її мету і логіку теоретичного дослідження.

Метою дослідження в даній статті є аналіз теоретичних засад структури ринку та механізмів адаптації підприємств до структурних змін товарних ринків.

Ринкові процеси охоплюють усі сфери діяльності суспільства і галузі національної економіки. Одним із важливих завдань їх розвитку в умовах формування ринкового середовища є досягнення конкурентоспроможності підприємств незалежно від форм власності [4]. Для того, щоб зберегти в ринковій системі свої позиції, суб'єктам господарювання необхідно знайти нові підходи до організації роботи зі споживачами, знайти нові джерела товарних ресурсів. Необхідно акцентувати увагу на визначенні ринку, як системи економічних відносин, які складаються в процесі виробництва, обігу та розподілу товарів (послуг).

Пізнання ринку як економічної категорії неможливе без глибокого аналізу його структури, тобто елементів, з яких він складається, і які взаємодіють між собою [1]. Виходячи з цього структура ринку розглядається як відносно відособлена система, де значення мають як внутрішні, так і зовнішні чинники. До внутрішніх чинників відносяться кількість продавців і покупців, ступінь концентрації виробництва і диференціації продуктів. До зовнішніх чинників – вірогідність потенційної конкуренції, яка, з одного боку, визначає існування і висоту бар'єрів для входу на ринок нових суб'єктів господарювання, а з іншого – сама регулюється наявністю таких бар'єрів [4]. Але поведінку суб'єктів ринку не можна ідентифікувати виключно на основі зовнішніх заданих параметрів структури ринку, а, отже, не можна стверджувати, що ринкова структура зумовлює параметри функціонування ринку і його ефективність. Таким чином, виникає припущення про те, що структура ринку, поведінка господарюючих суб'єктів на ринку і ефективність функціонування ринку взаємозв'язані за багатьма параметрами. Проте спроба прослідкувати зв'язок дала суперечливі результати. Зокрема, дослідники не прийшли до загальної думки про існування зв'язку між розміром господарюючого суб'єкта (як чинником структури ринку) і рівнем прибутку (як чинником результативності функціонування ринку). Наприклад, В. Хейнс [6] виявив, що підприємства, які згідно зі статистикою є найбільш прибутковими, є скоріше маленькими або середніми за розміром. А це, у свою чергу, протирічить результатам досліджень В. Баумоля [7], який стверджував, що прибутковість безпосередньо залежить від розміру господарюючого суб'єкта.

Таким чином, структура ринку, поведінка суб'єктів господарювання та результативність функціонування ринку впродовж багатьох десятиліть залишаються важливими елементами більшості досліджень в даній області економічної теорії.

Дослідження ринків в Україні багато в чому проводяться односторонньо, зачіпаючи ті чи інші безумовно важливі аспекти функціонування, але без застосування системного підходу. Систематизація матеріалів досліджень економіки України на основі використання світового досвіду і комплексне вивчення формування та розвитку ринків України в період становлення ринкових відносин

повинні зайняти належне місце при виявленні конкурентоспроможності українських виробників і при розробці перспективного розвитку країни.

Приклади ринків в Україні показують, що ринкові структури, сформовані на базі виробничо-економічних зв'язків, далеко не завжди виявляються ефективними, а для створення ефективних ринкових структур буде потрібно деякий період часу. При цьому істотну роль повинні відіграти такі чинники, як технічний прогрес і державне регулювання ринкових відносин, включаючи регулювання припливу іноземного капіталу та інвестиційну політику для створення виробничого потенціалу розвитку економіки.

Таким чином, розгляд ринку як системи дає можливість оцінювати параметри функціонування ринку після аналізу його структури, базових умов і поведінки суб'єктів господарювання. Накопичений досвід дозволяє зробити висновок про ефективність даного підходу для структуризації об'єкта аналізу, виявлення особливостей і проблем функціонування ринків, а також для оцінки ефективності і перспектив їх розвитку. Це, у свою чергу, формує основи для синтезу ринкових структур в теорії і допомагає регулювати формування ринкових відносин на практиці.

Література: 1. Григоруk А. А. Основи економічної теорії: політекономічний аспект / А. А. Григоруk, М. С. Палюх, Л. М. Литвин, Т. Д. Літвінова; [За ред. А. А. Григорука, М. С. Палюха. – Тернопіль, 2002. – 304 с. 2. Андрійчук В. Г. Ринок товарів народного споживання України: Основні напрямки і пріоритети формування (Внутрішні та зовнішні аспекти). – К.: Укр. Академія зовнішньої торгівлі, 1995. – 249 с. 3. Герасименко О. В. Проблеми структурно-функціональної організації та управління національним ринком товарів і послуг / О. В. Герасименко, О. А. Корольов, В. Л. Рабчук. – К.: КНТЕУ, 2002. – 270 с. 4. Черненко С. О. Конкуренція та ефективність товарних ринків в Україні. – К.: КНТЕУ, 2006. – 170 с. 5. Bain J. S. Barriers to New Competition. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1956. 6. Baumol W. J. Business Behavior, Value and Growth. – New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1967. 7. Haines W. W. The Profitability of Large-size Firms // Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali. – 1970. – Vol. 17. No. 4. – P. 321 – 351. 8. Формирование российской модели рыночной экономики: противоречия и перспективы Ч. 1 / Под ред. К. А. Хубиев. – М.: ТЕИС, 2003. – 467 с.

УДК 330.15

Солоха Д. В.

Чирков С. О.

ІНВЕСТУВАННЯ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ

Для соціально-економічного розвитку України інвестування в інноваційну сферу економіки та її секторів має велике значення, а отже негативний чи позитивний вплив. Аналіз конкретних цілей, визначення пріоритетів дає змогу сконцентрувати усі існуючі потенціали на їх реалізацію.

Аналіз реалізації інвестиційно-інноваційних проектів у країнах, де існує ринкова економіка, показує, що їх застосування покращує соціально-економічне становище у цих країнах, її зростання, стабілізацію, інноваційне оновлення виробництва. Розвиток виробництва без оновлення його технологічної та технічної бази неможливий. Неможливо конкурувати на світовому ринку продукції, якщо технологія виробництва застаріла та економічно неефективна. До того ж новітні технології виробляють продукцію, яка відповідає екологічним світовим стандартам та екологічно безпечною.

Цей науковий напрям досліджують такі українські вчені, як В. М. Геєць, В. Осецький, В. Базплевич, А. Шегда, А. Чухно, В. Тарасович та ін.

Метою роботи є дослідження економічних аспектів, які спрямовують інвестиції в інноваційний сектор економіки України.

Відомо, що інвестиції та інновації взаємопов'язані між собою, та якщо інвестувати не в інноваційну сферу, яка не буде поліпшувати ефективність впровадження інновацій, то не буде покращення економічного розвитку (рисунок). Саме така тенденція зараз зберігається в економіці країни.



Рис. Схема взаємозв'язку інвестицій та інновацій

Добре відомо, що тільки державні, або тільки приватні інвестиції не зможуть дати необхідний обсяг інвестицій в інноваційній сфері. Тому що інновації в Україні потрібні в усіх галузях еко-



номіки нашої країни. Державне регулювання інвестиційної діяльності включає управління державними інвестиціями, а також регулювання умов інвестиційної діяльності та контроль за їх здійсненням усіма інвесторами та учасниками цієї діяльності [1]. Рішення про інвестування в інновації державних інвестицій робиться на основі прогнозів соціально-економічного розвитку країни, її продуктивних сил, цільових науково-технічних програм. Метою державної інвестиційно-інноваційної політики є створення привабливих соціально-економічних умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни. Якщо видатки на фундаментальні дослідження спрямовуються саме на створення інноваційної продукції, то видатки на економічну діяльність мають спрямовуватися на активізацію споживання інноваційного продукту у промисловості та створення сприятливих умов для залучення приватних інвестицій в інноваційні галузі економіки [2].

Якщо враховувати те, що кількість інвестиційних потоків з боку держави є досить обмеженою, то держава має вибирати пріоритетні галузі та напрямки інноваційного розвитку країни та їх ефективне використання. Для держав головними напрямками інвестування виступають такі галузі (окрім галузей соціально-культурного напрямку): паливно-енергетичний комплекс (вугільна промисловість), розвиток та утримання автомобільних доріг; суднобудівної галузі; ракетно-космічної галузі та літакобудування; енергозберігаючі технології та науково-технічні й інноваційні проекти. Але це залежить від чіткого визначення головного напрямку державного інвестування, й більш того, детального аналізу, тобто, потрібно враховувати їх вплив на усю національну економіку, а не тільки їх рентабельність на рівні державних програм або інвестиційних проектів.

Але загалом приватні інвестори усе більш інвестують у ті галузі економіки, які відіграють значну роль в економіці України – сільське господарство, вугільна промисловість, металургійний та машинобудівний комплекс, та з точки зору на розвиток інноваційних моделей вони не належать до пріоритетних. Наприклад, для машинобудування потрібно значні інвестиції. Щорічний обсяг інвестицій у машинобудування має складати 35 млрд грн [3]. До того ж, за даними Держкомстату України, за 2007 рік 29,4 % підприємств від загальної кількості підприємств одержали збиток від своєї діяльності [4]. З усього цього видно, що держава не зможе інвестувати такий значний обсяг інвестицій лише у машинобудування, не інвестуючи інші, не менш важливі галузі.

Інновації та інноваційно-технологічні процеси не можуть протікати в країні без відсутності належного інтелектуального потенціалу. Інвестиції в інтелектуальний капітал в країнах з високим рівнем життя дорівнюють інвестиціям в основний капітал. Тому Україні потрібно зробити на цьому акцент. Інтелектуальний капітал поступово стає продуктивною силою розвитку суспільства. Країни з перехідною економікою усе більше інвестують в інтелектуальний капітал, яким користуються розвинені країни. Тобто, державне інвестування освіти виступатиме як довгострокове інвестування в інноваційну сферу. Провідні країни світу з державного бюджету на розвиток освіти виділяють усе більше коштів, бо це стратегічні й перспективні витрати.

Структура джерел фінансування освіти свідчить про значущість бюджетного фінансування вищих навчальних закладах як у країнах із ліберальною ринковою економікою (США, Англія), так і в традиційно орієнтованих економіках (Західна Європа, Скандинавські країни). Видатки органів державної та місцевої влади на фінансування вищих навчальних закладів у Нідерландах, Німеччині, Канаді становлять 70-95% у структурі джерел фінансування [5].

Досліджуючи структуру інвестицій, можна зауважити, що значно зменшилася частка підприємств, які інвестували в інновації в технології, але цьому є пояснення: по-перше, збитковість підприємств через низьку ефективність економіки, по-друге – більшість підприємств не приймає активної участі у формуванні дохідної частини бюджету.

Це чітко видно у таблиці показників інноваційної діяльності промислових підприємств (2000 – 2006 рр.) (таблиця).

Таблиця

Показники інноваційної діяльності промислових підприємств за 2000-2006 рр.*

Показники	Роки						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Кількість підприємств, які впровадили інновації (од.)	1491	1503	1506	1120	958	810	999
Кількість впроваджених нових технологічних процесів (од.)	1403	1421	1442	1482	1727	1808	1145
З них ресурсозберігаючих, маловідходних	430	469	430	606	645	690	424

*Складено за даними статистичного збірника "Наукова та інноваційна діяльність в Україні" за відповідні роки

Інвестування в інноваційно-технологічні процеси не може проводитися без чіткого визначення пріоритетних напрямків інвестування за рахунок бюджетних інвестицій. Нові й молоді галузі економіки дозволять розвинути інноваційний комплекс України.

Інвестування в інтелектуальний потенціал дозволить країні вийти на новий конкурентоспроможний рівень національної економіки. Участь держави у цьому питанні дозволить розвинути інноваційні сфери й розповсюдити їх здобутки пропорційно між пріоритетними галузями.

Література: 1. Экономика Украины: стратегия и политика долгосрочного развития / Под ред. В. М. Гейца. – К.: Ин-т экономического прогнозирования; Феникс, 2003. 2. Савчук О. В. Теорія і практика оцінки ефективності інвестицій в Україні // Економіка України. – 2003. – №12. – С. 19 – 25. 3. Фурсов О. В. Джерела фінансування оновлення основних засобів металургійних і машинобудівних підприємств // Схід. – 2007. – №1(79). 4. www.ukrstat.gov.ua. 5. Борщ Л. М. Інвестиції в Україні: стан, проблеми і перспективи. – К.: Знання, КОО, 2002. – 318 с.

УДК 659.01

Стоянова М. М.

УПРОВАДЖЕННЯ СУБКОНТРАКТНИХ ВІДНОСИН ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вагомий внесок промислового комплексу в економіку визначає його провідну роль у забезпеченні найважливіших стратегічних інтересів держави.

Поряд з цим, існує ціла низка проблем, які негативно впливають на розвиток промислового комплексу.

Так, за нинішньої структури економіки її подальший швидкий розвиток – а тільки так можна скоротити відставання від розвинутих країн – багато в чому обмежений кон'юнктурними перспективами сировинного, матеріало- та капіталомісткого експорту, недостатнім розвитком обробної промисловості, внаслідок чого задоволення найважливіших споживчих та інвестиційних потреб покладається на імпорт. Залишається неприпустимо високою енергоємність виробництва та побутової сфери.

Вищі технологічні уклади – п'ятий (інформаційно-комунікаційні технології, аерокосмічна техніка, наукоємні виробництва, нові джерела енергії) та шостий (біотехнології, гена інженерія, дослідження у сфері штучного інтелекту) – становлять в структурі ВВП України менше 4%, причому шостий уклад – менше 0,1%. Більш ніж половина виробленої продукції припадає на третій технологічний уклад. Це свідчить як про наявність у реальному секторі національної економіки значних диспропорцій між постіндустріальним укладом, який формується, і традиційним господарським укладом (індустріальним), так і про істотний дефіцит інвестиційних ресурсів, необхідних для усунення диспропорцій між старою (традиційною) і новою економіками.

Усе це відбувається в період, коли найрозвиненіші країни світу на 85 – 90 % забезпечують приріст ВВП внаслідок виробництва та експорту високотехнологічної наукоємної продукції, створюють нову економіку, ефективність якої визначають уже не матеріальні (товари, сировина, робоча сила, устаткування), а інтелектуальні чинники (знання, інформація, високі технології).

Одним з найбільш дієвих і сучасних методів, що дозволяє підприємствам досягти високої ефективності виробництва завдяки раціональному використанню наявних виробничих потужностей і більш ефективному використанню ресурсів, є механізм субконтрактації. Хоча субконтрактні відносини можуть мати місце в різних галузях промисловості, найбільше поширення вони одержали в машинобудуванні, у таких секторах, як автомобілебудування, виробництво устаткування для залізничного транспорту, верстатобудування, а також у радіоелектронній і електротехнічній промисловості.

Субконтрактні відносини сьогодні відіграють найважливішу роль в міжнародному розподілі праці. Субконтрактація стала одним з факторів, що забезпечили високі темпи економічного розвитку в таких країнах, як Японія, США, Німеччина, Франція, Італія, Іспанія, Туреччина. Так, в Японії на початку 1980-х рр. частка малих фірм, що працювали за субконтрактними схемами, склала 65%, причому в електронній промисловості (галузі-локомотиві японської економіки) ця частка досягала 86%. Такі гіганти японського автомобілебудування, як Nissan і Toyota, самостійно роблять тільки 1/4 використовуваних комплектуючих (26 і 29% відповідно), одержуючи інші за субконтрактними замовленнями [1].

У промисловому розвинених країнах на частку малих і середніх підприємств припадає до 70% валового національного продукту, до 70% робочих місць, а також близько 30% прямого експорту. У Канаді приблизно третина робочої сили зайнята на виробництві за субконтрактами. Загальний обсяг європейського ринку субпідрядних послуг, в якому задіяні 300 тисяч малих підприємств, в минулому році досягнув EUR 412 млрд, що становить більш ніж 14% загальних промислових оборотів Євросоюзу [2].

© Стоянова М. М., 2008



Основними перевагами, що досягаються в результаті використання механізмів субконтракції, є такі:

1. Велика гнучкість і швидка адаптація до зміни попиту. У контрактора (замовника) з'являється можливість сконцентрувати зусилля і ресурси на стратегічних напрямках своєї діяльності. Це значно скорочує терміни постановки на виробництво нових виробів, полегшує процес їх сертифікації, підвищує продуктивність праці і конкурентоспроможність підприємств, скорочує запаси комплектуючих на складах і прискорює оборотність засобів у виробництві. Крім того, малі і середні підприємства-субконтрактори (постачальники), як правило, мають високий рівень мобільності в переналадженні устаткування за рахунок широкого застосування гнучко спеціалізованих виробничих систем.

2. Оптимізація виробничого процесу. У багатьох випадках підприємства з вертикальною інтеграцією страждають від неоптимального використання виробничих потужностей у певних точках виробничого циклу. Поділ того самого процесу між різними спеціалізованими підприємствами, що користуються фінансовою, управлінською і оперативною самостійністю, змушує кожне з них боротися за повне використання своїх ресурсів.

Малі і середні підприємства-субконтрактори, як правило, мають більш низькі витрати виробництва внаслідок максимально інтенсивного використання, швидкої амортизації і відновлення їх устаткування. Вони характеризуються більш високою організаційною й управлінською ефективністю за рахунок менших розмірів і простоти структури управління. У цих умовах передача виробництва деталей і комплектуючих іншими підприємствами на основі субконтракції дозволяє великому підприємству-контрактору розбудувати більш ефективну організаційну структуру.

В Україні субконтракція не отримала належного розвитку, оскільки завдання більш раціонального розвитку були витіснені більш актуальними проблемами – виживанням підприємств. І лише останнім часом вона починає розвиватися в тих галузях, де активно функціонує великий бізнес. На сьогоднішній день в Україні існує тільки один проект – "Україна промислова", який входить до найбільшої системи міжнародних проектів ALL BI INFO та приєднався до мережі центрів субконтракції, утвореної російським НП "Национальное Партнерство развития субконтракции" [3].

Однак, перехід до моделі відкритої економіки, в межах якої вітчизняні виробники конкурують з високоякісною імпортною продукцією, зі всією гостротою ставить завдання підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції. У даний час недостатній рівень розвитку субконтракції в Україні стримує зростання ефективності виробництва, насамперед – у машинобудуванні.

Основними напрямками розвитку механізмів субконтракції є: 1) розвиток мережі центрів субконтракції; 2) підтримка сертифікації підприємств-субконтракторів.

1. Центри субконтракції – спеціалізовані організації, що виконують функції інформування, стимулювання, підтримки і сприяння субконтракції – доцільно створювати при регіональних Торговельно-промислових палатах. Основна мета центрів субконтракції – поширення інформації про можливість надання промислових послуг за субконтрактними договорами, надання контракторам і субконтракторам сприяння в пошуку ділових партнерів, на основі інформації про наявність загальних і спеціалізованих виробничих потужностей і потребах виробничих підприємств. Доцільно забезпечити державну підтримку розвитку мережі центрів субконтракції в якості одного з ключових елементів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва.

2. Упровадження і сертифікація підприємствами системи управління якістю відповідно до стандартів ISO 9000:2000, галузевими стандартами організації виробництва, а також іншими стандартами якості і підтвердження відповідності, є важливою умовою встановлення субконтрактних відносин. У зв'язку з цими доцільним є цілеспрямоване сприяння розвитку системи консультативної підтримки упровадження вітчизняними підприємствами й організаціями системи менеджменту якості.

В області сприяння виходу підприємств на зовнішні ринки доцільно також використовувати такі механізми стимулювання:

субсидування частини витрат суб'єктів малого підприємництва з оренди виставочних площ для участі у виставково-ярмаркових заходах за кордоном та інших маркетингових витрат, пов'язаних з виходом на зовнішні ринки;

субсидування частини витрат, пов'язаних з оплатою послуг з виконання обов'язкових вимог законодавства, що є необхідними для експорту товарів (робіт, послуг), у тому числі робіт із сертифікації або реєстрації та інших форм підтвердження відповідності;

субсидування частини витрат з оплати послуг з розробки засобів індивідуалізації юридичної особи, індивідуалізації продукції (робіт, послуг), у тому числі фірмового найменування, товарного знаку, для товарів (робіт, послуг), призначених для експорту.

Реалізація запропонованих заходів, на думку автора, дозволить: забезпечити зростання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, а, отже – зростання не сировинного, а високотехнологічного експорту товарів і послуг; стимулювання збільшення кількості малих і середніх підприємств; забезпечення прискореного розвитку інноваційного сектору економіки; підвищення ефективності системи підготовки кадрів для потреб економіки; забезпечення зростання прямих вітчизняних та іноземних інвестицій; стимулювання соціально-економічного розвитку регіонів.

Література: 1. Зарубежная практика производственной кооперации и субконтракции // http://yarc.yartpp.ru/t_zarubezh.htm. 2. Несформований ринок українського субконтракту // http://www.academia.org.ua/index.php?p_id=53&page=2&id=154. 3. Проект "Украина Промышленная" вошел в международную информационную систему субконтракции // http://pilot-navigator.blogspot.com/2008_03_01_archive.html.

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ АДАПТАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Багатогалузевий машинобудівний комплекс – потужний сектор промисловості України, який об'єднує 11 267 підприємств, з яких 146 – великих, 1 834 – середніх та 9 287 – малих, з виробництва різноманітних машин і устаткування, приладів і апаратури, різних видів транспортних засобів тощо. Частка галузі в загальному обсязі продукції (робіт, послуг) промисловості становить 13,4%, у валовій доданій вартості промисловості – 15,6%. У машинобудуванні зосереджено понад 15% вартості основних засобів, майже 6% оборотних активів вітчизняної промисловості та понад 22% кількості найманих працівників [1]. Досягнення українською промисловістю рівня ефективності і конкурентоспроможності світового ринку реалізується, в першу чергу, шляхом інноваційного розвитку машинобудування і підприємств оброблювальних галузей. Це, у свою чергу, вимагає випереджаючого оновлення технологічної бази української промисловості, її структурних перетворень, впровадження передових методів управління, зокрема на базі сучасних інформаційних технологій. При цьому, необхідне системне і методично обґрунтоване вирішення проблем оновлення парку технологічного устаткування промислових підприємств, яке може бути досягнуте при оптимальному поєднанні імпорту і закупівель продукції вітчизняної верстатно-інструментальної промисловості. Крім того, потрібна активна підтримка інноваційної активності підприємств для формування і закріплення їх конкурентних переваг, зокрема з урахуванням забезпечення необхідного рівня технологічної безпеки (незалежності) країни.

Аналіз стану української промисловості, і насамперед машинобудування, показує тенденцію до втрати конкурентоспроможності, як на світовому ринку, так і усередині країни. Таке положення є наслідком втрати державного впливу на процеси розвитку науки і промисловості починаючи з 1991 року і відсутністю стратегії перехідного періоду. Опинившись в умовах самофінансування і у відсутності досвіду діяльності в умовах ринку, більшість підприємств машинобудівного комплексу тривалий час здійснювали діяльність в режимі виживання. Результатом такого положення виявилася втрата ринкових позицій, розвал і банкрутство безлічі підприємств, відтік кваліфікованих кадрів, критичне моральне і фізичне старіння технологій і устаткування [2].

В Україні з'явилася велика кількість консалтингових та інжинірингових фірм, що пропонують послуги з побудови бізнес-процесів окремих підприємств і їх технологічного переоснащення. Підходи, що реалізуються ними, і методики, в основному, носять локальний характер, розрахований на вирішення конкретних інженерно-технічних і управлінських завдань стосовно підприємств, що сформувалися, мають конкретний товарний ряд продукції і послуг, а також зрозумілу ринкову перспективу. Відповідно, методики, які використовуються, достатньо ефективні для вирішення завдань модернізації конкретних видів виробництва (цехів, ділянок, підрозділів), а також для вдосконалення системи управління виробництвами, що мають сформовану конфігурацію [3].

Основними недоліками даних підходів і методик є низька адаптованість до вирішення завдань комплексних стратегічних перетворень великих промислових підприємств і об'єднань та відсутність системного бачення інноваційного розвитку промислових галузей, підгалузей і комплексів [4].

Вимагають негайної систематизації процеси, що відбуваються в машинобудуванні України з урахуванням реального стану підприємств і науково-технічних організацій. Інакше розвиток і ринкові перспективи для більшості підприємств галузей промисловості стають не передбаченими, а результати діяльності малоефективними.

Необхідне формування механізму адаптації, як комплексу взаємопов'язаних складових: системи управління, інноваційної діяльності, виробничої кооперації, конфігурації виробництва, технологічних переділів, інженерного та інфраструктурного забезпечення, системи забезпечення якості, структури персоналу, сервісного забезпечення та ін. При цьому даний комплекс складових у процесі адаптаційних перетворень повинен трансформуватися системно, стосовно продуктової спеціалізації виробничого суб'єкта і займаного ним сектору ринку в умовах реальної конкуренції.

Пропонована схема формування механізму адаптації (рисунок) є комплексом оцінок, що передбачають зіставлення існуючих характеристик виробничої системи з узагальненими показниками ефективного і конкурентоспроможного виробництва світового рівня.

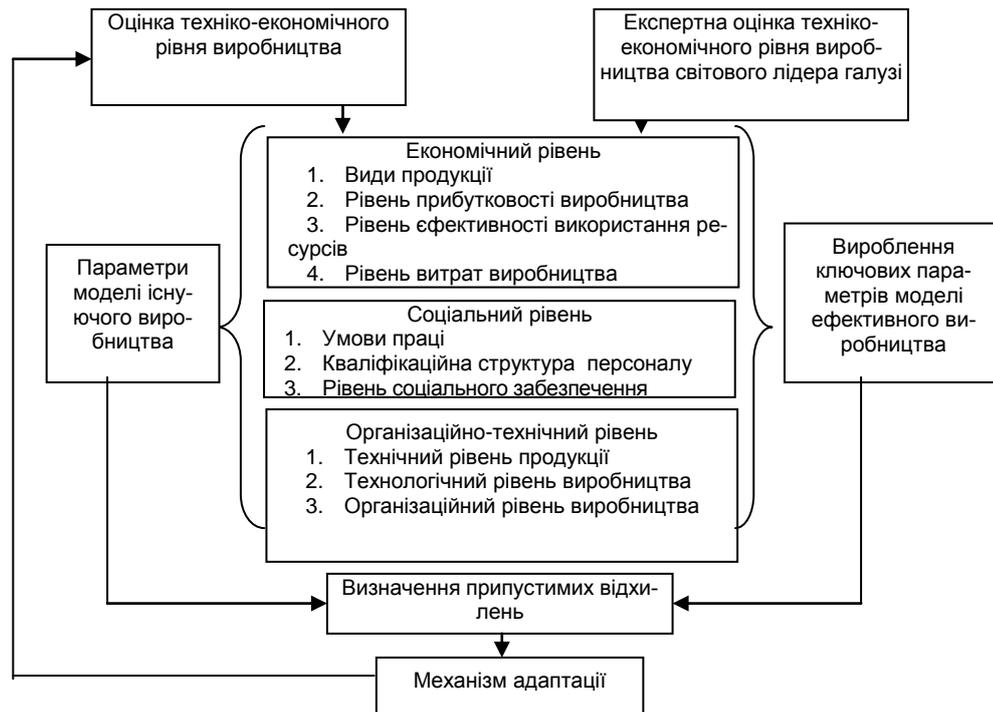


Рис. Схеми формування механізму адаптації

Ключовими аспектами запропонованої схеми є процедури формування достовірних початкових даних і узгоджена постановка завдань ефективного розвитку виробничої системи, передбачуваних впроваджень, які реально відображають мету та виробляються в ході комплексної експертизи з подальшим зіставленням отриманих даних з узагальненими елементами механізму адаптації.

На першому етапі оцінюється фактичний стан виробничої системи на основі комплексного експертного аналізу, що є сукупністю спеціально розроблених анкет для формування об'єктивних початкових даних за всіма напрямками структури виробничої системи. На основі експертного аналізу формуються кількісні показники елементів системи, що діє, і системи лідера.

На другому етапі отримані елементи стосовно даної виробничої системи поступають в моделюючу систему, яка здійснює аналіз відхилень, формує інтервал допусків і реалізує механізм адаптації кращих світових рішень стосовно вітчизняних умов й індивідуальної специфіки підприємства.

При цьому під адаптацією розуміється не ослаблення і не розширення полів допусків в гіршу сторону, а комплексне рішення (результат роботи механізму адаптації), що формує модель ефективної і конкурентоспроможної виробничої системи відповідно до вимог сучасної економіки. Під інтервалом допусків розуміється рішення задачі рівномірної оптимізації елементів системи, що діє, при якій за окремими показниками можливе відхилення від світової практики. Але при цьому механізм адаптації пропонує ефективне рішення по інших складових, що компенсують ці відхилення з підсумковою поетапною побудовою конкурентоспроможної виробничої системи.

Для розробки побудови стратегії розвитку машинобудівного підприємства і комплексної програми її практичної реалізації формуються узагальнені елементи моделюючих систем як узагальнений результат системного дослідження техніко-економічного рівня. При цьому адаптація відбувається відповідно до специфіки української промисловості з урахуванням тенденцій світового ринку.

Одночасно пропонується підхід до формування об'єктивних початкових даних на основі комплексної експертної оцінки з допомогою розроблених анкет за всіма напрямками техніко-економічного рівня підприємства, що дозволяє надійніше моделювати процеси створення й інноваційного розвитку ефективних виробництв.

Запропонований механізм дозволяє в короткі терміни і з максимальною достовірністю:

1) здійснювати розробку загальної стратегії розвитку підприємства з урахуванням перспективи ефективного позиціонування у вибраному секторі ринку товарів і послуг, з обґрунтуванням можливого розширення продуктової спеціалізації, аж до перепрофілювання;

2) визначати і обґрунтовувати спеціалізацію підприємства і напрямку виробничої кооперації з урахуванням тенденцій ринку, включаючи різні аспекти;

3) моделювати структурні перетворення і оптимізувати виробничі потужності підприємства для вирішення завдань в рамках прийнятої стратегії;

4) формувати програми розвитку інноваційної діяльності (включаючи НІОКР);

5) розробляти програми комплексного технологічного переоснащення підприємства на основі прогресивних технологій, устаткування та інших інноваційних рішень;

6) формувати і обґрунтовувати кількісний і кваліфікаційний склад персоналу з урахуванням планованих стратегічних перетворень;

7) проводити розрахунок і обґрунтування необхідних інвестицій (ТЕО запропонованих впроваджень).

Практична значущість пропонованої розробки підтверджена контактами з ведучими промисловими підприємствами України, у процесі семінарів, науково-практичних конференцій, і результатами виконаних науково-дослідних робіт.

Література: 1. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи // <http://www.rvps.kiev.ua/PUBLIK/Mono20.htm>. 2. Державна програма розвитку промисловості України до 2011 року // http://industry.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36412&cat_id=36198. 3. Тімонін А. М. Маркетингова стратегія промислових альянсів: Монографія / А. М. Тімонін, Е. М. Бровко. – Харків: ВД "ІНЖЕК", 2004. – 160 с. (Рос. мова). 4. Експертна науково-технічна рада Спільки машинобудівників Росії // <http://umee-nw.ru/>.

УДК 658.15:330.04

Ткачѐв А. А.

ИНТЕГРАЦИЯ КОНТРОЛЛИНГА С СИСТЕМОЙ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

В настоящее время отечественная экономика характеризуется высокой неопределенностью и нестабильностью, что усложняет процессы управления, а также предъявляет все более и более высокие требования к системам планирования и прогнозирования на предприятиях. Усиление конкуренции на рынке, которое в данном случае следует рассматривать как положительный фактор, способствует постоянному поиску руководителями предприятий новых инструментов управления и путей повышения конкурентоспособности.

Одним из наиболее интенсивно развивающихся направлений в разработке новых подходов к управлению предприятием является контроллинг. Нестабильность внешней среды, оперативность реакции менеджеров на изменения внешних и внутренних экономических условий, важность непрерывного мониторинга производства, смещение акцента с контроля прошлого на анализ будущего – вот далеко не полный перечень факторов, обуславливающих необходимость изучения, внедрения и развития контроллинга как продуманной системы действий по избежанию кризисных ситуаций и обеспечению устойчивого развития предприятия.

Теоретико-методологические основы концепции контроллинга, а также вопросы интеграции управленческих функций в систему контроллинга отражены в трудах ведущих зарубежных ученых А. Гайвелера, А. Дайле, К. Друри, Э. Майера, Р. Манна, Ф. Митчелла, Г. Пича, Э. Шерма, Х. Эрмана, Д. Хана. Современные проблемы контроллинга нашли отражение в работах Г. Ормана, Т. Скоуна, Д. Шнейдера, И. Сьюрца, В. Ньюмана, А. Беккера, Х.-Ю. Кюппера, Ю. Вебера, П. Хорвата и др. Среди российских авторов наибольшую известность получили публикации Н. Г. Данилочкиной, А. М. Карминского, Н. И. Оленева, А. Г. Примака, М. Л. Слуцкина.

Цель статьи – на основе изучения существующих проблем управления информационными потоками указать на перспективность использования контроллинга в системе принятия оперативных и стратегических управленческих решений.

Несмотря на то, что исследованию контроллинга в последнее время уделяется большое внимание, данная проблема по-прежнему остается актуальной и недостаточно изученной. До сих пор дискуссионными остаются вопросы, связанные с определением понятия "контроллинг", что в определенной мере затрудняет понимание его сущности и значимости для экономистов и руководителей. Например, Д. Хан определяет контроллинг как систему интегрированного информационного обеспечения планирования и контроля деятельности предприятия. Ю. Вебер указывает, контроллинг представляет собой элемент управления социальной системой, выполняя свою главную функцию поддержки руководства в процессе решения им общей задачи координации системы управления с упором, прежде всего на задачи планирования, контроля и информирования [1, с. 225]. Российские экономисты (С. В. Данилочкин, Т. А. Головина, Р. Е. Исакова, Л. В. Попова) предлагают следующее определение: контроллинг – это функционально обособленное направление экономической работы на предприятии, связанное с реализацией финансово-экономической комментирующей функции в менеджменте для принятия оперативных и стратегических управленческих решений.

По мнению автора, точно определить сущность контроллинга можно, исходя от его главной задачи, которая заключается в обеспечении руководства точной, полной и своевременной информацией о состоянии предприятия, осуществлении прогнозов на будущее и подготовке вариантов развития ситуации при проведении корректирующих действий.



Эффективные управленческие решения могут быть приняты только при условии оперирования точными, достоверными и актуальными данными. В свою очередь, среди типичных недостатков системы информационных потоков отечественных предприятий следует назвать следующие: дублирование предоставляемой информации; отсутствие необходимой информации; неоднозначное распределение ответственности за конкретную работу; несвоевременность предоставления информации; потеря целостности информации при ее передаче, что вызывает необходимость уточнения информации после ее получения.

Как следствие указанных недостатков, среди отечественных предприятий уже стали традиционными следующие проблемы учета и управления [2, с. 271 – 286]:

- низкая платежная дисциплина структурных подразделений;
- неконтролируемая дебиторская задолженность;
- слабое управление затратами: отсутствие четкого понимания структуры затрат и их целесообразности;
- неверное определение прибыльности филиалов и видов бизнеса;
- нехватка оборотных средств.

Данные проблемы и являются предметом контроллинга, который можно представить как набор методик, направленных на совершенствование учетной политики и управленческой практики предприятий [3, с. 86].

Но следует отметить, что внедрение контроллинга включает требования и к внутренней организации взаимодействия сотрудников предприятия. В данном аспекте важной задачей службы контроллинга становится совершенствование системы информационных потоков, изменение алгоритмов прохождения документов, автоматизация передачи информации. Система информационных потоков контроллинга должна органично встраиваться в общую систему информационных потоков предприятия. В связи с этим необходим анализ функционирования существующей на предприятии системы информационных потоков на наличие "узких мест". Внедрение системы контроллинга содействует перестройке и оптимизации системы информационных потоков, а также совершенствованию всего документооборота предприятия [4, с. 85 – 88].

Улучшение системы информационных потоков к повышению оперативности и точности как составления, так и контроля исполнения планов. Кроме того, в условиях наличия полной информации возможно составление более точных прогнозов, учитывающих множество факторов, а процессы прогнозирования сделать более быстрыми и эффективными. Реализовать это можно при помощи специального программного обеспечения. Точнее, это будет уже не просто планирование, а экономическое моделирование. В программных продуктах прописывается математическая модель предприятия, учитывающая, при необходимости, не только внутренние, но и внешние факторы. Самостоятельно, без программного обеспечения, такое моделирование является нецелесообразным, так как требует больших затрат рабочего времени квалифицированных специалистов. А при помощи программ годовой бюджет предприятия может быть составлен за считанные минуты. Варьируя значения управляемых переменных (степень обеспечения различными видами сырья, уровень загрузки оборудования, объемы запасов готовой продукции и т. д.), в результате моделирования можно получить различные значения выходных переменных – плановых показателей. Полученные результаты моделирования позволяют определить значения управляемых величин, которым соответствуют лучшие показатели плана, который является вполне реальным и реализуемым при условии адекватности математической модели. Также важным является определение управляемых переменных, то есть таких переменных, изменение значений которых не зависит от управляющего субъекта (в данном случае это руководство компании). Так, при планировании прибыли следует иметь в виду, что рыночная цена готовой продукции, как правило, не зависит от производителя и является управляемой переменной. Рыночная цена может сильно колебаться, и пренебрежение этой управляемой переменной может привести к ошибочным управленческим решениям.

Нахождение значений управляемых величин, обеспечивающих лучшие показатели плана, также можно автоматизировать, если указанные показатели формализовать в виде критерия оптимизации (или целевой функции) и воспользоваться соответствующими методами оптимизации. Под целью обычно подразумевают желание максимизировать прибыль, минимизировать расходы, повысить уровень обслуживания и т. д. При этом следует понимать, что при решении одной и той же проблемы могут возникать прямо противоположные цели. Например, в промышленном предприятии производственный отдел и отдел сбыта имеют общую цель – максимизация прибыли предприятия. Но отдел сбыта стремится увеличить уровень складских запасов, чтобы удовлетворить спрос в случае его резкого повышения, а производственный отдел, наоборот, – снизить уровень запасов продукции, так как затраты на хранение прямо пропорциональны объемам запасов. В данном случае необходимо принятие компромиссного решения, которое в максимальной степени соответствует интересам всего предприятия. Именно применение математического моделирования позволяет получить такое решение с минимальными временными и трудовыми затратами.

Таким образом, при планировании с использованием математического моделирования все величины получены расчетным путем, а не "ориентировочно", как это часто делается на многих предприятиях. Полученные результаты привязаны к экономике предприятия и внешним факторам, так что вероятность их правильности и достоверности довольно высока, следовательно, на их базе можно принимать эффективные управленческие решения.

Итак, внедрение контроллинга позволяет обеспечить руководство полной, достоверной и своевременной информацией, а применение математического моделирования – вовремя опреде-

лять и предпринимать наиболее целесообразные управленческие решения. Следовательно, такое предприятие способно в относительно короткие сроки адаптироваться к условиям рынка, а также рациональнее других использовать свои возможности.

Литература: 1. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет / Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 783 с. 2. Роль контроллинга в совершенствовании корпоративного управления // Собственность, корпоративное управление и инвестиции. – Сыктывкар: Сыктывкарский филиал ОУ ВПО ЦС РФ "МУПК", 2005. – С. 271 – 286. 3. Расторгуев А. Г. Эволюция концептуального подхода к контроллингу и роль контроллинга в управлении предприятиями малого и среднего бизнеса // Российское предпринимательство. – 2007. – №1. – С. 84 – 87. 4. Торозян С. А. Повышение конкурентоспособности промышленных предприятий на основе развития контроллинга // Справочник экономиста. – 2007. – №8 (50). – С. 85 – 88.

УДК 658.7:661.2

Ткачёва А. В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Практически любая логистическая система решает задачи материально-технического снабжения, складирования и хранения, управления запасами ресурсов и конечной готовой продукции, производимой предприятиями. При этом проблема определения оптимальных объемов запасов конкретных видов продукции, учитывающих влияние фактора спроса на нее, является одной из наиболее сложных при планировании и развитии логистических систем, поскольку требует учета значительного количества факторов, влияющих на процесс товародвижения продукции [1; 2].

По данным проведенных исследований в настоящее время на логистические издержки приходится существенная часть объема ВВП. Доля совокупных логистических издержек в ВВП различных стран колеблется в широких пределах – от 10 до 25%. Управление запасами и транспортировка являются ключевыми логистическими функциями, на долю которых приходится от 80 до 95% общих логистических издержек, при этом между двумя указанными функциями логистические издержки делятся примерно поровну. Главная причина высоких логистических затрат – медленное развитие инфраструктуры, отставание в применении современных технологий транспортировки, хранения и упаковки товаров и т. д. Что касается запасов и методов управления ими, то здесь сложилась парадоксальная ситуация. С одной стороны, этой проблеме посвящено множество работ, в каждом учебнике или учебном пособии есть отдельные разделы по управлению запасами. С другой стороны, большинство отечественных предприятий, если судить по публикациям и различным опросам, практически не используют аналитические методы управления запасами, ориентируясь, главным образом, на статистические методы, основанные на обработке складской и бухгалтерской отчетности, дополняя ее собственными разработками в виде норм, стандартов и правил.

В связи с этим проблема совершенствования методологии управления запасами, направленной на снижение логистических издержек и повышение эффективности функционирования логистических систем, является актуальным и одним из приоритетных направлений развития современной экономической науки.

Существенный вклад в формирование и развитие общей теории и методологии логистики и логистического управления внесли следующие отечественные и зарубежные ученые А. У. Альбеков, Б. А. Аникин, Д. Дж. Бауэрсокс, В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, Д. Дж. Клосс, М. Кристофер, В. С. Лукинский, Л. Б. Миротин, Ю. М. Неруш, О. А. Новиков, В. И. Сергеев, А. А. Смехов, В. Н. Стаханов, С. А. Уваров, Д. Уотерс, Дж. Ф. Шапиро, В. В. Щербаков, Ю. В. Пономарева, В. Е. Николайчук, В. Г. Кузнецов и др.

Различные прикладные аспекты логистики и теории управления запасами рассмотрены в работах В. И. Бережного, Е. В. Бережной, Е. В. Будриной, М. П. Гордона, Е. А. Королевой, О. Б. Маликова, А. Л. Носова, Т. А. Родкиной, В. И. Степанова, Л. С. Федорова, Л. В. Фроловой, Л. В. Бабановой.

Однако, несмотря на достигнутые результаты, ряд теоретических и методических проблем связанных, в частности, с развитием и совершенствованием моделей и методов управления запасами в логистических системах требуют проведения дальнейших исследований.

Цель статьи – формирование модели управления запасами, позволяющей минимизировать общие логистические издержки, с учетом системы скидок, латентных затрат, взаимосвязей между элементами логистических затрат, а также различного рода нелинейностей и ограничений, отражающих реальные процессы управления запасами в логистических системах.



Наиболее распространенной моделью управления материальными запасами является модель оптимального или экономичного размера заказа EOQ (economic order quantity). Известно, что при формировании модели расчета EOQ в качестве критерия оптимизации принимается минимум суммарных затрат C_{Σ} , включающих затраты на выполнение заказов C_3 и затраты на хранение запаса на складе C_x в течении определенного периода времени [3; 4]:

$$C_{\Sigma} = C_3 + C_x = \frac{C_0 A}{S} + \frac{S}{2} C_n f \rightarrow \min, \quad (1)$$

где C_0 – затраты на выполнение одного заказа;
 A – потребность в заказываемом продукте в течение рассматриваемого периода;
 C_n – цена единицы продукции;
 f – доля от цены C_n , приходящаяся на затраты по хранению;
 S – искомая величина заказа [1].

Соответственно оптимальная величина заказа S_o , количество заказов N , периодичность заказов T и минимальные суммарные затраты $C_{\Sigma \min}$ определяются по известным формулам, например, формулам Харриса – Уилсона для оптимальной партии заказа (EOQ):

$$S_o = \sqrt{\frac{2AC_0}{C_n f}}, \quad (2)$$

минимальные суммарные затраты:

$$C_{\Sigma \min} = \sqrt{2AC_0 C_n f}. \quad (3)$$

Проведенные исследования показали, что допущения, принятые при выводе формулы EOQ, требуют уточнения, в первую очередь, затраты на хранение. Так, практика аренды складских помещений говорит о том, что учитывается не средний размер партии $S/2$, а площадь (или объем) склада, которая требуется для всей поступившей партии:

$$C_x = \alpha k \theta S, \quad (4)$$

где α – затраты на хранение продукции в единицу времени с учетом занимаемой площади (объема) склада;
 k – коэффициент, учитывающий пространственные габариты единицы продукции;
 θ – коэффициент, учитывающий неодновременность поступления различных видов продукции на склад, $0 < \theta \leq 1$.

Коэффициент θ отражает преимущества современных технологий грузопереработки продукции на складах: по мере освобождения стеллажей (или ячеек) на них размещаются вновь поступающие партии продукции, не дожидаясь момента окончания расхода предыдущей партии. В результате повышается наполняемость склада, что приводит к снижению затрат на хранение.

При подстановке (4) в уравнение суммарных затрат и выполнении стандартных процедур оптимизации, находим величину EOQ:

$$S_o = \sqrt{AC_0 / \alpha k \theta}. \quad (5)$$

Анализ полученных зависимостей показал, что в общем случае целесообразно представить затраты на хранение в виде двух составляющих:

$$C_{\Sigma} = \frac{C_0 A}{S} + \Delta \frac{S C_n f}{2} + (1 - \Delta) \alpha k \theta S. \quad (6)$$

Дифференцированный учет затрат на хранение позволяет: во-первых, формула (6) включает оба ранее рассмотренных подхода: при $\Delta = 1$ приходим к формуле Харриса – Уилсона (2); при $\Delta = 0$ – к формуле (5); во-вторых, скидки на цену товара в зависимости от размера партии учитываются в первой составляющей затрат на хранение C_{x1} , то есть $C_n = \varphi(l, S)$; в-третьих, при учете не мгновенной разгрузки, то есть постепенном пополнении (производственного) запаса, когда одновременно происходит перемещение продукции на склад и ее отпуск, фактически требуемая площадь (объем) склада меньше, чем поставляемая партия. Это означает, что в формуле (6) при расчете второй составляющей затрат на хранение C_{x2} учитывается величина S^* , меньшая оптимального размера партии поставки S_o (соответствующей мгновенной разгрузке).

Формула (6) для удобства расчетов может быть представлена в виде:



$$C_{\Sigma \min} = \frac{AC_o}{S} + \beta C_n f S, \quad (7)$$

где $\beta = \left(\frac{\Delta}{2} + \frac{(1-\Delta)\alpha k \theta}{C_n f} \right)$.

В этом случае расчет основных показателей S_o и $C_{\Sigma \min}$ производится по формулам, аналогичным (2) и (3) [5]. Расчет EOQ на основе аддитивной модели путем минимизации следующей функции затрат:

$$C_{\Sigma} = C_n + C_s + C_x + C_d, \quad (8)$$

где C_n, C_s, C_x – затраты, соответственно на приобретение продукции, оформление и выполнение заказа, хранение;

C_o – издержки, связанные с дефицитом продукции, по результатам исследований требует дальнейшего усовершенствования и доработки в следующих направлениях.

Во-первых, включение в модель (8) еще одного вида затрат – "скрытых" или "латентных". Это те виды затрат, которые реально существуют, но не учитываются в расчетной модели, например, затраты на хранение продукции в контейнерах, кузовах автомобилей или вагонах при разгрузке транспортных средств, прибывающих на склад, или затраты на содержание склада, когда наблюдается ситуация дефицита продукции и т. п.

Во-вторых, в модели (8) не отражена взаимосвязь и взаимовлияние между элементами затрат. О необходимости установления такой взаимосвязи говорится во многих работах зарубежных авторов (R. N. Ballou – "треугольник логистического планирования", Дж. Р. Стока и Д. М. Ламберта – шестиугольник, отражающий "влияния различных видов логистической деятельности на общие логистические издержки") [3, с. 45].

К основным компонентам, которые отражают связь и взаимовлияние между элементами модели, следует отнести: связь между текущим и страховым запасами при выборе стратегии управления запасами; связь между страховым запасом и дефицитом; особенности учета модифицированных вариантов модели EOQ; влияние конфигурации (расположения) различного вида складов в многоуровневых системах, расположение зон хранения и переработки внутри складов и т. д. В-третьих, в аддитивной модели не представлены различные ограничения и нелинейности, которые имеют место при управлении запасами в логистических системах. В первую очередь необходимо учесть оптовые или дифференциальные скидки при осуществлении закупок, а также ограничения, связанные с весовыми, габаритными, стоимостными и другими параметрами. В-четвертых, помимо суммирования в общую зависимость должны быть включены: модель, основанная на преобразовании случайных величин, для учета взаимосвязи между текущим и страховым запасом при различных стратегиях управления запасами; вероятностная или аналитическая модель, отражающая связь между страховым запасом и дефицитом (состоянием дефицита); например, при выборе вероятности отсутствия дефицита соответственно изменяется величина страхового запаса, а с учетом стратегии управления запасами и величина текущего запаса, что, несомненно, отражается на общих затратах; неоднозначность учета модификаций модели EOQ при хранении; корректирующие зависимости, вытекающие из общего алгоритма выбора и построения транспортно-складской логистической сети. На основании вышеизложенного модель (8) может быть представлена в виде:

$$C_{\Sigma} = C_n \varphi(l_i, S) + \frac{AC_o(C_i, Q, T_n, M)}{S} + C_n f S \varphi(l_i, S) \xi_1 + S \psi(\alpha, k_i, \theta) \xi_2 + C_c \eta(t_\beta, \sigma_D, \bar{D}, S) + C_d F(x_p, \sigma_D, \bar{D}, S), \quad (9)$$

где C_n – цена единицы продукции (без скидок);

S – искомая величина заказа;

$\varphi(l_i, S)$ – функция, отражающая изменение цены C_n в зависимости от размера партии заказа;

A – потребность в товарно-материальных ценностях в течение определенного периода;

$C_o(C_i, Q, T_n, M)$ – общие затраты на организацию и выполнение заказа (транспортировку), отражающие переработку на складе (C_i), грузоподъемность (грузовместимость) Q транспортного средства и его режимы работы T_n , а также, в некоторых случаях, конфигурацию транспортной сети, включающую M пунктов погрузки-разгрузки;

ξ_1 – коэффициент, отражающий учет модификации EOQ, например, среднюю величину заказа S_o ;

$\psi(\alpha, k_i, \theta)$ – зависимость, отражающая затраты на хранение (при аренде склада);

ξ_2 – коэффициент, отражающий максимальную величину заказа для модификаций EOQ;

C_c – затраты на хранение единицы продукции страхового запаса (возможно $C_c = C_n f \varphi(l_i, S)$);

$\eta(t_\beta, \sigma_D, \bar{D}, S)$ – функция, отражающая вероятностные характеристики наличия страхового запаса на складе;

C_d – издержки, связанные с дефицитом единицы продукции;



$F(x_p, \sigma_D, \bar{D}, S)$ – функція, що відображає ймовірнісні характеристики наявності дефіциту, що підтримується N обмежень виду:

$$S_o \lambda_j \leq F_j, \quad j = 1, 2, \dots, N, \quad (10)$$

де S_o – оптимальна величина замовлення (поставки);

λ_j – показник, що характеризує j -е властивість продукції (масу, об'єм, ціна тощо);

F_j – обмеження, пов'язані з j -м властивістю продукції [3, с. 112].

Таким чином, розроблена модель для розрахунку оптимальних партій замовлення (поставок), в першу чергу, базується на концепції загальних логістичних витрат (TLC), в другу чергу, враховує максимальну кількість зв'язків між різними видами логістичної діяльності (відомі та досліджені в даний час), в третью чергу, включає основні обмеження та модифікації моделі EOQ, в четверту чергу, найбільш повно відображає реальні процеси управління запасами в логістичних системах (в межах моделі EOQ). Перспективами подальших досліджень в даній області є розробка алгоритму формування системи управління запасами на основі аналізу ABC та XYZ, комбінованої методики оцінки показників запасів, вибору моделі та стратегії управління за критерієм мінімуму TLC.

Література: 1. Логістика / Під ред. Б. А. Анікіна. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 368 с. 2. Гаджинський А. М. Логістика. – М.: Изд.-книготорговий центр "Маркетинг", 2002. – 408 с. 3. Лукинський В. В. Актуальні проблеми формування теорії управління запасами: Монографія. – СПб.: СПбГІУ, 2008. – 201 с. 4. Майкл Р. Ліндерс. Управління снабженням та запасами. Логістика / Ліндерс Р. Майкл, Фірон Е. Харольд; [Пер. з англ. – СПб.: Вікторія плюс, 2002. – 768 с. 5. Лукинський В. В. О розвитку концепції управління запасами в ланках поставок // Логістика. – 2007. – №4 (41). – С. 17 – 18.

Туріянська М. М.

УДК 330 (075,8)

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Зростаюче використання нових знань у ході розвитку інноваційних процесів є основою конкурентоспроможності підприємств і загальною тенденцією зростання національної економіки країн. Темп інноваційних процесів істотно залежить від вирішення методологічних, організаційних і економічних проблем у діяльності підприємств, що визначає напрямки їх розвитку на тривалу перспективу.

За сучасних умов ринкової конкуренції і постійної зміни стратегії і тактики інноваційної діяльності необхідні специфічні механізми швидкої зміни форм, процедур і технологій управління, забезпечення ефективного проходження всього інноваційного циклу, що складається з окремих бізнес-процесів. У цих процесах реінжиніринг є новим інструментом менеджменту, що використовується для таких масштабних змін у управлінні процесами, які не можуть забезпечити методи удосконалення.

Аналіз наукових джерел щодо проблеми, яка досліджується, показав, що реінжиніринг трактується як:

ефективний засіб вирішення проблем банків [1, с. 40 – 44];

шлях до реорганізації компаній [2, с. 85 – 97];

підвищення ефективності роботи підприємства [3, с. 82 – 86];

шлях до інформатизації управління на підприємствах в Україні [4, с. 118 – 130];

метод управління бізнесом [5, с. 100 – 104].

Різна трактовка економічного змісту реінжинірингу потребує подальшого удосконалення методологічного апарату цієї категорії.

Метою статті є теоретичне обґрунтування сучасної концепції реінжинірингу як пошуку нових моделей організації роботи підприємств.

Методичним напрямом, що вивчає питання процесної організації систем і генерує рішення їх побудови, є реінжиніринг, об'єктом вивчення якого є інтегровані процеси, що відбуваються в організації.

Трактування організації як процесу передбачає діяльність, спрямовану на встановлення і забезпечення доцільних зв'язків між елементами системи, що обумовлюють її нормальне функціонування.

© Туріянська М. М., 2008



М. Хаммер, автор терміна "реінжиніринг", розглядав появу Business Process Reengineering (BPR) як революцію у бізнесі, що змінює базові принципи побудови підприємств, перетворюючи створення бізнесу на інженерну діяльність [6].

Джерела концепції реінжинірингу ведуть до теорій управління, розроблених ще в XIX столітті. У 80-х роках XIX століття Ф. Тейлор запропонував менеджерам використати методи процесного реінжинірингу – здійснення діяльності відповідно до поставлених завдань шляхом отримання оптимальної переваги з усіх доступних ресурсів [7, с. 113].

Сучасна концепція реінжинірингу має передбачати переусвідомлення і трансформацію бізнесу організації для більш тісної координації діяльності її функціональних частин і підвищення їх гнучкості.

Реінжиніринг має відмінності, які і розглянемо:

1) незважаючи на серйозну роль, яку відіграють інформаційні технології в бізнес-реінжинірингу, має бути зрозумілим, що реінжиніринг – це не теж саме, що автоматизація. Автоматизація існуючих процесів за допомогою інформаційних технологій просто забезпечує більш ефективні способи виконання раціональних операцій;

2) реінжиніринг – це не реструктуризація або зниження розмірів організації. Це лише терміни, що характеризують скорочення виробничих потужностей в умовах зниження попиту. Але зменшення розмірів і реструктуризація означає лише менший випуск із застосуванням менших потужностей. Реінжиніринг, навпаки, означає більший випуск при використанні менших потужностей;

3) реінжиніринг – це не теж саме, що реорганізація, скорочення кількості рівнів управління або перехід на горизонтальні принципи управління, хоча реінжиніринг може створити більш спрощену організацію. Проблеми, з якими стикаються підприємства, пов'язані не з організаційними структурами, а зі структурою процесу. Реінжиніринг – це реорганізація структури бізнес-процесу;

4) реінжиніринг – це не те ж саме, що поліпшення якості, комплексне управління якістю або будь-який інший вияв сучасного руху за якість. Програми підвищення якості і реінжиніринг мають ряд загальних характеристик: вони визнають важливість процесів, починають з потреб клієнтів і виходять з них. Однак ці дві програми також мають фундаментальні відмінності. Програми підвищення якості діють в межах існуючих процесів підприємства і їх метою є виконання попередньої роботи. Ці програми передбачають постійне поліпшення результатів управлінських процесів. Реінжиніринг прагне до проривів не шляхом поліпшення існуючих процесів, а шляхом відмови від них і заміни їх новими.

Реінжиніринг – це початок будь-якого процесу наново. Сутність реінжинірингу полягає у відмові від звичних методів і принципів роботи. Реінжиніринг – це винахід якісно нового підходу до структури процесу. Реінжиніринг є пошуком нових моделей організації роботи.

Згідно з теорією М. Хаммера і Дж. Чампі, реінжиніринг процесу управління – фундаментальне переусвідомлення і радикальна реконструкція з метою поліпшення критично важливих в сучасних умовах критеріїв продуктивності [6, с. 35]. Проаналізуємо його шляхом детального тлумачення основних понять.

"Фундаментальний" – мають бути отримані відповіді на ключові питання про діяльність підприємства: "Чому необхідно робити те, що підприємство робить в даний момент?" і "Чому необхідно робити це тим способом, який використовує вищий менеджмент підприємства?"

"Радикальний" означає докорінну перебудову навіть можливим відкиданням існуючих структур, процедур і втілення нових способів виконання робіт.

"Процеси" – це поняття найважливіше у визначенні реінжинірингу, воно найбільш важко розуміється керівниками підприємств. Велика частина менеджерів не є "процесоорієнтованими"; вони сфокусовані на завданнях, роботах, людях, структурах, але ніяк не на процесах. М. Хаммер і Дж. Чампі визначають бізнес-процес як "сукупність видів діяльності, яка має один або декілька видів вхідних потоків і створює вихід, цінний для клієнта" [6, с. 130].

Реінжиніринг доцільно застосовувати тільки тоді, коли необхідні радикальні зміни.

Таким чином, реінжиніринг є одним з революційних способів організаційної перебудови бізнес-процесів, в тому числі і процесу організації управління підприємства, а перехід від функціонально-структурної до процесно-рольової моделі найбільш ефективний саме у вигляді реінжинірингу.

Тепер необхідно зупинитися на технологічних, організаційних і економічних аспектах реінжинірингу. З точки зору технології даний процес означає:

- 1) більш ефективне використання наявних матеріальних ресурсів фірми;
- 2) можливість застосування більш досконалих засобів виробництва.

Однак йдеться не про революційну зміну в продуктивних силах, хоча реінжиніринг може супроводжуватися і такими змінами. Отже, всі революційні зміни реінжинірингу потрібно пов'язувати не з технологічною, а з організаційною стороною досліджуваної проблеми.

Сутність – в організації, в композиції елементів і зв'язків, зміні самої структури фірми. Тут мова йде про перехід від технологічних структурних одиниць до економічних на основі бізнес-процесів. Трансформація самої фірми веде до зміни і способу впорядкування її складових одиниць, а саме: здійснюється перехід від ієрархізованої бюрократичної організації до плоских, горизонтальних, мережних та інших структур, в яких закладені й інші принципи узгодження і поєднання частин (елементів) в єдине ціле (комплекс).

Саме такі зміни і зумовлюють кардинальний, радикальний характер змін в компанії і стрибок у загальній ефективності функціонування.

Механізм реінжинірингових перетворень передбачає спочатку поділ єдиної діяльності фірми як економічного суб'єкта на певні частини (бізнес-процеси), а потім поєднання їх у нове ціле, яке і забезпечує докорінне поліпшення ситуації.



Під час реінжинірингової перебудови відбуваються такі зміни:

- декілька робіт об'єднуються в одну;
- рішення приймають самі працівники;
- зберігаються природний порядок і етапність процесу;
- процеси можуть мати безліч варіантів;
- робота виконується там, де її можна зробити найбільш ефективно;
- скорочується обсяг перевірок і контролю;
- мінімізується необхідність узгоджень;
- ситуаційний менеджер здійснює єдиний контакт із зовнішнім середовищем;
- переважають змішані централізовані/децентралізовані операції.

Усі перераховані зміни призводять до принципових перебудов у роботі підприємства, оскільки йдеться про відмову від попередньої концепції менеджменту, яка дозволяла успішно функціонувати компаніям багато десятиліть. Заперечуються принцип розподілу праці та бюрократична організація з її вертикальною ієрархією і структурно-функціональною моделлю компанії.

Суб'єктами реінжинірингу є передусім процесні команди, а також конкретні особи або група осіб в компанії, які службово можуть бути пов'язаними зі структурними перебудовами у фірмі. Унаслідок цього виділяють, окрім власної процесної команди, лідера реінжинірингу, керівний комітет реінжинірингу і його керівника.

Лідер реінжинірингу – один з вищих керівників компанії, що мотивує в цілому реінжиніринговий захід і санкціонує його.

Керівник процесу – менеджер, який несе відповідальність за поточний процес і заходи з його реінжинірингу.

Реінжинірингова команда (процесна команда) – група осіб, відповідальна за реінжиніринг конкретного процесу, яка діагностує існуючий процес і контролює його перепроєктування і освоєння наново.

Керівний комітет – група старших менеджерів, що визначає політику, розробляє загально-організаційну стратегію реінжинірингу і відстежує її реалізацію.

Керівник реінжинірингу – особа, відповідальна за розробку методів та інструментів реінжинірингу всередині компанії і за забезпечення синергізму її різних реінжинірингових проектів.

Лідер призначає керівника процесу, який створює реінжинірингову команду для проведення реінжинірингу при підтримці з боку керівника і керівного комітету.

Зміни в стратегії, виробничих процесах, структурі та культурі організації можуть здійснюватися поступово, у вигляді невеликих кроків, або радикально, у вигляді великих стрибків, що приводить до еволюційної і революційної моделі змін. Революційні зміни можна уявити в рамках реінжинірингу господарської діяльності.

Нові процеси, які виникають в результаті реінжинірингу, зазвичай мають характерні властивості. До них належать реінтеграція, або горизонтальне стиснення структури управління (декілька операцій об'єднуються в одну), вертикальне стиснення структури управління (виконавці, яким делегована частина владних повноважень, ухвалюють самостійні рішення), поєднання або розпаралелювання частини послідовних робіт, зменшення перевірок і керуючих впливів, мінімізація узгоджень, переважання змішаного централізованого-децентралізованого підходу.

У результаті реінжинірингу відбувається перехід від функціональних підрозділів до автономних міждисциплінарних робочих груп, а сама діяльність стає багатоплановою, потребуючи від персоналу ініціативи і здатності ухвалювати самостійні рішення. Скорочується робота, що виконується рядовими менеджерами, змінюється її характер (від контролюючої до тренерської), і, як наслідок, зменшується кількість менеджерів, а структура підприємства стає більш "пласкою". Тепер різні працівники організації розглядаються не як гвинтики деякого механізму, а як вузли мережі, що уособлюють цілі системи і розвивають інтелектуальні взаємодії з іншими вузлами мережі.

В організації, що проводить реінжиніринг своїх бізнес-процесів, відбуваються такі зміни: змінюються трудові завдання, так само як і працівники, здатні їх виконати, стосунки між цими працівниками і менеджерами, плани особистого розвитку цих людей, способи, за допомогою яких їх праця оцінюється і оплачується, ролі менеджерів.

Зв'язки між ключовими елементами, системною структурою організації відіграють ключову роль. Процеси як головний елемент багатогранної моделі системи внутрішньофірмового управління визначають трудові завдання і структуру організації. Способи здійснення роботи визначають природу трудових завдань і те, як їх виконавці згруповані та організовані. Фрагментовані процеси, характерні для традиційних компаній, обумовлюють вузьку спеціалізацію трудових завдань і організацій, заснованих на функціональних відділах. Інтегровані процеси породжують багатовимірні трудові завдання, виконання яких найліпше може бути зорганізовано через процесні команди.

У цих умовах особливої актуальності набуває ротація персоналу.

Працівники, що виконують багатовимірні трудові завдання і зорганізовані в команди, повинні найматися, оцінюватися, а їх робота оплачуватися за допомогою належних управлінських систем. Інакше кажучи, трудові завдання і структури, що самі визначаються характером процесів, в свою чергу, ведуть до третього елемента багатогранної моделі – типу управлінських систем підприємства.

Системи управління, тобто те, які зусилля персоналу оплачуються, за якими критеріями оцінюються результати їх роботи тощо, є головними чинниками, що визначають цінності і переконання працівників. Вони і складають четвертий елемент багатогранної моделі.

Таким чином, зміни, що ініціюються реінжинірингом, обов'язково змінюють ключові елементи системної структури організації, оскільки всі елементи її функціонування – люди, трудові завдання,



менеджери і цінності – пов'язані один з одним, їх також можна назвати чотирма елементами багатогранної моделі системи внутрішньофірмового управління. Головний елемент даної моделі – бізнес-процеси підприємства, тобто спосіб, яким здійснюється робота; другий елемент – це її трудові завдання і організаційні структури; третій елемент-системи управління і оцінки результатів; четвертий – організаційна культура, тобто цінності і переконання персоналу. Реінжиніринг розуміється як процес заміни багатогранної моделі управління підприємством, що зазнала серйозних змін.

Література: 1. Тютюнник А. В. Реинжиниринг как эффективное средство решения проблем банков // Деньги и кредит. – 2000. – № 8. – С. 40 – 44. 2. Мелишина Г. А. Реинжиниринг – путь к реорганизации компаний / Г. А. Мелишина, Б. Н. Аристов // ЭКО. – 2001. – № 1. – С. 85 – 97. 3. Реинжиниринг: повышение эффективности работы предприятия // Персонал. — 2002. – № 3. – С. 82 – 86. 4. Яковенко С. І. Реінжиніринг бізнес-процесів шляхом інформатизації управління на підприємствах України // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 9. – С. 118 – 130. 5. Фирсов М. Реинжиниринг процессов как метод управления бизнесом // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – №2. – С. 100 – 104. 6. Файоль А. Управление – это наука и искусство / А. Файоль, Г. Эммерсон, Ф. Тейлор, Г. Форд. – М.: Республика, 2005. – 450 с. 7. Hammer M. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution / M. Hammer, J. Champy. – New York: Harper Collins, 1993. – 450 p.

УДК 330.341.1:005.2

Хохлов Н. П.

РЕИНЖИНИРИНГ КАК ИННОВАЦИОННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Практическое освоение инновационной модели развития экономики требует, в первую очередь, внедрения современных инновационных методов управления предприятиями. Они должны соответствовать быстро изменяющимся внешним социально-экономическим условиям и технологическим укладам производства, что вызывает потребность в динамичном развитии факторов внутренней среды предприятий для гибкого приспособления к жестким требованиям конкурентного экономического порядка. Наука и практика управления не стояли на месте, они эволюционировали в ответ на изменения в общественных условиях производства, особенно на стадии индустриального общества, а в настоящее время – становления постиндустриальной экономики. К сравнительно новым направлениям развития науки управления, отвечающим современным требованиям практики, следует отнести реинжиниринг.

Исследованию проблем инноваций в менеджменте, эволюции методологических подходов и методов управления на предприятиях, относительно новых методов, к которым следует причислить реинжиниринг, посвящены работы многих крупных ученых. К ним относятся П. Ф. Друкер, Э. Деминг, М. Хаммер, Дж. Чампи, Т. Девенпорт, М. Робсон, Ф. Уллах, Е. Зингер, Н. Абдикеев, С. Ильдеменов, С. Никаноров и др.

Однако многие содержательные аспекты реинжиниринга требуют дальнейшего исследования, углубления представлений об этом направлении движения науки управления. Реинжиниринг до сих пор рассматривается, главным образом, в аспекте его практического применения посредством реинжиниринга бизнес-процессов (РБП), установления задач, которые следует решать с его помощью, разработки механизма реализации его на практике, в том числе – математического аппарата. Не выяснены в достаточной мере объективные причины возникновения этого направления в науке и особенно в практике управления, его современное место среди других направлений, таких, как логистика, контролинг и др. Это в известной степени обуславливает скромное место, которое занимает реинжиниринг в учебных планах экономических высших учебных заведений. Цель статьи состоит в освещении невыясненных вопросов относительно генезиса реинжиниринга как феномена управленческой деятельности в условиях развитой рыночной экономики; уточнении содержания этой категории; определении взаимосвязи реинжиниринга с другими современными подходами к управлению предприятиями.

В основе генезиса современных форм управления на промышленных предприятиях лежат труды Фредерика Тейлора, Генри Гантта, апробированные на практике идеи Генри Форда, других исследователей, положивших начало теории и практике промышленной инженерии (Industrial Engineering). С именем Ф. Тейлора связано также использование понятия менеджмента. Стержень промышленного инжиниринга – научное управление и организация производства. Эти и последовавшие затем разработки американских ученых в области управления и организации производства оказали глубокое воздействие на постановку и решение этой проблемы во всем мире. Следует отметить, что даже в СССР в первые годы становления экономики страны в 1922 – 1927 годы была издана серия книг "Как надо работать", в содержании которых – труды названных выше авторов,

© Хохлов Н. П., 2008



которые относили к классическим. Несомненно, их идеи послужили базисом для внутрипроизводственной организации производства на предприятиях, несмотря на противоположность общественного устройства стран. В странах западного мира теория промышленного инжиниринга нашла широкое беспрепятственное распространение. "Менеджмент, который поначалу представлял собой исключительно американское явление, довольно быстро распространился по всем развитым странам некоммунистического мира" – отмечал П. Друкер [1, с. 27]. В предвоенные и первые послевоенные десятилетия теория промышленного инжиниринга вывела США в число мировых лидеров в области теории и практики управления производством.

Наиболее полное содержание понятия инжиниринг изложено в изданном в середине пятидесятых годов фундаментальном двухтомном совместном сочинении известных специалистов в области организации производства из США, Англии, Канады и Австралии "Industrial Engineering Handbook". В то время содержащиеся в книгах идеи послужили не только своеобразным катехизисом для организаторов промышленного производства, но и отображали определенную философию бизнеса. Двухтомник был переведен на многие языки, в том числе – на русский, и способствовал дальнейшему развитию науки и практики управления. "Инжиниринг, – отмечается в нем, – искусство и наука организации использования и соединения в процессе производства трудовых и материальных (оборудование и материалы) ресурсов с целью выпуска в установленные сроки продукции нужного качества при минимальных расходах производства" [2, с. 442]. Суть инжиниринга – в инженерном подходе к процессу производства, решении на этой основе ключевой экономической задачи каждого предприятия: изготовление при минимальных затратах необходимой потребителю и качественной продукции.

Однако в шестидесятые – семидесятые годы прошлого столетия в практике управления в США, наряду с развитием традиционно сложившихся методов управления бизнесом, наметилась неблагоприятная тенденция, которую профессора Гарвардского университета В. Абернети и Р. Хейес определили как "новую американскую управленческую ортодоксальность". Она выражается в ориентации на ближайшие финансовые выгоды, диверсификацию, слияния компаний, зачастую недружественные, различные псевдоинвестиционные операции по сути – спекулятивные. Все это – в ущерб производству, развитию его технико-технологической базы. Акцент делался на то, что "Business week" назвал "бумажным управлением", — перетасовкой финансов вместо изучения "как машины функционируют и почему" [Цит. по: 3, с. 41]. Этот неблагоприятный сдвиг в практике управления отметил П. Друкер: "В основе такого подхода лежит представление о том, что единственная функция предприятия сводится к обеспечению максимально возможной немедленной прибыли" [1, с. 27]. Если менеджмент предприятия ориентирован исключительно на получение дохода, далее пишет он, то в жертву кратковременной прибыли приносится "долгосрочный потенциал предприятия и возможность наращивания его производственных мощностей" [1, с. 27]. Более яркую характеристику этому феномену дал видный американский экономист С. Мелман: "идеальным типом управляющего стал финансовый стратег – хитроумный и легкий на подъем делец, объединявший в конгломераты самые разные фирмы с целью максимизации краткосрочных возможностей извлечения прибылей, допускаемых налоговыми законами, перемещением ценных бумаг, "выдаиванием" производственных фондов и прочими махинациями" [4, с. 40].

Это негативно повлияло на конкурентоспособность американских товаров в тот период. Япония, где философия инжиниринга не потеряла своей значимости, начала быстро опережать США по темпам экономического роста. Понятие реинжиниринга не случайно возникло в девяностых годах прошлого столетия в США. Это был ответ на потребность в переосмыслении и кардинальных изменениях методов менеджмента в соответствии с современными требованиями конкуренции, которая обострилась в результате ускоряющегося научно-технического прогресса, концентрации производства, его глобализации. Реинжиниринг (префикс ре- означает по смыслу "опять, еще раз") подразумевает возвращение к методам управления бизнесом в основе которых лежит инжиниринг, усиление внимания к производственной сфере деятельности предприятий. В то же время это не означает возвращения на несколько десятилетий назад к прошлым технологиям, методам организации и управления производством. Реинжиниринг — это существенное переосмысление и радикальное преобразование производственных процессов, организации, технологии, бизнес-планирование производства на основе внедрения современных достижений науки и техники с целью кардинального повышения экономических результатов хозяйственной деятельности предприятий, усиления конкурентоспособности их продукции на рынке.

Представляется поэтому необходимым рассматривать реинжиниринг в широком и узком содержании этого понятия. В широком смысле – это изменение самой философии ведения хозяйства, возвращение к инженерному мышлению, инженерному подходу к управлению производством на предприятиях при решении ключевых задач хозяйственной деятельности. В узком смысле – внедрение конкретных мероприятий по значительному повышению эффективности производства на предприятиях на основе современного научно-технического прогресса, методов организации производства, основанных на информационных технологиях. Реинжиниринг в этом смысле означает внедрение в практику управления реинжиниринга бизнес-процессов (РБП).

Реинжиниринг – это "фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование процессов бизнеса для достижения существенного улучшения таких ключевых для современного бизнеса показателей, как расходы, качество, уровень обслуживания и оперативность" [5, с. 59]. То есть этот термин содержит понятие коренных революционных изменений в организации бизнеса. Но следует вновь отметить, что корень таких превращений находится в предыдущей истории организации производства на предприятиях в процессе развития индустриальной экономи-

ки. Реинжиниринг – не случайное явление. Это результат эволюции научной мысли в области организации эффективного производства на предприятиях в условиях индустриального общества и перехода к обществу постиндустриальному.

Отличие реинжиниринга от своей основы – инжиниринга – состоит в процессном подходе к управлению хозяйственной деятельностью предприятия. Он отражает современную тенденцию – ослабление функционального и усиления процессного принципа управления. Э. Деминг выделял в качестве одного из принципов эффективного менеджмента: "Улучшайте каждый процесс!". М. Робсон, Ф. Уллах, М. Хаммер, Дж. Чампи [6; 7] способствовали дальнейшему развитию реинжиниринга в направлении реинжиниринга бизнес-процессов.

Система хозяйственного управления производственной деятельностью предприятием рассматривается как управление совокупностью процессов по поставке материалов и комплектующих изделий, обслуживанию оборудования, подготовки и переподготовки кадров, сбыту продукции и других, которые рассматриваются как бизнес-процессы.

Бизнес-процесс определяется как "поток работы, которая переходит от одного человека к другому, а для больших процессов – от одного отделения к другому" [7, с. 27]. Важной характеристикой бизнес-процессов, что отражает процессный принцип управления, является их нацеленность на результат. Это хорошо организованный комплекс взаимосвязанных действий, которые в совокупности дают необходимый результат.

Реинжиниринг "снимает", включает в свое содержание современные достижения науки и практики менеджмента, в частности методологии MRP (Material Requirements Planning), MRP II (Manufacturing Resource Planning), переходящими в ERP (Enterprise Resource Planning) и образующими систему MRP II/ ERP. Она охватывает управление всеми ресурсами предприятия как материальными, так и финансовыми, необходимыми для изготовления товаров, его транспортировки, реализации, денежных расчетов с поставщиками, прочими с использованием современных методов. М. Хаммер и Дж. Чампи отводят критически важную роль применению информационных технологий, без которой задачи РБП не могут быть выполнены. Роль эта возрастает. Отмечается, что "динамика рынка, глобальная конкуренция обострили требования к реконструкции производственных структур, вызвав к жизни подход РБП и его развитие вплоть до тотальной и постоянной бизнес-реконструкции в формах киберкорпораций" [5, с. 214].

Результаты исследования свидетельствуют о совместности реинжиниринга с такими актуальными направлениями менеджмента, как логистика и контролинг. Логистика предполагает управление производством на всех его стадиях как потоком технологически взаимосвязанных операций, и чем непрерывнее этот процесс, тем эффективнее производство. Это требует соблюдения определенных пропорций в развитии технической базы предприятий, кадрового потенциала, чтобы предмет труда без перерывов проходил по всем звеньям технологической цепочки. Логистика, таким образом, задает главный принцип движения – поточность, непрерывность производства. Реинжиниринг бизнес-процессов служит организационной основой реализации в производстве принципа, заданного логистикой. Однако этот процесс требует соответствующего информационного обеспечения, контроля и своевременной корректировки. Эти функции выполняются посредством контроллинга, в задачи которого входит информационное сопровождение, контроль и регулирование процессов. Совместное применение логистики, реинжиниринга и контроллинга позволяет добиться синергетического эффекта в процессе управления предприятием как целостной производственной операционной системой.

В процессе трансформации общественного уклада украинские предприятия все глубже погружаются в обстановку рыночного экономического порядка, его правил, суждений, психологии. В рыночной экономике существует представление, что из трех стадий движения ресурсов: покупка ресурсов, производство товаров, реализация продукции – важнейшей является третья, последняя стадия. Это не случайно. На первой стадии капитал выступает в денежной, то есть наиболее ликвидной форме, и на "рынке потребителя", каковой является развитая рыночная экономика, покупатель занимает привилегированное положение. На второй стадии ресурсы предприятия находятся в распоряжении предпринимателя (менеджера) и поэтому возможно их планомерное использование. На третьей стадии происходит самый мучительный акт реализации произведенного товара, то есть признания обществом полезности товара, правильности позиции, занятой предпринимателем в общественном разделении труда. Поэтому на первое место выходят маркетинговые проблемы. Производственная сфера уходит в тень, хотя за ней, по сути, ведущая роль, ведь наиболее успешно можно реализовать на рынке продукт, произведенный качественно, своевременно и с низкими затратами. Развитием производства движет потребление, определяя его объем, структурные изменения, рождая новые потребности. Но это осознается на высоких ступенях развития индустриального общества и находит отражение в работах основоположников инжиниринга и реинжиниринга, где проблемам управления производственными процессами (не упуская проблемы маркетинга, финансирования) уделяется должное внимание. К сожалению, "детская болезнь правизны" на первых стадиях рыночных преобразований в Украине не позволила преодолеть поверхностные представления о рыночных отношениях. Это выразилось в ослаблении внимания менеджмента к проблемам собственно производственной сферы: техническому переоснащению производства, внедрению новейших технологий, лучшей организации труда, экономии ресурсов производственной подготовке кадров. Акценты перенесены на сферу обращения, финансовую, маркетинговую деятельность, которая зачастую далека от интересов развития национальной экономики. К тому же, неустойчивое, сформировавшееся состояние экономического порядка в стране предоставляет большие возможности для спекулятивной деятельности, присваивания прибыли без производства.



Но жизнь настойчиво напоминает, что производственная сфера, восстановление нормального воспроизводственного процесса, укрепление и эффективное использование производственного потенциала предприятий является основой для здоровой, приносящей пользу обществу маркетинговой, финансовой, другой посреднической деятельности. В качестве основного вывода следует отметить, что освоение научной и методической базы реинжиниринга, внедрение его в практику управления украинскими предприятиями, в учебный процесс при подготовке менеджеров современной формации является неотложной потребностью и важнейшим условием формирования в Украине высокоэффективной самодостаточной экономики.

Литература: 1. Друкер П. Ф. Энциклопедия менеджмента. – М.; СПб.; К.: ИД "Вильямс", 2005. – 422 с. 2. Организация производства на промышленных предприятиях США: В 2-х т. Т. 1. / Пер. с англ.; [Общ. ред. и вступ. ст. С. А. Хейнмана. – М.: Изд. иностр. лит., 1960. – 476 с. 3. Макмиллан Ч. Японская промышленная система / Пер. с англ.; [Общ. ред. вступ. ст. О. С. Виханского. – М.: Прогресс, 1988. – 400 с. 4. Мелман С. Прибыли без производства / Пер. с англ.; [Общ. ред. В. С. Васильева. – М.: Прогресс, 1987. – 520 с. 5. Абдикеев Н. М. Реинжиниринг бизнес-процессов / Н. М. Абдикеев, Т. П. Данько, С. В. Ильдеменов, А. А. Киселев. – М.: Изд-во "Эксмо", 2005. – 592 с. 6. Робсон М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов. / М. Робсон, Ф. Уллах; [Пер. с англ. под ред. Н. Д. Эриашвили. – М.: "Аудит" – Изд. объедин. "ЮНИТИ", 1997. – 223 с. 7. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи. – СПб.: Изд. С.-Петербургского ун-та, 1997. – 331 с.

Чорна Л. О.

УДК 338.5

Швед В. В.

ТИПІЗАЦІЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ІЗ ЗАКУПІВЛІ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ІМПОРТОВАНИХ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

Цінова політика підприємства із закупівлі і реалізації імпортованих споживчих товарів за спрямованістю цілей та характером інструментів, що використовуються, поділяється на окремі типи. Зважаючи на різницю як цілей, так і інструментів ціноутворення, типи цінової політики підприємств, що здійснюють импорт товарів споживчого призначення, мають розглядатись в розрізі двох основних видів – типів цінової політики підприємства з реалізації імпортованих товарів на внутрішньому споживчому ринку та типів цінової політики закупівлі товарів у експортерів (або типи політики формування контрактних импортних цін). Конкретні типи цінової політики обох видів, що обираються підприємством, яке імпортує споживчі товари, мають бути взаємопов'язані в єдиному комплексі управління ціноутворенням. При цьому визначальним критерієм вибору підприємством типу цінової політики закупівлі товарів у експортерів має бути конкретний тип цінової політики, що обраний ним для реалізації імпортованих товарів внутрішнього споживчого ринку.

Типізація цінової політики підприємств з реалізації товарів (у тому числі товарів споживчого призначення) на внутрішньому ринку широко розглядається в роботах як українських, так і зарубіжних науковців, зокрема: Е. Ф. Авдокушина [1], В. А. Алексуніна [2], О. М. Воронкової та Є. П. Пузакової [3], В. В. Герасименко [4], А. О. Длігача [5], Д. Дейлі [6], Ю. М. Ростовського та В. Ю. Гречкова [7], М. Е. Сейфуллаєвої [8], Л. О. Чорної [9], Л. О. Шкварчук [10] та ін.

Розгляд цих наукових праць показує, що найбільш поширеними ознаками класифікації типів цінової політики підприємств на внутрішньому ринку, що пропонуються авторами, є:

1. Зв'язок із корпоративною стратегією підприємства. За цією ознакою виділяються такі типи цінової політики: цінова політика підтримки прискореного зростання; цінова політика підтримки помірному зростання; цінова політика підтримки скорочення [2, с. 54; 8, с. 157].

2. Зв'язок із маркетинговою стратегією підприємства. Вона передбачає поділ цінової політики підприємства на такі види: цінова політика, що спрямована на зростання обсягу реалізації; цінова політика, що спрямована на зростання суми прибутку з реалізації; цінова політика проникнення на ринок або розширення частки ринку; цінова політика утримання частки ринку [3, с. 79; 4, с. 18 – 25; 6, с. 88 – 96; 9, с. 157].

3. Зв'язок із фінансовою стратегією підприємства. Ця ознака передбачає виділення таких типів цінової політики: цінова політика, що спрямована на зростання рівня рентабельності; цінова політика, що спрямована на забезпечення фінансової стійкості [4, с. 26 – 27].

© Чорна Л. О., Швед В. В., 2008



4. Характер цінового позиціонування підприємства на ринку. За цією ознакою виділяються: політика низьких цін; політика середньоринкових цін; політика високих цін [2, с. 86 – 88; 3, с. 79; 5, с. 171; 8, с. 179; 9, с. 158].

5. Характер цільової диференціації ринків. Ця ознака передбачає виділення таких типів політики ціноутворення: політика диференційованого ціноутворення за сегментами покупців; політика диференційованого ціноутворення за географічними ознаками ринку; політика диференційованого ціноутворення за іншими ознаками ринку [2, с. 86 – 88; 8, с. 179; 9, с. 158].

6. Ступінь самостійності підходів до визначення цін реалізації. Згідно з цією ознакою передбачається виділення двох типів цінової політики: активна цінова політика; пасивна цінова політика [9, с. 158].

У літературі розглядаються й інші класифікаційні ознаки типів цінової політики підприємств на внутрішньому ринку, але вони характеризують переважно процес ціноутворення на окремі види товарів, що виробляються безпосередньо на них.

Що стосується типізації політики формування контрактних імпорتنих цін (або цінової політики закупівлі товарів у експортерів), то це питання в сучасній науковій літературі практично не висвітлено, в той же час, типи такої цінової політики теж мають бути диференційовані на підприємствах, що імпортують товари. Зокрема, для підприємства, що імпортує товари споживчого призначення, типізація цінової політики закупівлі товарів пропонується до здійснення за такими основними класифікаційними ознаками:

1. Рівень цін закупівлі, що формуються. За цією ознакою пропонується виділяти: політику формування низьких цін закупівлі споживчих товарів у експортерів; політику формування середньоринкових цін закупівлі споживчих товарів у експортерів; політику формування високих цін закупівлі ексклюзивних споживчих товарів у експортерів. Така типізація може кореспондувати із значною кількістю типів політики реалізації імпортованих товарів на внутрішньому споживчому ринку.

2. Рівень цінового ризику. За такою ознакою можуть виділятися такі типи цінової політики: консервативна цінова політика закупівлі товарів у експортерів (що передбачає мінімізацію рівня цінового ризику); помірна цінова політика закупівлі товарів у експортерів (що передбачає здійснення цього процесу за середньоринковим рівнем ризику); агресивна цінова політика закупівлі товарів у експортерів (що передбачає готовність до прийняття високого рівня цінового ризику в очікуванні отримання високого рівня прибутку від реалізації імпортованих товарів). Така типізація базується на сучасних підходах ризик-менеджменту до поділу окремих господарських операцій.

3. Географічна ознака розташування експортерів. За такою ознакою пропонується виділяти: цінову політику закупівлі споживчих товарів у експортерів з країн ближнього зарубіжжя (що мають безпосередні кордони з Україною); цінову політику закупівлі споживчих товарів у експортерів з країн Європи (крім європейських країн близького зарубіжжя); цінову політику закупівлі споживчих товарів у експортерів з інших країн світу. Цей принцип типізації цінової політики закупівлі товарів дозволить активно управляти витратами з транспортування, що посідають найбільш питому вагу у загальних операційних витратах з реалізації імпортованих товарів.

4. Обсяг партії закупівлі товарів. За цією ознакою цінова політика підприємств, що імпортують споживчі товари, може поділятися на такі типи: цінова політика закупівлі великих партій товарів; цінова політика закупівлі середніх партій товарів; цінова політика закупівлі невеликих партій товарів. Такий підхід до диференціації типів цінової політики закупівлі споживчих товарів дозволить активно управляти витратами із зберігання імпортованих товарів, проводити більш активну політику їх сегментування за окремими категоріями покупців на внутрішньому ринку, а також більш активно здійснювати процес уторгування цін із іноземними партнерами.

5. Ступінь самостійності вибору умов формування контрактних імпорتنих цін. За цією ознакою пропонується виділяти: активну цінову політику закупівлі споживчих товарів; пасивну цінову політику закупівлі споживчих товарів. Такий принцип типізації цінової політики закупівлі товарів кореспондує із відповідним принципом диференціації цінової політики їх реалізації на внутрішньому споживчому ринку.

У таблиці наведено систематизацію основних типів цінової політики підприємства із закупівлі та реалізації імпортованих споживчих товарів.

Таблиця

Систематизація основних типів цінової політики підприємств із закупівлі та реалізації імпортованих споживчих товарів

Цінова політика реалізації імпортованих товарів на внутрішньому споживчому ринку		Цінова політика закупівлі споживчих товарів у іноземних партнерах	
Класифікаційна ознака	Типи цінової політики	Класифікаційна ознака	Типи цінової політики
1	2	3	4
1. Зв'язок із корпоративною стратегією підприємства	1. Цінова політика підтримки прискореного зростання. 2. Цінова політика підтримки помірному зростання. 3. Цінова політика підтримки скорочення	1. Рівень цін закупівлі, що формуються	1. Політика формування низьких цін закупівлі. 2. Політика формування середньоринкових цін закупівлі. 3. Політика формування високих цін закупівлі ексклюзивних товарів

1	2	3	4
2. Зв'язок із маркетинговою стратегією підприємства	1. Цінова політика, що спрямована на зростання обсягу реалізації. 2. Цінова політика, що спрямована на зростання суми прибутку. 3. Цінова політика проникнення на ринок або розширення частки ринку. 4. Цінова політика утримання частки ринку	2. Рівень цінового ризику	1. Консервативна цінова політика закупівлі товарів. 2. Помірна цінова політика закупівлі товарів. 3. Агресивна цінова політика закупівлі товарів
3. Зв'язок із фінансовою стратегією підприємства	1. Цінова політика, що спрямована на зростання рівня рентабельності. 2. Цінова політика, що спрямована на забезпечення фінансової стійкості	3. Географічна ознака розташування експортерів	1. Цінова політика закупівлі товарів у експортерів з країн ближнього зарубіжжя. 2. Цінова політика закупівлі товарів у експортерів з країн Європи. 3. Цінова політика закупівлі товарів у експортерів з інших країн світу
4. Характер цінового позиціонування підприємства на ринку	1. Політика низьких цін. 2. Політика середньоринкових цін. 3. Політика високих цін	4. Обсяг партії закупівлі товарів	1. Цінова політика закупівлі великих партій товарів. 2. Цінова політика закупівлі середніх партій товарів. 3. Цінова політика закупівлі невеликих партій товарів
5. Характер цільової диференціації ринків	1. Політика диференційованого ціноутворення за сегментами покупців. 2. Політика диференційованого ціноутворення за географічними ознаками ринку. 3. Політика диференційованого ціноутворення за іншими ознаками ринку	5. Ступінь самостійності вибору умов формування контрактних імпортних цін	1. Активна цінова політика закупівлі. 2. Пасивна цінова політика закупівлі
6. Ступінь самостійності підходів до визначення цін реалізації	1. Активна цінова політика реалізації. 2. Пасивна цінова політика реалізації		

Результати проведеного дослідження дозволили автору рекомендувати наведену в таблиці систематизацію.

Література: 1. Авдокушин Е. Ф. Маркетинг в международном бизнесе. – М.: Дашков и Ко, 2005. – 328 с. 2. Алексунин В. А. Международный маркетинг: Учебн. пособ. – М.: Дашков и Ко, 2005. – 160 с. 3. Воронкова О. Н. Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление / О. Н. Воронкова, Е. П. Пузакова – М.: Экономистъ, 2006. – 495 с. 4. Герасименко В. В. Управление ценовой политикой компании: Учебник. – М.: Эксмо, 2006. – 688 с. 5. Длігач А. О. Маркетингова цінова політика: світовий досвід, вітчизняна практика. – К.: ВД "Професіонал", 2006. – 304 с. 6. Дейли Дж. Л. Эффективное ценообразование - основа конкурентного преимущества. – М.: Изд. дом "Вильямс", 2004. – 304 с. 7. Ростовский Ю. М. Внешнеэкономическая деятельность: Учебник / Ю. М. Ростовский, В. Ю. Гречков. – М.: Экономистъ, 2006. – 589 с. 8. Сейфуллаева М. Э. Международный маркетинг: Учебник. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2004. – 319с. 9. Чорна Л. О. Ціни і ціноутворення в ринковій економіці: Навч. посібн. – Вінниця: Вид. Вінниця, 1999. – 164 с. 10. Шкварчук Л. О. Ціни і ціноутворення: Навч. посібн. – К.: Кондор, 2005. – 214 с.

Шлафман Н. Л.

УДК 659.01

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ ВЕРСТАТОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Новий етап економічних реформ в Україні передбачає пошук додаткових резервів підвищення ефективності як процесу впровадження реформ, так і функціонування власне економічної системи та окремих її секторів та елементів. Прискорення процесів глобалізації і становлення постіндустріальних суспільств безпосередньо пов'язано з якісними змінами у розвитку світового промислового виробництва. Україна, щоб увійти в коло економічно розвинутих країн, обов'язково має відслідковувати перебіг глобальних процесів, враховуючи їх основні тенденції і при формуванні власної промислової політики. На фоні глобалізаційних процесів економічного і технологічного розвитку загострюється міжнародна конкуренція не тільки окремих виробників, а й цілих країн. Україна хронічно відстає від більшості країн майже за всіма макроекономічними показниками, що визначають конкурентно-спроможність. Як відзначено у Державній програмі розвитку промисловості на 2003 – 2011 роки [1], участь промисловості в процесах глобалізації є поки що мінімальною: практично немає вітчизняних транснаціональних компаній, які б працювали на глобальних ринках, мала частина в Україні дочірніх підприємств світових виробників, низький рівень міжнародних коопераційних зв'язків.

© Шлафман Н. Л., 2008



Як свідчить господарська практика, процес адаптації вітчизняних підприємств в умовах неусталеного зовнішнього і внутрішнього середовища та швидко мінливої кон'юнктури ринку відбувається досить повільно та важко. За минулі роки трансформації піддалося практично все: життєвий уклад, норми та форма взаємовідносин і поведінки підприємств, механізми розподілу ресурсів і товарів тощо.

Протягом останніх років чітко визначилась стійка тенденція втрати позицій товарів не тільки на зовнішніх ринках, але й на внутрішніх, істотно погіршилися показники відновлення продукції, скоротився експорт, надзвичайно низьким є рівень інноваційних процесів. Значною мірою все це обумовлено й їх недостатньою конкурентоспроможністю на вітчизняному та закордонних ринках. Але, як вважають закордонні фахівці [2 – 6], конкурентоспроможність продукції майже на 80% залежить від її якості.

Економічні переваги, отримані японськими фірмами у 80-х роках ХХ сторіччя завдяки їх стратегічному підходу до якості, змусили західні фірми усвідомити величезні конкурентні переваги, які він надавав. Це послужило поштовхом до розвитку систем управління якістю.

Системи управління якістю — це управлінська практика і філософія, що з'явилася в середині 1980-х рр. та становить новий спосіб мислення, спрямований на досягнення конкурентних переваг на ринку за допомогою підвищення якості. Він став результатом пильної уваги до впровадження до структури системи орієнтованих на якість інструментів і методик, а також поведінкових моделей, призначених для досягнення успішності діяльності підприємств [7].

Цей досвід управління якістю знайшов втілення в комплексі міжнародних стандартів ІСО серії 9000, які були розроблені та затверджені в 1987 р. Міжнародною організацією зі стандартизації ІСО [6].

З 2001 року сертифікувати по ІСО 9000 можна лише повномасштабну систему якості. В основу відновлення міжнародних стандартів в області управління якістю серії ІСО 9000 покладені вісім ключових принципів системного управління якістю, освоєних передовими міжнародними компаніями:

1. *Орієнтація на споживача* – методично і технічно, життєво необхідна кожній організації і кожному підприємству, що функціонує в умовах конкурентного ринку.

2. *Важливість ролі керівництва*. Відповідно до цього принципу керівник має створити умови, необхідні для успішної реалізації всіх принципів системного управління якістю.

3. *Залучення працівників*. Це одне з ключових положень, відповідно до якого кожен працівник має бути включений до діяльності з управління якістю. Необхідно домогтися, щоб у кожного працівника виникла внутрішня потреба в поліпшенні якості праці.

4. *Процесний підхід*. Процес – це діяльність, спрямована на досягнення встановленої мети, що має кількісне вираження – результат. Для реалізації процесного підходу організаційна система має бути переорієнтована з функціонального управління на управління результатами, сукупність яких повинна забезпечити підвищення ефективності системи і конкурентоспроможності підприємства. Упровадження процесного підходу сполучено із серйозними труднощами, що пояснюється низкою причин.

Перша з них – повна невідповідність процесному підходу діючих на підприємствах лінійно-функціональних організаційних структур управління, в яких діяльність диференційована і не націлена на кінцевий результат. Як приклад, що переконливо підтверджує сказане, можна привести такий головний елемент виробництва, як управління трудовою діяльністю. У діючих організаційних структурах воно розосереджено за такими функціональними підрозділами: відділ кадрів, відділ праці і заробітної плати, служба охорони праці. Ці підрозділи, що мають різні обов'язки і вирішують власні функціональні завдання, домагаються результатів, які практично не пов'язані з головною метою управління трудовою діяльністю – забезпеченням необхідних умов для зростання продуктивності праці та її мотивації.

Друга причина – відсутність підготовленого до роботи в нових умовах складу керівників. Велика їх частина – фахівці високої кваліфікації, але дуже вузької спеціалізації, тобто – вони не готові до керівництва інтегрованими управлінськими структурами.

Третя причина – психологічна неготовність керівників і персоналу до подолання труднощів, пов'язаних з освоєнням процесного підходу.

5. *Системний підхід до управління* – виробництво товарів, послуг і управління має розглядатися як сукупність взаємозалежних процесів, а кожен процес – як система, що має вхід і вихід, власних "постачальників" і "споживачів".

6. *Постійне удосконалення*. Раніше стратегія якості базувалася на концепції оптимальної якості. Досвід японської, а потім американської та європейської промисловості показав, що встановлювати межі вдосконаленню неприпустимо, саме вдосконалення має бути складовою частиною системи управління.

7. *Прийняття рішень, заснованих на фактах*. Реалізація цього принципу покликана виключити необґрунтовані рішення, що звичайно звать вольовими. Необхідно збирати й аналізувати фактичні дані та приймати рішення на їх основі. Найбільш розповсюдженими сьогодні є статистичні методи контролю, аналізу і регулювання.

8. *Взаємовигідні відносини з постачальниками*. Цей принцип, сутність якого очевидна, необхідно реалізовувати як стосовно зовнішніх, так і внутрішніх постачальників.

Стандарти ІСО 9000 задають лише методологію функціонування системи якості, що у свою чергу має забезпечувати високу якість продукції і послуг, вироблених підприємством, іншими словами – забезпечувати високий ступінь задоволеності споживачів.

В основному, норми ІСО 9000 застосовуються в чотирьох ситуаціях:

як методичний матеріал при побудові системи менеджменту якості на підприємстві для підвищення конкурентоспроможності підприємства та його економічної ефективності;

як доказ якості при укладанні контракту між постачальником і споживачем, що дозволяє споживачу обмовити в контракті відповідність процесів на підприємстві-постачальнику нормам ІСО 9000;



при оцінці споживачем системи менеджменту якості підприємства-постачальника на відповідність певній нормі стандартів ISO 9000; при цьому постачальник може одержати офіційне визнання відповідності визначеному стандарту;

при реєстрації або сертифікації системи якості зареєстрованим органом з сертифікації, що для споживача є достатнім доказом здатності постачальника до якості. При цьому оцінка системи якості споживачем уже не проводиться.

Фундаментальними документами системи якості є три стандарти із серії ISO 9000 (ISO 9001, ISO 9002 і ISO 9003), які визначають методологію забезпечення якості і становлять три різні моделі функціональних або організаційних взаємин у контрактній ситуації між учасниками системи якості (як правило "постачальник", "споживач", "субконтрактор" чи "субпостачальник"). Власне саме за цими стандартами і проводиться сертифікація "постачальника", що є основним об'єктом управління якістю. ISO 9001 є найбільш великим – у ньому описується система якості, що поширюється на всі можливі види діяльності кожного підприємства. ISO 9002 меншою мірою описує цю систему, виключивши з розгляду діяльність з проектування. ISO 9003 ще меншою мірою, ніж ISO 9002 описує систему, не торкаючись проектної, виробничої і післяпродажної діяльності.

Розробка і впровадження СМК потребують виконання таких заходів: визначення потреб споживачів та інших зацікавлених сторін; установлення політики і цілей підприємства в області якості; визначення процесів і відповідальності, необхідних для досягнення цілей в області якості; визначення і постачання ресурсів, необхідних для досягнення цілей в області якості; визначення методів, що дозволяють вимірювати результативність і ефективність кожного процесу; використання результатів вимірів для оцінки результативності й ефективності кожного процесу; визначення методів, що дозволяють попередити невідповідності й усунути їх причини; впровадження і використання процесу постійного поліпшення системи менеджменту якості.

За допомогою впровадження системи менеджменту якості стає можливим комплексно вирішувати проблему якості продукції, що виробляється верстатобудівними підприємствами, прогнозувати зміни витрат при різних варіантах забезпечення ресурсами, вдосконалювати механізм маркетингових досліджень, створювати ефективну мотивацію трудової активності зайнятих на підприємстві.

Література: 1. Державна програма розвитку промисловості на 2003-2011 роки // http://industry.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36412&cat_id=36198. 2. Barad M. Quality teams as improvement support systems (ISS) / M. Barad, B. Kayis // *Management Decision*. – 1994. – №32(6). – P. 49 – 57. 3. Chang P. L. A conceptual framework for managing end-user computing by the total quality management strategy / P. L. Chang, P. D. Shen // *Total Quality Management*. – 1997. – №8(1). – P. 91 – 102. 4. Clark K. B. Product Development Performance / K. B. Clark, T. Fujimoto. – Boston, MA: Harvard Business School Press, 1991. 5. Deming W.E. Out of the Crisis. – Cambridge, MA: MIT Press, 1986. 6. Rao A. Total Quality Management: A Cross Functional Perspective / A. Rao, L. P. Lawrence. – New York: John Wiley & Sons, 1996. 7. Вайсман В. О. Система менеджменту якості верстатобудівного підприємства / В. О. Вайсман, Ю. В. Щокін // *Сб. науч. Тр. "Экономические инновации ИПРЭИ НАНУ"*. – 2003. – №17. – С. 251 – 254.

Шульга Г. Ю.

УДК 658.14/17(075.8)

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Зростання ступеня впливу фінансових ризиків на результати фінансової діяльності й фінансової стабільності підприємства пов'язане зі швидкою мінливістю економічної ситуації в країні та кон'юнктури фінансового ринку, розширенням сфери фінансових відносин господарських суб'єктів, проявом нових фінансових технологій та інструментів і рядом інших факторів.

Незважаючи на наявність значної кількості наукових праць на дану тематику, таких вчених, як О. О. Терещенко [1], П. А. Орлов [2], С. Ф. Покропивний [2], О. І. Гадзевич [2], Т. В. Савицька [3], В. В. Бурковський [4], В. Я. Кармазин [4], І. В. Затковський [5], Е. В. Стоянова [6] та інші, що містять рекомендації з розрахунку фінансових коефіцієнтів, класифікації ризиків, методів нейтралізації ризику у діяльності підприємства, методика визначення рівня ризикованості діяльності підприємства, що відповідала б умовам його функціонування, відсутня.

Метою даної статті є удосконалення механізму управління фінансовим ризиком. Для досягнення мети у статті були поставлені та вирішені такі завдання: систематизовано та узагальнено фактори ризику, які впливають на фінансову діяльність підприємства, запропоновано методику оцінки ступеня ризикованості фінансової діяльності за допомогою економіко-математичного моделювання.

© Шульга Г. Ю., 2008

У системі методів управління фінансовими ризиками основна роль належить внутрішнім механізмам їх нейтралізації, які становлять систему методів мінімізації негативних наслідків, що обираються і здійснюються на даному підприємстві. Основним об'єктом використання внутрішніх механізмів нейтралізації є, як правило, всі види припустимих фінансових ризиків, значна частина ризиків критичної групи, а також катастрофічні ризики, які страхуються, якщо вони приймаються підприємством з об'єктивної необхідності.

Враховуючи ці особливості була розроблена методика мінімізації фінансових ризиків, яка схематично має такий вигляд (рис.1).



Рис. 1. Методика мінімізації фінансових ризиків у діяльності підприємства

Кожне підприємство розробляє фінансові плани на рік, що передбачають підвищення прибутковості підприємства і зазвичай містять ризикові операції. Після планування фінансових операцій, для досягнення високих результатів, значна увага приділяється формуванню ефективної інформаційної системи та визначенню існуючих ризикоутворюючих факторів, які доцільно поділити на зовні та внутрішні.

Зовні фактори містять: зниження темпів соціально-економічного розвитку країни, зміцнення державного тиску регулювання фінансової діяльності підприємства, зростання темпів інфляції, високе коливання відсоткової ставки на фінансовому ринку, зміна кон'юнктури в окремих сегментах фінансового ринку, рівень криміногенної обстановки у країні, фактори форс-мажорної групи та високе коливання курсів іноземних валют.

Внутрішні фактори ризику виникають безпосередньо у сфері господарської діяльності підприємства, що прийнято розділяти на промислову і непромислову. Непромислова (в основному соціальна) сторона діяльності підприємства, спрямована на задоволення побутових і культурних потреб колективу, у даній статті не розглядається.

Промислова діяльність підприємства складається з процесів виробництва, відтворення, звертання і управління. До факторів ризику основної виробничої діяльності відносяться недостатній рівень технологічної дисципліни, аварії, позапланові зупинки устаткування чи переривання технологічного циклу через змушене переналадження устаткування (наприклад, унаслідок несподіваної зміни параметрів або сировини матеріалів, що використовуються у технологічному процесі) і т. п.

Схематично фактори фінансових ризиків наведено на рис. 2.

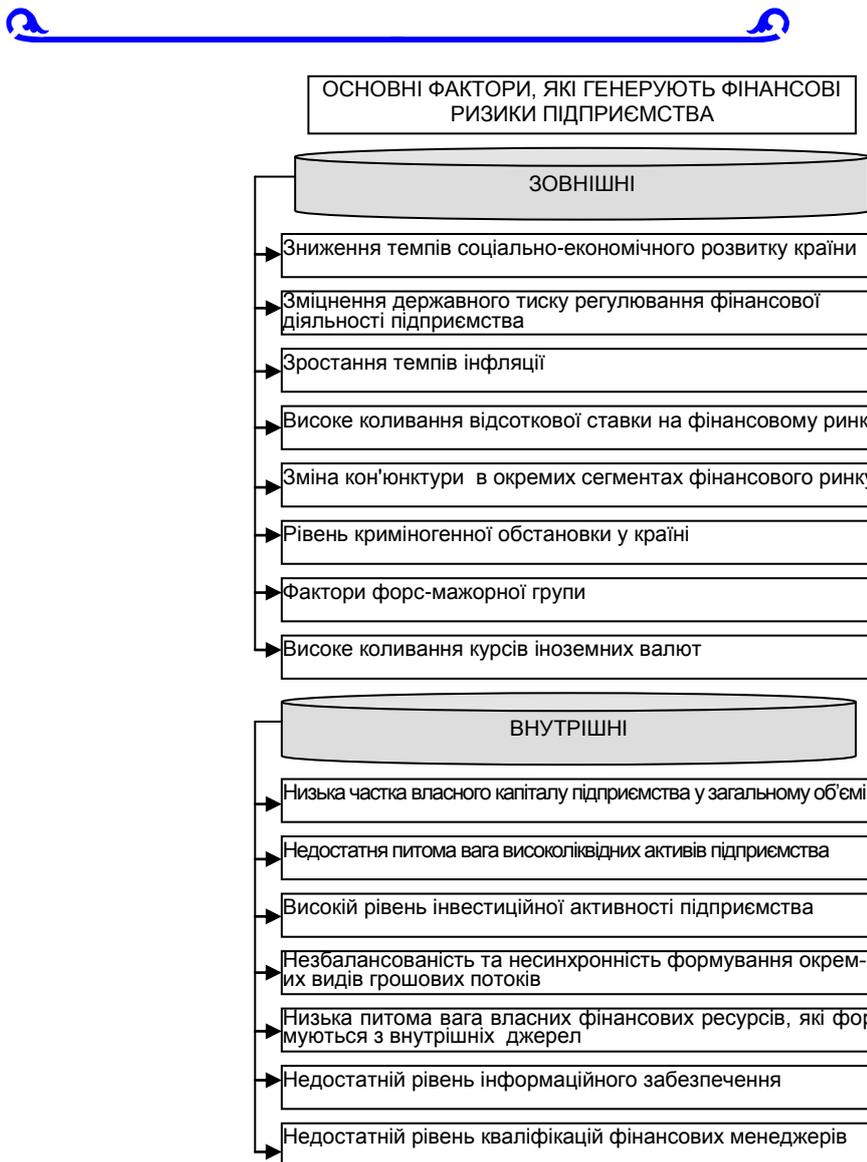


Рис. 2. Основні фактори, які генерують фінансові ризики підприємства

Наступним етапом мінімізації фінансових ризиків є проведення ризик-аналізу, який доцільно проводити за допомогою економіко-математичного моделювання.

Для прогнозування рівня фінансового стану підприємства в статті запропонована економетрична модель залежності загального інтегрального показника від приватних інтегральних показників.

Як незалежні змінні розглядаються приватні інтегральні показники, згруповані в індикатори, що відображають стан основних фондів, ділову активність і фінансову стабільність.

Перший індикатор – стан основних фондів:

- K_z – коефіцієнт зносу основних засобів;
- K_v – коефіцієнт вибуття основних засобів;
- Π – коефіцієнт покриття;

Другий індикатор – ділова активність:

- $K_{ал}$ – коефіцієнт абсолютної ліквідності;
- $K_{п}$ – коефіцієнт платоспроможності;
- $K_{м}$ – коефіцієнт маневреності власного капіталу;
- $K_{а}$ – коефіцієнт рентабельності активів;
- $K_{др}$ – коефіцієнт рентабельності діяльності;
- $K_{рк}$ – коефіцієнт рентабельності власного капіталу;

Третій індикатор – фінансова стабільність:

- $K_{оа}$ – коефіцієнт оборотності активів;
- $K_{оз}$ – коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості;
- $K_{ок}$ – коефіцієнт оборотності власного капіталу.

Розмір інтегрального показника кожного індикатора знаходиться в межах від 0 до 1. При цьому оцінку доцільним вважається здійснювати за такою шкалою:

1 – 0,8 – ризик мінімальний;
0,7 – 0,5 – значна ймовірність настання негативних факторів, які впливають на фінансово-господарську діяльність підприємства;
0,4 – 0 – ризик максимальний.

Комплексна оцінка за допомогою інтегрального показника дозволяє в узагальненому вигляді представити напрям, момент і масштаб змін, що відбуваються в наборі вихідних характеристик, які аналізуються, за певний проміжок часу.

Наступним кроком оцінки є побудова економетричної моделі, яка дозволить спрогнозувати розмір інтегрального показника кожного індикатора.

Розрахунок інтегрального показника та побудова економетричної моделі здійснювалась за допомогою фінансових показників діяльності ТОВ ТВП "Сфера" за 5 років (2003 – 2007) за кварталами.

У ході побудови моделі за допомогою пакета Statistica 6.0 було встановлено, що факторні ознаки перебувають у сильній лінійній залежності між собою, тому для виключення мультиколінійності й поліпшення характеристик моделі було виключено індикатор, який оказує найменше впливає на результативний показник – ділову активність підприємства.

В узагальненому вигляді модель має такий вигляд:

$$y = 0,067 + 0,84 \times X_1 + 0,046 \times X_2, \quad (1)$$

де X_1 – стан основних фондів;

X_2 – фінансова стабільність підприємства.

Коефіцієнт множинної кореляції для отриманої моделі становить 0,97, коефіцієнт детермінації 0,94, що свідчить про те, що 94% варіабельності рівня фінансового стану підприємства пояснюється включеними в модель факторами. Таким чином, можна зробити висновок, що модель адекватна й може бути використана для прогнозування.

Згідно з проведеним аналізом визначаємо види фінансових ризиків, ступінь ймовірності та час їх настання і розмір фінансових втрат для даного підприємства.

Розмір фінансових втрат визначається сумою втрати очікуваного прибутку, доходу або капіталу, пов'язаного зі здійсненням розглянутої фінансової операції, при найгіршому сценарії розвитку подій. Методика оцінки розміру можливого фінансового збитку при настанні ризикової події повинна враховувати як прямі, так і непрямі збитки підприємства (у формі витраченої вигоди, можливого пред'явлення претензій з боку контрагентів і третіх осіб і т. п.).

Поширений прийом управління ризиками – створення резервів проекту. Відомі компанії в своїй практиці, як правило, збільшують планові терміни проекту і його вартість на 10%. Такий розмір резервів вони одержують, проаналізувавши відхилення від запланованих величин за проектами, які раніше проводилися в даній компанії. Цей спосіб не є переважним, оскільки не враховує ризики конкретного проекту.

Крім резервів, призначених для роботи з ідентифікованими і відомими ризиками, необхідно створити резерви для невідомих ризиків, не ідентифікованих. Вони носять назву "Управлінські резерви" і складають, як правило, від 2 до 15% від загальної вартості проекту. Можливо також застосування моделей, що дозволяють порівнювати ефективність різних інструментів управління ризиками. У практиці українських великих компаній використання подібних інструментів ускладнюється відсутністю статистичної інформації як по окремо взятій компанії, так і по ринку в цілому.

Після встановлення розмірів резерву мінімізації фінансових ризиків визначають найбільш дієвих метод їх зниження по кожній фінансовій операції та приймають рішення щодо прийняття або неприйняття ризикованого проекту.

Новизна статті з теоретичної точки зору полягає в узагальненні ризикоутворюючих факторів, які впливають на ступінь ризикованості діяльності підприємства.

З практичної точки зору новизна полягає в розробці методики оцінки рівня ризикованості фінансової діяльності підприємства за допомогою статистичної та економетричної моделей.

Література: 1. Бурковський В. В. Фінанси підприємств: Навчальний посібник / В. В. Буряковський, В. Я. Кармазин, С. В. Каламбет; [Під ред. В. В. Буряковського. – Дніпропетровськ: Пороги, 2004. – 646 с. 2. Затковський І. В. Фінанси підприємств: Навчальний посібник – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – 248 с. 3. Економіка підприємства: Навч. посібн. / За ред. П. А. Орлова. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2000. – 400 с. 4. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навч. посібн. – К.: КНЕУ, 2003. – 554 с. 5. Савіцкая Г. В. Аналіз господарської діяльності підприємства. – К.: Знання, 2006. – 704 с. 6. Стоянова Е. Фінансовий менеджмент. – М.: Перспектива, 2004. – 194 с.

УПРАВЛІННЯ PR ПІДПРИЄМСТВА: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Паблік рилейшнз (PR) як один з основних елементів інтегрованих маркетингових комунікацій багато в чому обумовлює конкурентоспроможність підприємств, відіграючи помітну роль у формуванні маркетингової стратегії, комунікативної політики. Формування репутації підприємства, іміджу його товару, формування і розвиток бренда сьогодні цілком залежать від PR, що впливає на рівень та якість позиціонування підприємства на ринку. Однак комплексна структура комунікацій призводить до різного сприймання завдань та способів PR.

Оскільки на даному етапі розвитку цивілізації інформація є найважливішою складовою бізнесу і керує різними процесами в усіх сферах життя, а процес PR в першу чергу ґрунтується саме на інформації, він посідає значне місце у формуванні "інформаційного суспільства". Поступова зміна поглядів на PR в сучасній науці відображає розвиток і становлення цього явища як у суспільстві в цілому, так і на окремих підприємствах.

Усвідомленість можливості управління PR з метою позиціонування підприємства спричинила появу науково-практичних проблем ефективного управління PR на підприємствах, основні з яких: визначення потенціалу PR як фактора впливу на економічний розвиток підприємства, технологія організації PR на підприємствах з метою отримання ефективних результатів господарської діяльності, оцінка ефективності PR-діяльності підприємств. Окремі аспекти виявлених проблем досліджували такі фахівці, як Д. Доті, Д. Ньюсом, Б. Борисов, Ф. Шарков, Є. Пашенцев, А. Чумиков, В. Королько, Г. Тульчинський, О. Дерев'янка, І. Яковлев, М. Горкіна, А. Мамонтов, І. Манн, М. Гундарин, однак коло проблем залишається недоопрацьованим.

Метою статті є обґрунтування важливості PR для сучасних підприємств, констатація проблем управління PR на підприємствах та викладення перспектив розвитку останніх під впливом PR.

Конкуренція на ринках досягла тієї гостроти, коли вже недостатньо поставляти добрі товари за вигідну ціну, забезпечуючи своєчасну доставку. Важливе значення в успішному здійсненні комерційної політики належить прямій рекламі в підтримку кампанії зарубіжних продавців, ефект від якої підсилюється, якщо ціннісні уявлення аудиторії покупців на даній території вже оброблені методами PR [1, с. 217].

Сучасні вітчизняні підприємства потребують особливої політики, з огляду на постійну конкурентну боротьбу на внутрішньому та зовнішньому ринках. Навіть такий фундаментний елемент економіки держави, як гірничометалургійний комплекс України, за відсутності вивіреної стратегії розвитку української металургії, зіштовхується з проблемою витіснення з ринку. Аналіз ГМК України свідчить, що як основний донор бюджету, він забезпечує більше 40% надходжень в країну. Частина металургії у валовому внутрішньому продукті складає майже 30% [2, с. 3]. У галузі зайнято більше півмільйона чоловік. Збільшення обсягів металургійного виробництва спостерігається з кожним роком, що свідчить на користь розвитку галузі.

На сьогодні Міністерство промполітики також дало позитивну оцінку виконанню виробничих завдань держави. Так, за даними Державного комітету статистики України, у металургії та виробництві готових металевих виробів приріст продукції у січні – травні 2008 р. становив 3,1%, що на 0,8 в.п. перевищує показник січня – квітня поточного року. Зростання обсягів продукції спостерігалось на підприємствах з виробництва чавуну, сталі та феросплавів (на 3,7%), інших видів первинного оброблення сталі (на 14,0%), з виробництва кольорових металів (на 6,4%), готових металевих виробів (на 17,7%) [3, с. 18].

Проти січня – травня 2007 р. виплавка чавуну зросла на 661 тис. т, сталі без напівфабрикатів, отриманих безперервним литтям, – на 13,1 тис. т, випуск готового прокату – на 244 тис. т.

При цьому, падіння попиту на металопродукцію, уповільнення зростання цін при подорожчанні енергоресурсів, сировини і перевезень примусили українські металургійні підприємства зупинити виробничі потужності на ремонт раніше запланованих строків. Наприклад, за всю історію металургійного комбінату ім. Ілліча, підприємство ніколи не зупинялося на капітальний ремонт влітку, однак у серпні 2008 року зупинено три мартенівські печі комбінату, доменна піч і слябінг. У зв'язку з відсутністю замовлень на плановому ремонті знаходиться листопрокатний цех 1700, ремонт якого первісно було заплановано на жовтень. Зниження продажів металопродукції визнають всі українські виробники. У портах зібралася велика кількість продукції, реалізація якої ускладнюється описаною ситуацією [2, с. 3].

У цих умовах конкуренція в металургійній індустрії все більше загострюється, в першу чергу через активізацію металургів із КНР. Активне проникнення китайської сировини на ринки Південно-Східної Азії серйозно потіснило український експорт. Зниження постачань металургійної продукції в Китай і Південну Корею відбулося у зв'язку з тим, що українські підприємства були практично витіснені з цих ринків. Тобто відсутність розвинутої комунікативної політики, креативних маркетингових стратегій при позитивній динаміці обсягів виробництва можуть призвести до стагнації збуту.

В умовах сучасної конкуренції подібний ризик не оминає будь-який вид вітчизняної промисловості. Уже в 2006 р. експорт товарів в Азію зменшився на 243,6 млн дол. США і на 20,2 млн дол. США в Африку.

Не менш важлива для України добувна промисловість також зіштовхується з проблемами збуту. Аналізуючи світовий ринок солі, дійшли висновку, що найбільшими виробниками кухонної солі протягом останніх років виступають США і Китай, які сумісно контролюють більше третини від випуску продукту в світі. Так, за результатами 2007 р., США виробили 21,0% від загальної кількості хлориду натрію по світу, КНР – 17,4%. Частка Росії, що посідає сьоме місце в цьому списку, склала 3,8% [4].

Соляна галузь України зі значним потенціалом практично монополіста на внутрішньому ринку – Державного підприємства об'єднання "Артемсіль" (виробничий потенціал понад 7 млн тонн/рік) – ніяк не пояснюють відсутність держави в рейтингових списках країн-виробників солі. Аналіз діяльності ДПО дозволив зробити висновки щодо зменшення обсягів продавань. Так, обсяги реалізації продукції за 2007 р. порівняно з періодом 2006 р. зменшилися на 38 222,2 тис. грн або на 8,6% та склали 408 261,8 тис. грн проти 446 484 тис. грн.

Через відсутність замовлень на постачання солі в 2007 р. простої в рудниках склали 1 091,45 шахт/год., що складає 7,6% до відпрацьованого часу.

У цілому, обсяг експорту за 2007 р. склав 228,6 млн грн, зменшення експортних операцій у загальному обсязі реалізації за 2007 р. порівняно з аналогічним періодом 2006 р. склало 35,6 млн грн. Питома вага експорту в загальній сумі обсягів реалізації продукції зменшилася: за 2007 р. склала 56,0% проти 59,2% за 2006 р. При цьому, світовий ринок солі зростає на 1% на рік і за прогнозами досягне 7,32 мільярдів дол. США до 2010 року. Найбільшим регіоном споживання солі є азіатський регіон, на який приходить 30% світового споживання. Попит на сіль швидше за все зростає в Південній Африці, ринок якої характеризувався 7%-им збільшенням торік. Відтак, філософія і стратегія позиціонування підприємства та товарів на міжнародному ринку вимагають креативних підходів до організації комунікативної політики.

Навіть на внутрішніх ринках конкуренція настільки загострена, що серед першочергових завдань сьогодні постає позиціонування підприємства і його товару. Наприклад, динамічний розвиток ринку соків (25% на рік) [5] не полегшує діяльності підприємств-виробників зазначеного товару. Навіть компанії Coca-Cola не вдалося закріпити новий бренд Minute Maid на російському ринку, в результаті чого нею було придбано вже існуючі торгові марки Rich, Nico і "Добрий" [6].

Описана тенденція притаманна майже всім видам промислової діяльності, крім нафтоперероблення [3 с. 9]. Збільшення обсягів виробництва зумовлює пошуки нових каналів збуту, нових ринків. Тобто першочерговими задачами сьогодні виступають маркетингові.

Таким чином, PR представляє значний науково-практичний інтерес як регулятор комунікацій, що впливає на результативність маркетингової діяльності і політики комунікацій. Українські практики вже усвідомили важливість та доцільність впровадження цього процесу в діяльність підприємств. Так, опитування Центром PR-консалтінгу "Publicity Creating" (м. Київ), що проводилося в межах виставки "Управління підприємством-2002", з'ясувало, що 38,5% представників підприємств України вважають PR більш ефективним засобом просування, ніж реклама [7].

У результаті дослідження PR на вітчизняних підприємствах металургійної галузі [8, с. 385], визначено особливості організації управління PR на українських промислових підприємствах, серед яких: концентрація на роботі з пресою (переважно власний друк), відсутність PR-відділів і посад PR-менеджерів, відсутність відповідної структурованості роботи, низька усвідомленість цілей PR-діяльності і PR-задач, безсистемний розподіл функцій управління PR, недостатній рівень PR-планування.

Констатація негативних сторін в організації PR-діяльності досліджуваних підприємств не спростовує їх значного потенціалу, пошуків креативних підходів до способів позиціонування підприємства як важливої ланки в роботі з підвищення конкурентоспроможності підприємства. Це стимулює ініціативу із вдосконалення організації PR-процесу на підприємстві, що знайде відображення у результатах діяльності підприємств. Вирішення проблеми організації управління та оцінки ефективності PR на вітчизняних підприємствах пов'язане з такими важливими завданнями, як досягнення високого рівня адаптованості підприємств до сучасних ринкових умов господарювання, підвищення конкурентоспроможності підприємств, забезпечення їх динамічного розвитку, новаторський підхід до модернізації національної економіки.

Таким чином, для вдосконалення управління PR-діяльності вітчизняних підприємств вважається за необхідне чіткіша систематизація процесу організації, починаючи з визначення проблеми, а саме:

- визначитися з місією та цілями підприємства;
- систематизувати наявну PR-діяльність шляхом введення в структуру підприємства відділу зі зв'язків з громадськістю;
- сформулювати цілі відділу та PR-роботи;
- чітко розподілити посадові обов'язки серед спеціалістів, зважаючи на цілі та задачі PR-роботи;
- визначити місце PR-служби на підприємстві в цілому;
- визначитися з моделлю зовнішньої комунікативної політики;
- переглянути та доробити формальні та неформальні канали комунікації підприємства;
- переглянути наявні підходи до роботи з документацією;
- розробляти завдання в сфері зв'язків з громадськістю і стратегії зі створення позитивної репутації підприємства;



формувати концепцію діяльності з планування, розробки та використання корпоративної політики;

- розробляти методи та програми здійснення PR;
- проводити аналіз інформації про позицію інвесторів, тенденції у сфері акціонерної власності; захищати і підтримувати репутацію експортних товарів як один з найважливіших показників успішної роботи металургійного підприємства;
- проводити роботу з можливих трансформацій іміджу;
- відслідковувати тенденції у сфері інформаційних ресурсів;
- вдосконалювати та контролювати виконання бюджету;
- проводити оцінювання ефективності PR-роботи з метою подальшого коригування діяльності.

Перспективами подальших розробок в даному напрямі є систематизація проблем управління PR підприємства, розробки методичних положень із вдосконалення управління PR на підприємствах.

Література: 1. Блэк С. Введение в Паблик релейшнз / Пер. с англ. В. Г. Днепровского, И. А. Черничкиной. – Ростов н/Д: Феникс, 1998. – 319 с. 2. Николаенко Л. Металлургический дисбаланс // Жизнь. – 2008. – №118. – С. 3. 3. Про соціально-економічне становище України / Держкомстат України. – Київ, 2008. – 96 с. // www.urstat.gov.ua 4. Исследовательская группа "Инфомайн". Обзор рынка поваренной соли в СНГ // <http://marketing.rbc.ru/research/1207343.shtml>. 5. РосБизнесКонсалтинг. Российский рынок соков // <http://marketing.rbc.ua/publication/18.06.2008/2163>. 6. Пищевая промышленность // <http://www.expert.ua/articles/16/0/3736>. 7. PR для предприятия: осведомленность аудитории растет // <http://www.reklamaster.com/news/showfull.php?id=2005>. 8. Ягельська К. Ю. PR-діяльність металургійних підприємств // *Економічні інновації*. – Вып. 30: Локальные экономические системы в экономическом, социальном и экологическом пространстве: Сб. науч. работ. – Одесса: Ин-т проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2007. – С. 385 – 392.

Яковишина Н. А.

УДК 658.3

ФОРМУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ПРОДАЖУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

За умов розвитку ринкової економіки в Україні успіх підприємства у досягненні поставлених цілей багато в чому залежить від ефективної маркетингової діяльності, яка визначається особливостями товару, ринковою ситуацією і потребами споживачів, а також налагодженою системою реалізації і збуту продукції.

Вчені все частіше використовують поняття "продажі" поряд зі "збутом" та "реалізацією". Тобто, в широкому розумінні продажі можуть застосовуватися до збуту, а не розглядатися як одна з його функцій. Поряд з цим, продажі виступають як один з інструментів комунікації зі споживачем і мають на меті знайти покупця, переконати його купити товар і забезпечити необхідний обсяг реалізації. На погляд автора, саме комунікаційна складова процесу продажів виділяє його серед інших понять ("збут" і "розподіл") і розширює сферу застосування, орієнтуючись на кінцевий результат і підключає, насамперед, про задоволення потреб споживачів.

Значна увага щодо сутності проблем реалізації і збуту продукції приділена багатьма як вітчизняним, так і зарубіжним вченим. Питання ефективної реалізації продукції є предметом уваги таких вчених: І. Ансоффа [1], А. С. Бальшакова [2], М. П. Соколїна [3], та багатьох інших вчених. Дослідження окремих складових управління продажами продукції висвітлено в працях: Г. Л. Азоева, В. М. Вертогладова, В. Г. Герасимчук, Д. Джоббера, Дж. Ланкастера, П. Друкера, Ф. Котлера, М. Портера та інших зарубіжних і вітчизняних вчених.

Неоднозначність існуючих трактувань вчених стосовно термінології в області продажів привела до необхідності визначення поняття "комплекс продажів", що розкриває сутність процесу реалізації товарів підприємства в сучасних умовах.

Автором комплекс продажів пропонується розглядати як систему взаємопов'язаних маркетингових інструментів, що використовуються підприємством для забезпечення продажів вироблених товарів споживачам відповідно до їх потреб на основі підтримки довгострокових партнерських стосунків з учасниками розподільчої мережі та споживачами. Комплексність в даному визначенні – це принцип побудови маркетингових інструментів щодо реалізації товару, що виявляється в певній структурі, ієрархії, логічній послідовності та взаємозв'язку елементів системи для досягнення єдиної мети.

© Яковишина Н. А., 2008

В умовах застосування принципів маркетингу та орієнтації діяльності підприємств на покупця дуже важливими аспектами є забезпечення споживачам зручності здійснення купівлі, налагодження зворотного зв'язку з ними, підтримка лояльності до товару й місця продажу. Ці положення є основою формування відповідного комплексу продажів для вітчизняних виробників як самостійної підсистеми підприємства.

Комплекс продажів, розроблений автором, представлено на рис. 1. Взаємозв'язок його інструментів відображає використання системного підходу до вирішення проблеми реалізації виробленої продукції та дозволяє забезпечити баланс сил між фізичним переміщенням товару за межі підприємства і безпосереднім спілкуванням зі споживачем для найкращого задоволення його потреб і підтримки тривалих партнерських стосунків між учасниками розподільчої мережі.

Комплекс продажів продукції машинобудування

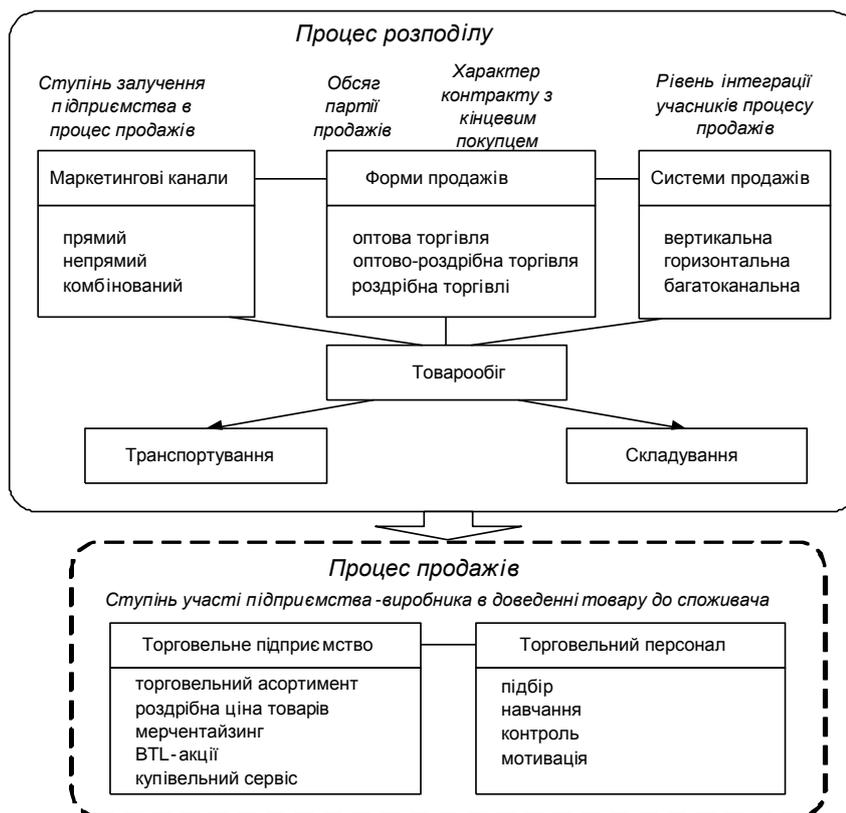


Рис. 1. Структура комплексу продажів товарів підприємств легкої промисловості

Дослідження наукових підходів у сфері маркетингу дозволило виявити існуючу тенденцію до конкретизації маркетингових підходів до різних аспектів діяльності підприємств, що дозволяє врахувати специфіку конкретного продукту і сформувати відповідний комплекс маркетингових засобів для найбільш повного задоволення потреб споживачів. У цьому зв'язку привертають увагу особливості застосування маркетингових засобів на підприємствах легкої промисловості, що діють на насиченому ринку в умовах гострої конкуренції і стійкого попиту на товари з боку споживачів. Підприємства легкої промисловості є основними виробниками товарів високого ступеня потреби, що мають певні характерні риси, які багато в чому визначають маркетингову політику виробника. Тому, на погляд автора, система "маркетинг-мікс" підприємств легкої промисловості має свої специфічні особливості, що зумовлені як специфікою споживання товару, що виробляється, так і особливостями ринку, на якому працюють підприємства. Так, товари випускаються великими партіями для масового споживача, мають певний термін придатності, потребують особливих умов реалізації, залежать від сезонних і передсвяткових коливань попиту, що має враховуватися при формуванні комплексу продажів як одного з елементів системи "маркетинг-мікс" підприємства.

На формування комплексу продажів впливає низка факторів, що є об'єктом попереднього ситуаційного аналізу – це ринок, конкуренти, споживачі, а також виробничо-збутові та маркетингові можливості самого підприємства. Кожний з цих факторів характеризується певними показниками, комплексне вивчення яких є основою прийняття рішень щодо маркетингової діяльності підприємства в цілому та реалізації товару зокрема. Відповідно до цього здійснено систематизацію напрямів проведення ситуаційного аналізу для виявлення перспектив продажів на підприємствах легкої промисловості.



Основою формування комплексу продажів, орієнтованого на кінцевого покупця, є вивчення потреб і переваг споживачів щодо здійснення купівлі товарів. Проведене з цією метою маркетингове дослідження споживчих переваг жителів Подільського регіону дозволило виявити фактори, якими покупці керуються при здійсненні купівлі, визначити переважні місця придбання товарів і причини їх вибору. Згідно з отриманими результатами основними факторами, що визначають купівлю товарів легкої промисловості, є їх ціна (69%), якість (68%), відома торговельна марка (54%) та місце купівлі (31%). Якщо мова йде про товар-новинку, то найбільше впливають на споживача порада друзів, близьких людей або професіоналів (54% респондентів), подарунки (57%). У деяких випадках споживачі звертаються за консультацією до продавців (18% опитаних). Більшість населення віддає перевагу роздрібним магазинам-супермаркетам (47,7%), у яких представлено широкий вибір усіх необхідних товарів, та невеликим магазинам "біля будинку" (29%), які є зручними для покупця. Це свідчить про перспективність розвитку магазинної форми торгівлі цими товарами і, насамперед, активізацію розвитку торговельної мережі супермаркетів.

Крім особливостей товарної пропозиції виробника і торговця, на прийняття рішення щодо купівлі впливають характеристики самого споживача. Поведінка споживача на ринку товарів легкої промисловості підлягає впливу різних факторів, ступінь значущості та пріоритетності яких на даному ринку специфічний, і це повинно бути враховано при формуванні комплексу продажів підприємства. Серед них можна виділити низку факторів, що найбільшою мірою впливають на прийняття рішення щодо купівлі зазначених товарів: рівень доходу споживача, стиль його життя, національні та релігійні звичаї, розмір і склад родини.

Найважливішим фактором, що визначає обсяг і частоту здійснення купівлі даної категорії товару є купівельна спроможність споживачів. Тобто наявність коштів, якими може розпорядитися споживач для задоволення власних потреб. За останні роки в країні спостерігається стабілізація національної економіки, що характеризується збільшенням ВВП, доходів населення, обсягів роздрібного товарообігу. Причому темпи збільшення роздрібного товарообігу в 2-3 рази випереджають приріст ВВП і доходів населення, що свідчить про підвищення попиту на споживчі товари, оскільки сфера роздрібно торгівлі є безпосереднім учасником процесу їх продажів.

Поступове збільшення рівня доходів населення країни приводить до того, що ціна багато в чому перестає бути вирішальним фактором при здійсненні купівлі товарів легкої промисловості. Зростає роль нецінових факторів, до яких, крім якісних характеристик самої продукції, можна віднести різні маркетингові заходи, проведені товаровиробниками та торговцями для стимулювання продажів, залучення постійних покупців, створення сприятливого іміджу підприємства на ринку й поширення позитивних відгуків про нього серед потенційних споживачів.

Стосовно підприємств легкої промисловості автором розглядається три групи факторів, що найбільше впливають на вибір маркетингового каналу: підприємство, товар, покупці. Передбачається, що кожен фактор, який характеризує підприємство, товар чи покупців, може мати два альтернативних стани, що оцінюються як сприятливий або несприятливий для підприємства щодо вибору конкретного маркетингового каналу. Альтернативний вплив факторів на цей процес позначається за допомогою часткових показників впливу щодо кожного і-того фактора, що визначаються виходячи з умови: $a_i = 1$ – сприятливий для вибору прямого маркетингового каналу, $a_i = 0$ – несприятливий.

Щоб урахувати взаємний вплив факторів, що знаходяться в одній групі, необхідно розглянути загальний показник впливу щодо кожної групи факторів. Для його визначення й подальшого вибору оптимального маркетингового каналу пропонуються три методи. Два з них – розрахункові, а третій – графічний. Розрахункові методи передбачають визначення загальних показників впливу як суми часткових показників впливу щодо кожної групи факторів і подальший вибір типу маркетингового каналу за допомогою зіставлення отриманих значень. При цьому перший метод дозволяє уникнути впливу тих факторів, що не є важливими в конкретній ситуації та можуть призвести до прийняття неправильних рішень, шляхом розрахунку коефіцієнта невизначеності. Другий метод передбачає знаходження загальних показників впливу з урахуванням не тільки часткових показників, але й оцінок експертів щодо значущості кожного фактора. За результатами розрахунків обирається прямий чи непрямий маркетинговий канал або їх співзалежність у комбінованому каналі.

Відсутність чітко сформульованих управлінських процесів, що забезпечують контроль виробника за всім процесом переміщення товару до споживача й підтримку ним зворотного зв'язку з покупцем з метою з'ясування ступеня його задоволеності здійсненою купівлею, дозволила зробити висновок про необхідність удосконалення діючих інструментів продажів на вітчизняних підприємствах легкої промисловості та розробки відповідних методичних положень в області їх формування з урахуванням реальних ринкових умов і потреб покупців.

До формування комплексу відповідних маркетингових інструментів продажів на різних цільових ринках необхідно підходити виважено й обґрунтовано. На підприємстві повинна бути вироблена певна послідовність дій щодо управління продажами виробленої продукції, що дозволить упорядкувати процес її реалізації та забезпечити контроль за всіма учасниками руху товарів на всьому шляху від виробника до кінцевого споживача. З цією метою запропоновано алгоритм формування комплексу продажів, який дасть змогу врахувати всі основні управлінські процеси, що пов'язані з продажами готової продукції на підприємстві, починаючи з проведення ситуаційного аналізу маркетингового середовища та закінчуючи контролюючими заходами (рис. 2).

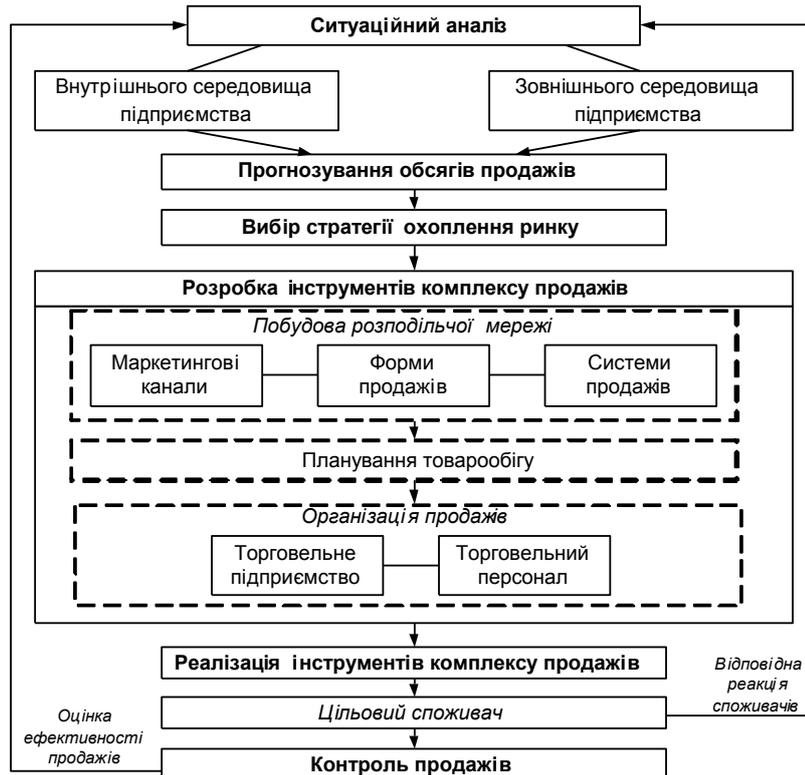


Рис. 2. Алгоритм формування комплексу продажів товарів підприємств легкої промисловості

Управлінські рішення щодо формування комплексу продажів товарів підприємства розглянуто в двох аспектах: стратегічному та тактичному. До стратегічного рівня управління продажами належить вибір стратегії охоплення ринку, формування розподільної мережі та планування системи товароруку. Саме ці рішення часто передбачають прийняття довгострокових зобов'язань перед іншими суб'єктами господарювання (посередницькими організаціями) та потребують певного обґрунтування. Тактичні управлінські дії спрямовані на поточне регулювання процесу продажів товарів підприємства та реалізацію таких форм його маркетингової активності, що забезпечують досягнення поставлених цілей. До них слід віднести дослідження зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, прогнозування, організацію і стимулювання продажів, аналіз результатуючих показників і проведення коригувальних заходів. Спільна реалізація стратегічних і тактичних управлінських рішень підприємства щодо продажів товарів сприяє формуванню оптимального комплексу продажів з урахуванням запитів споживачів і можливостей підприємства стосовно їх задоволення з найбільшою ефективністю для обох сторін.

Оскільки підприємства легкої промисловості виробляють продукцію, призначену переважно для власного користування, комплекс її продажів повинен бути, насамперед, орієнтований на кінцевого споживача, враховувати його потреби та вимоги до здійснення купівлі. Сфера роздрібною торгівлі як основна форма продажів товарів легкої промисловості індивідуальному споживачеві найбільшою мірою відображає його потреби й переваги. Для їх найкращого задоволення представляється доцільним об'єднання спільних зусиль з продажів з боку роздрібною торговця та виробника щодо реалізації таких тактичних інструментів комплексу продажів, як управління асортиментом і ціною продукції, мерчандайзинг, купівельний сервіс, мотивація торговельного персоналу.

Таким чином, автором здійснено теоретичне обґрунтування та методичне вирішення актуального науково-практичного завдання щодо формування комплексу продажів на підприємствах легкої промисловості, яке полягає у виявленні особливостей продажів товарів, формуванні системи відповідних маркетингових інструментів і розробці підходів до управління ними згідно з потребами кінцевих споживачів.

Література: 1. Ансофф И. Стратегическое управление / Сокр. пер. с англ. – М.: Экономика, 1993. – 426 с. 2. Большаков А. С. Современный менеджмент: теория и практика. – К.: Наукова думка, 2000. – 421 с. 3. Соколин М. П. Оперативное управление производством и поставками. – К.: Наукова думка, 1991. – 78 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні характеризується певними позитивними тенденціями, що притаманні практично всім складовим економічного простору. За цих умов однією з першочергових для будь-яких господарюючих суб'єктів стає завдання укріплення своїх позицій в ринковому середовищі. Особливо актуальною вона є для промислових підприємств, які за умов трансформації форм власності, розширення міжнародних економічних зв'язків згідно з тенденцією глобалізації, що викликає зміну ринків постачальників та споживачів, потребують розроблення методичного забезпечення, адекватного сучасним умовам господарювання, яке б сприяло активізації інвестиційної діяльності. Це зумовлює актуальність тематики дослідження.

Однією з умов сталого розвитку підприємства є активізація процесу інвестування, що повинна ґрунтуватися на інформаційній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища. Стрижнем такої взаємодії повинна стати інформація про здобутки та можливості підприємства, тобто про його інвестиційну привабливість. Теоретичні, методологічні, загальнометодичні питання інвестиційної діяльності та інвестиційної привабливості знайшли відображення в працях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як В. Беренс, І. О. Бланк, Т. В. Майорова, А. А. Пересада, В. Г. Федоренко, П. М. Хавранек, В. М. Хобта, А. І. Яковлев та ін.

Віддаючи належне науковій та практичній значущості праць учених, необхідно зазначити, що у вітчизняній і зарубіжній літературі недостатньо повно розкрито шляхи вирішення проблеми оцінювання інвестиційної привабливості підприємств, яка б узагальнювала результати господарювання не тільки за фінансовими, а й за всіма видами економічних ресурсів підприємства. Це зумовлює об'єктивну необхідність уточнення та подальшого розвитку даної проблеми.

У зв'язку з цим метою даної статті є висвітлення результатів дослідження щодо оцінки інвестиційної привабливості як основи інформаційної взаємодії підприємства з суб'єктами зовнішнього середовища.

Проведені дослідження довели, що інвестиційну привабливість промислових підприємств доцільно проводити у два етапи, визначивши на першому загальні тенденції, притаманні суб'єктам господарювання за допомогою методу багатовимірного факторного аналізу, і уточнюючи на другому етапі методом нейронних мереж. Застосування останнього є необхідною умовою підвищення точності оцінки, отриманої на першому етапі, для врахування нелінійності і вирогідності інвестування як динамічного процесу, що вимагає використання адекватних інструментів дослідження [1; 2].

Оскільки у попередніх проведених дослідженнях було доведено, що інвестиційна привабливість підприємств у стратегічному періоді залежить від ефективності використання всіх видів економічних ресурсів підприємства [3], а саме: фінансових, матеріально-речових і трудових, в систему досліджуваних показників були включені такі їх групи: ліквідності, рентабельності, ділової активності, фінансової стійкості, ефективності використання основних фондів, матеріальних ресурсів, продуктивності праці персоналу, його структури, а також показники, що характеризують екстенсивне та інтенсивне використання персоналу, застосування нематеріальних активів, інноваційну активність.

З метою практичного підтвердження висунутих положень було досліджено діяльність 19 підприємств машинобудівної галузі Харківської області.

Остаточні отримані результати факторного аналізу підприємств за галузями згідно зі значенням первинних даних за досліджуваний період 2003 – 2007 рр. свідчать про те, що запропонована система з наведених груп показників характеризується системністю і з достатнім ступенем достовірності уможливіє виявлення особливостей процесів самоорганізації даної сукупності підприємств у контексті їх інвестиційної привабливості. Цей факт підтверджує кількість факторів (п'ять), що пояснюють достатній відсоток (82%) кумулятивної дисперсії спостережень.

Аналізуючи отримані результати розрахунків інтегральних показників інвестиційної привабливості підприємств (значення яких за обмеженістю обсягу статті неможливо навести повністю), можна зробити висновок, що за універсальною шкалою Харрінгтона [4] переважна більшість підприємств усіх галузей є низько інвестиційно привабливими з позиції забезпечення і використання економічних ресурсів. Розподіл підприємств за якісними ознаками привабливості наведений у табл. 1.

Таблиця 1

**Розподіл досліджуваної сукупності промислових підприємств
за якісними ознаками привабливості**

Галузь промисловості	Якісна ознака привабливості	Питома вага підприємств у їх загальній кількості, %				
		2003	2004	2005	2006	2007
машинобудування і металообробка	середня	18,4	20,5	15,7	40,7	41,8
	низька	81,6	79,5	84,2	60,3	58,2

За даними табл. 1 машинобудівна галузь включає до свого складу в основному низько привабливі підприємства, але позитивним є те, що вони займають свої позиції усталено, практично не переміщуючись в інтервал дуже низької інвестиційної привабливості, тобто не погіршуючи свого економічного становища, до того ж питома вага середньо інвестиційно привабливих підприємств постійно зростає.

За допомогою пакета Statistica Neural Networks (StatSoft Inc.), який надає широкі можливості вибору різних типів нейронних мереж, проведено конструювання та дослідження моделей нейронних мереж для підприємств машинобудівної промисловості. У якості вхідних показників моделей будуть виступати часткові показники інвестиційної привабливості підприємств згідно з результатами факторного аналізу, а вихідним – розрахований інтегральний, що її характеризує.

Обґрунтування найбільш придатних за архітектурою та характеристиками моделей нейронних мереж проводилося в інтерактивному режимі на основі аналізу їх чутливості до кожного з вхідних показників за допомогою модуля Sensitivity Analysis (Аналіз чутливості). Результати моделювання показників інвестиційної привабливості для підприємств легкої, машинобудівної та харчової галузі є такими.

Для моделей багаторівневого перцептрону можна упорядкувати показники (фактори) згідно з отриманими рангами і визначити їх якісні групи, що характеризують відповідний вплив на інвестиційну привабливість (табл. 2).

Таблиця 2

Значущість впливу показників економічних ресурсів підприємств на інвестиційну привабливість за моделлю багаторівневого перцептрона

Галузь промисловості	Часткові показники економічних ресурсів, що впливають на інвестиційну привабливість		
	сильно	середньо	слабко
машинобудування і металообробка	питома вага працівників, зайнятих повний робочий день у їх загальній кількості; середньорічний виробіток на одного працюючого; фондовіддача; коефіцієнт загальної ліквідності; питома вага інноваційної продукції в обсязі реалізованої; питома вага витрат на маркетинг та рекламу	частка власних обігових коштів в активах; питома вага амортизаційних відрахувань у витратах на виробництво; питома вага відрахувань на соціальні потреби у витратах на виробництво; рентабельність сукупного капіталу; коефіцієнт оновлення основних виробничих фондів	питома вага витрат на оплату праці у витратах на виробництво; фондоозброєність; коефіцієнт автономії; питома вага трудових витрат у витратах на виробництво

Таким чином, проводячи моделювання оцінок показників інвестиційної привабливості підприємств за допомогою методу та інструментарію нейронних мереж [5], можна зробити такі висновки: найкращою моделлю для оцінки інвестиційної привабливості підприємств слід вважати моделі багаторівневого перцептрону; їх характеристики за кількістю вхідних показників, латентних шарів та їх елементів, коефіцієнтів кореляції дещо відрізняються, але за критеріями якості ці моделі поєднують добру апроксимацію і прогнозування, про що свідчать результати навчання моделей; оцінювання інвестиційної привабливості підприємств доцільно здійснювати на основі аналізу показників всіх видів економічних ресурсів: фінансових, матеріальних, трудових та нематеріальних активів, з урахуванням їх різної чутливості; феномену інвестиційної привабливості промислових підприємств та процесам капіталовкладень взагалі притаманні складність, нелінійність та поступовість перетворень.

Проводячи моделювання оцінок показників інвестиційної привабливості підприємств різних галузей за допомогою методу та інструментарію нейронних мереж [7], можна зробити такі висновки.

Найкращою моделлю для оцінки інвестиційної привабливості підприємств слід вважати моделі багаторівневого перцептрону; їх характеристики за кількістю вхідних показників, латентних шарів та їх елементів, коефіцієнтів кореляції дещо відрізняються, але за критеріями якості ці моделі поєднують добру апроксимацію і прогнозування, про що свідчать результати навчання моделей; оцінювання інвестиційної привабливості підприємств доцільно здійснювати на основі аналізу показників всіх видів економічних ресурсів: фінансових, матеріальних і трудових, з урахуванням їх різної чутливості; феномену інвестиційної привабливості промислових підприємств та процесам капіталовкладень взагалі притаманні складність, нелінійність та поступовість перетворень.

Таким чином, можна зробити висновок, що найбільш прийнятними методами дослідження інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання є факторний аналіз, застосування якого на першому етапі дозволяє визначити загальні тенденції і значущі показники, що її характеризують



та метод нейронних мереж, який враховує нелінійність економічних процесів, а саме процесу інвестування, дозволяє підтвердити або відкинути версію про склад системи часткових показників визначення інвестиційної привабливості, уточнити кількісне значення інтегрального, отримати однозначні економічні результати, які адекватно описують бізнес-процеси функціонування суб'єкта господарювання в нестабільному середовищі, тобто в трансформаційних умовах розвитку економіки України.

Результати проведених досліджень є підґрунтям для подальших наукових розвідок щодо використання методів факторного аналізу, нейронних мереж і нечітких множин у дослідженнях інвестиційних процесів суб'єктів господарювання промисловості.

Література: 1. Капица С. П. Синергетика и прогнозы будущего / С. П. Капица, С. П. Курдюмов, Г. Г. Малинецкий. – 2-е изд. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 288 с. 2. Николис Г. Самоорганизация в неравновесных системах. От диссипативных структур к упорядоченности через флуктуации / Г. Николис, И. Пригожин – М.: Мир, 1979. – 512 с. 3. Майорова Т. В. Инвестиційна діяльність. Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2003. – 376 с. 4. Гриньова В. М. Проблеми розвитку інвестиційної діяльності. Монографія / В. М. Гриньова, В. О. Коюда, Т. І. Лепейко, О. П. Коюда; [За заг. ред. В. М. Гриньової – Харків: Вид. ХДЕУ, 2002. – 464 с. 5. Нейронные сети. STATISTIKA Neural Networks / Пер. с англ. – М.: Горячая линия. – Телеком, 2002. – 182 с. 6. Беренс В. Руководство по оценке эффективности инвестиций / В. Беренс, П. М. Хавранек; [Пер. с англ., перераб. и дополн. изд. – М.: АОЗТ "Интерэксперт", "ИНФРА-М", 1995. – 528 с. 7. Бланк И. А. Управление использованием капитала. – К.: Ника-центр, Эльга, 2000. – 652 с. 8. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент: Учебный курс. – К.: Ника-центр, Эльга, 2001. – 448 с. 9. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом. – К.: ТОВ "Лібра", 2002. – 472 с.

Яцура В. В.

УДК 658.050.3

Литвин А. Л.

СИСТЕМА ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ ПОКАЗНИКА ЕКОНОМІЧНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

Для виконання цілей забезпечення ефективності діяльності будь-якого суб'єкта підприємництва реалізуються відповідні управлінські рішення. Вони ґрунтуються на системі комплексних показників оцінки ефективності функціонування структурних підрозділів підприємства. У сучасних ринкових умовах питання розробки нового механізму управління ефективністю, який би дозволяв оцінювати діяльність підприємства в довгостроковій перспективі з урахуванням вартісно-економічних аспектів бізнесу, набирає дедалі більшої гостроти.

Останніми роками в закордонних і вітчизняних виданнях усе більша увага приділяється підходам до оцінки ефективності діяльності підприємства. Серед них – визначення рентабельності бізнесу з позиції власників підприємства. Дана наукова проблематика розглядається багатьма авторами, серед яких можна виділити праці С. Штерна (автор концепції EVA \square), Д. Янга, А. Дамодарана, С. Вівера, В. Смірнова, С. Расказова, М. Осіпова, А. Грязнова, Д. Присянкін, Ю. Волкова та ін.

Модель EVA \square є ще досить молодою, особливо для вітчизняної економіки, де вона, по суті, ще не застосовується. Основними перешкодами, що виникають перед власниками українських підприємств виступають: необхідність зміни корпоративної культури та способу мислення менеджерів, а безпосередньо при розрахунку показника економічної доданої вартості – оцінка вартості капіталу і його ціни.

Основними цілями даної статті є дослідження сутності універсального абсолютного показника ефективності діяльності підприємства, висвітлення потенційних позитивних і негативних результатів впровадження системи управління на основі такого показника і перспективи такого впровадження на вітчизняних підприємствах.

Сучасні підходи до здійснення управління ефективністю передбачають орієнтування всіх учасників та зацікавлених сторін підприємницької діяльності на максимізацію вартості фірми. Це принесе вигоди як власникам, інвесторам та всім працівникам. Вартість підприємства (бізнесу) поступово стає критерієм оцінки ефективності його функціонування. Динамічне збі-

© Яцура В. В., Литвин А. Л., 2008

льшення вартості суб'єкта бізнесової діяльності відбувається під впливом конкретних функцій управління його вартістю на основі комплексного врахування всіх аспектів системи управління ефективністю бізнесу.

Традиційні фінансові коефіцієнти хоч і оцінюють певні сфери діяльності підприємства, проте вони є дуже громіздкими. Тому і відбуваються пошуки універсального показника ефективності. Для визначення ефективності управління підприємством Стюарт Штерн запропонував використовувати показник економічної доданої вартості EVA (economic value added). Він розробив концепцію під назвою "Система управління на основі показника EVA" (EVA-based management), яка є системою фінансового управління. Вона служить основою для ухвалення рішень основним і допоміжним персоналом та дозволяє моделювати, відслідковувати, ухвалювати й оцінювати прийняті рішення з єдиною метою: додавання вартості до інвестицій акціонерів [1].

Економічна додана вартість (EVA) дорівнює прибутку підприємства від звичайної діяльності за винятком податків, зменшеним на величину плати за весь інвестований у підприємство капітал. Цей показник можна зобразити у вигляді формули:

$$EVA = P - (K \times C),$$

де EVA – економічна додана вартість;

P – чистий операційний прибуток після сплати податків до виплати дивідендів;

K – задіяний капітал;

C – вартість капіталу [2].

Ефективність будь-якої бізнесової діяльності є ширшим поняттям, ніж просте розуміння прибутковості, і саме на нівелювання цього стереотипу покликано використання більш ширшого ніж прибутковості узагальнюючого показника – економічна додана вартість.

Даний показник використовується для оцінки ефективності діяльності підприємства з позиції його власників. Вони вважають, що діяльність підприємства має для них позитивний результат у випадку, якщо підприємству вдалося заробити більше, ніж становить прибутковості альтернативних вкладень. Цим пояснюється той факт, що при розрахунку EVA із суми прибутку віднімається не тільки плата за користування позиковими коштами, але й власним капіталом.

У розвинутих країнах цей показник розраховується фондовими біржами централізовано й публікується у відкритих джерелах і оновлюється майже щохвилинно, оскільки для інвесторів він дуже важливий. Що стосується українських підприємств, то цей показник досить точно розрахувати неможливо через нерозвиненість фондового ринку [3]. Проте, це не єдина перешкода на шляху впровадження системи управління на основі показника EVA у практику вітчизняних підприємств. На думку автора, основними з них є:

1. Психологічна неготовність власників і менеджерів підприємств до використання показника економічної доданої вартості як основного критерію ефективності.

2. Необхідність здійснення додаткових фінансових затрат і організаційних заходів при впровадженні показника EVA в бухгалтерську і фінансову звітність.

3. Необхідність переорієнтації головної мети діяльності підприємств – отримання максимального прибутку – на мету, що полягає в спрямовуванні зусиль на збільшення вартості підприємств.

4. Потреба у формуванні нової системи мотивування на основі преміювання менеджерів за досягнення певного рівня показника EVA.

5. Низький рівень розвитку національного фондового ринку ускладнює процес використання показника економічної доданої вартості в ролі основного критерію успішності підприємств.

Зважаючи на дані перешкоди, на сучасному етапі розвитку вітчизняної системи менеджменту доводиться оцінювати лише його приблизне значення.

Необхідно також розглянути особливості та етапи реалізації моделі управління на основі EVA:

Етап 1. Насамперед, необхідно виробити довгострокову стратегію на основі оцінок перспектив розвитку компанії. Для цього варто проаналізувати альтернативні стратегії й вибрати найбільш оптимальну з них. Природно, обрана стратегія розвитку компанії повинна постійно аналізуватися на предмет її відповідності поточної ринкової ситуації.

Етап 2. Менеджери повинні прийти до усвідомлення ідеології EVA. Досить часто вони орієнтуються на короткострокові завдання, наприклад, на збільшення прибутку в поточному періоді. Проте, менеджмент компанії має чітко усвідомлювати той факт, що в операційній роботі використовується акціонерний капітал, що має певну вартість. Її величина не повинна бути нижчою за середньоринкову прибутковості у даному сегменті ринку.

Етап 3. Розробляється розрахункова методологія й визначаються цільові індикатори (рентабельність інвестованого капіталу ROCE, коефіцієнти, що відображають структуру капіталу компанії, показники ліквідності балансу, величина оборотного капіталу і т. д.). На даному етапі необхідно сформулювати розрахункові моделі основних параметрів, що беруть участь у формуванні EVA. Зокрема, необхідно визначити:

методику розрахунку чистого прибутку з обліком усіх коригувальних показників;

методику розрахунку розміру капіталу з визначенням його оптимальної структури;

мінімальний рівень прибутковості за структурними підрозділами (проектами, продуктами, напрямками бізнесу);



систему планування поточної діяльності й формування прогнозних бюджетів;
систему мотивації й оцінки результатів роботи персоналу з метою їх орієнтації на підвищення значення EVA[®] для всієї компанії в цілому.

Етап 4. На завершальній стадії дана модель управління впроваджується в поточну операційну діяльність організації. Керівництво усвідомлює необхідність використання вартісного підходу до управління бізнесом, пов'язаного з розробкою відповідних управлінських технологій, зокрема: збалансованої системи показників, побудови бюджетних моделей на базі багатомірних аналітичних кубів тощо [4].

Значення показника EVA[®] зумовлює поведінку власників, тому розглянемо такі три варіанти значення показника EVA[®] і відповідну потенційну реакцію власників:

1. $EVA = 0$ – демонструє, що ринкова вартість підприємства дорівнює балансовій вартості чистих активів. У цьому випадку ринковий виграв власника при вкладенні в дане підприємство коштів дорівнює нулю, тому він отримує однаковий результат, продовжуючи операції на даному підприємстві або вкладаючи кошти в банківські депозити.

2. $EVA > 0$ – означає приріст ринкової вартості підприємства над балансовою вартістю чистих активів, що стимулює власників до подальшого вкладення коштів у підприємство.

3. $EVA < 0$ – призводить до зменшення ринкової вартості підприємства. У цьому випадку власники втрачають вкладений у підприємство капітал за рахунок втрати альтернативної прибутковості [5].

Виходячи із залежності між ринковою вартістю підприємства і кількісними значеннями EVA[®], підприємство повинне планувати майбутні значення цього показника для визначення напрямку дій власників щодо інвестування своїх коштів.

Очікування майбутніх значень EVA[®] впливає на зростання ціни акцій підприємства. Якщо очікування суперечливі, то буде коливатися ціна акцій, і в короткостроковій перспективі неможливо буде провести чітку залежність між значеннями EVA[®] і ціною акцій підприємства. Тому завдання планування прибутку, а разом з ним планування структури й ціни капіталу є першочерговим завданням менеджменту підприємства. Чим вищий професіоналізм і кваліфікація керівництва підприємства, тим вищим, за інших рівних умов, є значення показника EVA[®] і точність планування. Саме цим пояснюється той факт, що на великих підприємствах високорозвинутих держав значення EVA[®] є основою преміювання менеджерів, які стають більш зацікавленими в зростанні прибутковості підприємства й зростанні EVA[®]. Адже менеджерам доводиться постійно думати не тільки про те, як отримати швидкий прибуток, але й про те, як підвищити віддачу від наявного капіталу. У підсумку ухвалені ними рішення спрямовані на максимізацію прибутку в довгостроковому періоді. Найманий менеджер, дохід якого залежить від рівня EVA[®], починає ухвалювати рішення в інтересах власника – хоче він цього чи ні. Отже, EVA також виступає основою мотивації.

Зрозуміло, що такий підхід до визначення ефективності управління підприємством має певні недоліки, серед яких:

1. Твердий зв'язок винагороди й показника EVA[®] може привести до ухвалення рішень, спрямованих на короткострокові вигоди від зниження витрат і використання активів, у яких закінчився строк амортизації.

2. Система показників складається тільки з фінансових показників, що призводить до недооцінки таких факторів довгострокового успіху, як знання персоналу, інформаційні технології, корпоративна культура.

3. Більш орієнтована на короткострокову перспективу, ніж на довгострокову.

Отже у даній статті проаналізовано передумови запровадження системи управління на основі показника EVA[®], з'ясована його сутність і роль в успішності діяльності підприємства, а також виокремлено певні недоліки такої системи. Загалом, підбиваючи підсумок, можна визначити таку роль показника економічної доданої вартості в оцінці ефективності діяльності підприємства:

- вимірювання реальної прибутковості підприємства;
- управління підприємством з позицій його власників;
- налагодження тісніших контактів із власниками та акціонерами;
- мотивування менеджерів;

при його правильному застосуванні підвищується прибутковість підприємства за рахунок поліпшення використання капіталу, а не за рахунок спрямування основних зусиль на зменшення витрат на користування капіталом.

Враховуючи особливості вітчизняної економіки та політичної ситуації в нашій державі, концепцію EVA[®] було б доцільно застосовувати не тільки на окремих підприємствах у внутрішніх системах оцінки ефективності й т. п., але й на державному рівні для визначення ефективності ухвалених важливих рішень загальнодержавного характеру.

Література: 1. Леденёв Е. Е. BSC и EVA[®] – конкуренты или союзники? // http://ukrbiz.net/rus/a_pages/9197/.
2. Чернов А. EVA – райская система мотивации // http://hr-land.com/pages/art20080324_40772.html.
3. Данильченко С. С. Вартісна оцінка ефективності діяльності підприємств пиво-безалкогольної галузі України // <http://arenta-group.com/ua/showarticle/64.html>.
4. Янгель Д. Модель EVA: орієнтація на стоимость // <http://www.intalev.ua/?id=11496>.
5. Ларионова Е. Экономическая добавленная стоимость // <http://masters.donntu.edu.ua/2004/fem/baranovskaya/lib/article3.html>.

СКЛАДОВІ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БРЕНДА ПІДПРИЄМСТВА: ЕКОНОМІЧНА ТА СОЦІАЛЬНА

У сучасних умовах ринкового середовища, широкого вибору та диференціації товарів конкурувати підприємствам без сильної торгової марки, яка могла б забезпечити унікальність, неповторність та диференціацію, практично неможливо. Створення та підтримка дійсно сильного бренда є складним та ризикованим завданням сучасного бізнесу. Складним, оскільки єдиного шляху в цьому питанні не існує. Мають місце правила брендингу, але виключень з них стільки, скільки самих правил. Ризикованість розвитку бренда очевидна, оскільки на створення, підтримку та його розвиток потребується як час, так і значні інвестиційні та маркетингові зусилля, які повинні забезпечувати компанії отримання очікуваних прибутків [1].

Складність та ризикованість процесу створення, підтримки та розвитку бренду підприємства зумовлюють необхідність управління цим процесом, який повинен носити стратегічний і комплексний характер. Існуюча проблема теоретичного обґрунтування та практичних рекомендацій щодо створення ефективної системи управління брендом підприємства привертає все більшу увагу вітчизняних і зарубіжних вчених [1 – 6].

Недостатньо вирішеним є питання оцінювання ефективності використання бренду підприємства. Тому метою статті є висвітлення пропозицій щодо оцінювання ефективності бренду підприємства в економічному і соціальному аспектах.

Для підвищення ефективності процесу управління брендом та забезпечення в майбутньому стабільної прибутковості підприємства необхідно враховувати декілька моментів. По-перше, це використання ефективних методів та інструментів у процесі формування марочних стратегій та забезпечення стабільності бренду в довгостроковій перспективі внаслідок використання зарубіжного досвіду. По-друге, це наявність цільової спрямованості процесу, тобто чітке розуміння та визначення того, якою і через скільки років повинна стати торгова марка. По-третє, це орієнтація на споживачів, яка полягає у визначенні їх потреб, побажань, задоволеності, асоціацій, установок та ін., для забезпечення високого рівня лояльності споживачів, що виступає передумовою довгострокового успіху торгової марки та компанії в цілому [1].

Управління брендом повинно бути зорієнтовано на створення образу бренду товару або підприємства, який перетворюється на імідж завдяки об'єднанню маркетингових зусиль, а в довгостроковій перспективі зумовлює зростання сили бренду, яка, в свою чергу, забезпечить в майбутньому стабільну капіталізацію підприємства.

Існують різні точки зору вчених на визначення сили бренду. Так, на думку П. Фелдвіка, сила бренду – це ступінь споживчої вірності бренду, показником якої є цінова премія, яку споживачі готові платити за марку [2]. Ж. Н. Капферер під сильним брендом розуміє ім'я, яке впливає на споживачів через цінність, що їм пропонується, та підтримується гарним економічним результатом [3, с. 409].

Таке визначення має два підходи, які основані на споживчій цінності та економічній вартості бренду. Вони спираються на загальне слово *value*, тобто цінність/вартість, але мають як зв'язок, так і розходження.

Вартість в економічному сенсі означає отримання прибутку підприємством внаслідок реалізації товару через ефективний маркетинг і комунікації. Але бренд не буде мати вартості, якщо він не призводить до отримання додаткового економічного ефекту внаслідок перевищення доходів над інвестиціями.

Під цінністю бренду для споживачів розуміється ідеал, якого необхідно досягти для мобілізації енергії та вибору споживача [3, с. 410]. Цінність товару для споживача – це співвідношення між отриманими вигодами та витратами, що приймаються споживачем та приносять йому задоволення [4].

У свою чергу, задоволення від торгової марки – це асоційовані з брендом емоційні, гедоністичні та практичні вигоди [5, с. 194].

Таким чином, бренд може бути сильним тільки за наявності значної кількості лояльних споживачів, що мають високий рівень задоволеності продукцією підприємства, яка приносить радість в процесі споживання, а фінансова вартість бренду залежить від додаткової вартості внаслідок зростання споживання товарів.

Крім того, як відзначено в роботі Д. Д'Алессандро [1], сильний бренд має декілька значних переваг перед іншими брендами на ринку завдяки тому, що спричиняє вплив на тільки на споживчу аудиторію, а й на персонал підприємства, торговців і дистриб'юторів, оскільки:

компанії з сильним брендом мають можливість залучати до роботи найкращих талановитих спеціалістів;

колективи робітників таких підприємств відрізняються високим рівнем динамізму, відсутністю бюрократизму, бажанням висувати нові ідеї;

сильні торгові марки мотивують робітників до досягнення більш високих результатів праці, прийняття найбільш ефективних рішень;

відомі бренди приваблюють дистриб'юторів, які прагнуть співпрацювати з підприємством на більш вигідних умовах;



до співпраці будуть прагнути найкращі представники роздрібною торгівлі, оскільки наявність в залах їх магазинів відомого бренду буде сприяти підвищенню їх репутації та зацікавить інших великих партнерів;

сильна торгова марка допомагає в прийнятті складаних управлінських рішень, визначає пріоритети витрат ресурсів;

сильні бренди сприяють виникненню в організації певної корпоративної культури, відчуття належності до загальної справи, розуміння цілей та спрямованості дій.

У зв'язку з трансформаційними, швидкозмінними умовами соціально-економічних перетворень в Україні суб'єктам господарювання доцільно працювати над формуванням позитивного іміджу, який може принести більш швидкі й відчутні результати та використовуватися як додатковий інвестиційний ресурс через бренд підприємства [6, с. 296].

Важливим аспектом у процесі управління брендом для підприємства виступає оцінка ефективності бренду, яку пропонується розглядати з позиції двох основних аспектів: економічної і соціальної ефективності.

Оскільки ефективність використання бренду залежить від іміджу підприємства, то оцінку його економічної ефективності необхідно здійснювати на основі комплексного підходу з урахуванням змін, які можуть виникнути у зацікавлених сторін торгової марки у процесі комунікацій, а також з урахуванням власних економічних результатів підприємства, тобто прибутків, які генеруються брендом як нематеріальним активом підприємства. Проведення такої оцінки необхідно здійснювати з використанням кількісних методів оцінювання.

Соціальну ефективність як складову оцінки ефективності бренду пропонується розглядати з позиції емоційної привабливості бренду для споживачів, тобто вдовolenня, яке отримується ними в процесі використання торгової марки, а також для інших суб'єктів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Система соціальної ефективності бренду складається з чотирьох складових емоційного вимірювання задоволеності торговою маркою: соціологічної, психологічної, культурної та ідеологічної. Фактори вдовolenня та невдовolenня брендом кожної складової описано в роботі Я. Еллвуда [5, с. 193 – 212]. Для проведення оцінки соціальної ефективності бренду, яка має емоційну природу, можна використати методи якісного аналізу, тобто експертні опитування.

Складові та суб'єкти оцінки ефективності бренду для підприємства наведено на рисунку.



Рис. Складові та суб'єкти оцінки економічної ефективності бренду для підприємства

На підставі узагальнення існуючих в економічній літературі методик оцінки вартості (капіталу) бренду, їх переваг та недоліків, було запропоновано оцінювати вартість бренду для підприємства на основі дохідного методу за допомогою коригування величини середньорічного прибутку підприємства за період не менше, ніж п'ять років, на коефіцієнт, який характеризує комплексний імідж підприємства в зовнішньому середовищі серед професіоналів і цільових груп споживачів [6].

Коефіцієнт коригування прибутку підприємства необхідно розраховувати для відокремлення прибутку, який пов'язаний з реалізованими маркетинговими заходами та інвестиціями, спрямованими на створення, підтримку та розвиток бренду. Цей коефіцієнт пропонується отримувати експертним шляхом у результаті опитування маркетологів і спеціалістів підприємства, торгових представників, цільових груп споживачів.

Таким чином, для проведення кількісної оцінки ефективності бренду підприємства необхідно розробити систему показників для кожної складової та суб'єкта, а оцінювання соціальної ефективності потребує анкетування суб'єктів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. На підставі узагальнюючих результатів оцінки ефективності бренду з використанням методів багатфакторного кореляційно-регресійного аналізу можна визначити причинно-наслідковий зв'язок між економічною і соціальною ефективністю використання бренду підприємства.

Подальшим напрямком дослідження є обґрунтування системи показників для оцінки економічної і соціальної ефективності бренда підприємства та практичне використання запропонованого методичного підходу на промислових підприємствах.

Література: 1. Д'Алессандро Д. Войны брендов: 10 правил создания непобедимой торговой марки – СПб.: Питер, 2002. – 224 с. 2. Feldwick P. What is brand equity anyway, and how do you measure it? // Journal of market research society. – 1996. – № 38(2). – Рр. 85 – 104. 3. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Пер. с англ. Е. В. Виноградовой; [Под общ. ред. В. Н. Домнина. – М.: Вершина, 2007. – 448 с. 4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. с англ.; [Под ред. Л. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 752 с. 5. Эллууд Я. 100 приемов эффективного брендинга / Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с. 6. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади: Монографія. – 2-ге вид. – Харків.: ВД "ІНЖЕК", 2004. – 488 с.

УДК 332.14

Бушко А.

СТВОРЕННЯ МАРКИ ПРОДУКТУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ГОСПОДАРЧОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Марка товару – це не тільки виключно товарний знак (логотип продукту). Вона має набагато ширший вимір і охоплює не тільки фізичні ознаки товару/послуги, ціну, сервісну підтримку, якість, але також і якість стосунків між працівниками, репутацію постачальника, його розпізнавальність на ринку та лояльність покупців. Та остання характеристика оцінюється на основі проведення клієнтом послідовних закупівель [1].

У Польщі також ведуться роботи над створенням відповідної марки виробу. Наприклад, "Тепер Польща" ("Teraz Polska") є некомерційним конкурсом, котрий скерований на знаходження найкращих продуктів і послуг. Це стосується як нових продуктів, так і вже визнаних торгових марок. Аплікації висилаються до Галузевої Комісії Експертів, котрі надають повноваження використовувати марку "Тепер Польща". Лауреати цього конкурсу мають право на:

- розміщення знаку "Тепер Польща" на продукті/послугі;
- розміщення поруч з назвою/логотипом фірми-лауреата інформації про здобуті права у всіх рекламних матеріалах;
- участь в рекламних кампаніях, котрі організуються фондом "Зараз Польща";
- використання знижок, котрі Фонд організував для своїх членів і лауреатів;
- презентацію лауреатів на торгах, виставках, в котрих бере участь Фонд;
- підтримку лауреатів Фондом проекспортної діяльності;
- членство в Клубі "Тепер Польща" [2].

Метою даної статті є презентація основних засад створення марки продукту в умовах соціально-господарчої трансформації. У роботі прийнято гіпотезу, котра має такий зміст: використання марки буде сприяти досягненню успіху ринковим підприємством. Методом дослідження буде індукція. Прийняття наведеної вище мети і гіпотези виникає з різниць, котрі існують в окремих видах економік.

У результаті трансформації фірми опиняються у новому середовищі. Воно дуже відрізняється від того, що було раніше. У польських умовах трансформація означає перехід від економіки недобору (планової) до ринкової. Впроваджені реформи, а саме:

приватизація, лібералізація і ліквідація монополій, звільнення цін, нова податкова система, обмеження централізованої алокації інвестиційних завдань, змушують підприємства впроваджувати ефективні стратегії [3].

Між перехідною, ринковою та економікою недобору (плановою) існує значна різниця. Її можна зауважити не тільки на рівні умов діяльності підприємства, але також і його оцінки (табл. 1).

Таблиця 1

Різниці між перехідною, плановою і ринковою економіками

Конкретизація	Перехідна економіка	Планова економіка	Ринкова економіка
Середовище	Перехід від однієї системи до іншої	Стабільне під впливом влади	Змінне
Розмір змін	Широкий	Селекційний	Різкий
Рівень доступу до ринку	Використовує можливість незайнятих ніш	Згідно з директивами	Вільний
Головні бар'єри на шляху розвитку	Обмеження типу попиту – пропозиція	Пропозиції	Попиту
Доступ до засобів	Селекційний	Обмежений	Повний
Оцінка підприємства	Мішані показники	Кількісні показники	Фінансові показники
Міжнародна співпраця	Обмежена	Лімітована	Вільна
Використання засобів	Мішане	Матеріальне	Нематеріальне

© Бушко А., 2008



У плановій економіці основою оцінки підприємства були кількісні показники. Увага зверталася тільки на план в його мовній формі, а фінансові показники виконували другорядну роль. Натомість у ринковій економіці ситуація кардинально змінюється. Кожна діяльність є типово комерційною. Підприємство повинно приносити конкретну користь, котру можна предствити за допомогою точних фінансових показників. Їх відсутність у перспективі загрожує банкрутством такого суб'єкта господарювання. Різниця стосується також доступу до засобів. У плановій або перехідній економіці доступ є селективним. Натомість у ринковій доступ до засобів є повністю вільний. Підприємства мають повну можливість розпочати міжнародну співпрацю. У інших моделях економіки така співпраця більшою мірою обмежена і вимагає ліцензій або інших адміністративних дозволів. Наслідком різниці діяльності є прийняття фірмами, котрі діють в умовах ринкової економіки, великої кількості показників їх оцінки. Варто також звернути увагу на використання засобів. У плановій економіці головне значення надається матеріальним засобам (землі, праці і капіталу). У ринковій найбільшу вагу мають нематеріальні засоби (інформація, знання, інтелектуальний капітал) [4]. Марка продукту відноситься до важливих нематеріальних засобів і саме тому заслуговує на окреслення її значення.

Марка є функцією ціни, користі з купленого товару, якості та очікуваного сервісу. Якщо марка високо оцінюється покупцями (і також є дуже розпізнавальною), то такі клієнти очікують певні характеристики продукту, високу якість і необхідний сервіс. Клієнт не залишиться без належної опіки після продажу. Відповідну товарну марку завжди порівнюють із загальним стандартом товару. Прикладом тут можуть бути так звані глобальні марки (наприклад Coca-Cola, Mercedes-Benz, Levi, Nike), котрі здобувають покупців на кожній географічній ширині. Фактором, який сприяє цьому процесу, є загальна глобалізація (розвиток Інтернету) та переміщення людей. Подорожі призводять до того, що клієнти, котрі звикли до певних товарів/послуг у своїй рідній країні, роблять подібні закупівлі в іншому місці проживання. Таким чином, марка товару:

- дозволяє виділити товар серед інших, які знаходяться на цьому ринку;
- служить як символ, котрий клієнти легко розпізнають;
- є вирішальним фактором під час вибору;
- сполучає продукт із фірмою.

Створення відповідної товарної марки є тяжким явищем і завданням, котре навіть для відомих фірм не завжди закінчується успіхом. Прикладом тут може бути концерн Coca-Cola, котрий зі значним успіхом розповсюджує напій під тією назвою. Товар повсюдно розпізнається і є доступний на всіх можливих ринках. Натомість кавовий напій Georgia, того самого концерну, вже не можна віднести до такого показового успіху (за винятком ринків Японії і Південної Кореї).

Глобальна марка (така, яка знаходиться на усіх континентах) дає можливість підприємству дістатися до значної групи клієнтів, зменшити кошти неогоціаній закупівель із торговими посередниками. Глобальна марка є козирем виробника. Дозволяє впроваджувати нові продукти. Відома англійська фонографічна фірма Virgin свою марку перенесла на авіалінії, залізничний транспорт, весільне вбрання, і навіть фінансові послуги. K. Cravenes, E. G. Oliver, S. Ramamoorti опрацювали індекс репутатії підприємства. До його складу увійшли такі групи компонентів:

- продукт (контроль якості, надані поруки і гарантії, маркова продукція, дбальість про добре ім'я фірми);
- працівники (проведені курси і навчання, виконані обов'язки перед робітниками, аванси);
- постачальники (проведені вчасно розрахунки, дбальість про якість доставок);
- партнери (термін співпраці, кількість спорів, форма кооперації);
- конкуренти (форми суперництва, частка на ринку);
- середовище (дбальість про екологію, утримання норм продукції);
- суспільство (підтримка місцевих ініціатив, подарунки, допомога тим, хто потребує допомоги);
- фінансова позиція (оборот, чистий прибуток, економічна додана вартість);
- організаційна культура (надання підтримки працівникам, доступ до засобів знань, реакція на потребі робітників, натиск на етику поведінки, дотримання звичайних правил і норм);

нематеріальні засоби (створювана клієнтами характеристика і відгуки в формі безпосередніх розмов, кількість лояльних клієнтів, котрі постійно купують певний продукт, організаційна структура, яка дає можливість еластично діяти і створює повну комунікацію між працівниками) [5].

Беручи до уваги велике значення марки для підприємства з'явився ряд класичних моделей діяльності, які звертають увагу на характеристичні засади створення марки. Однією з них, котра зосереджується на комплексному підході, є модель, показана на рис. 1

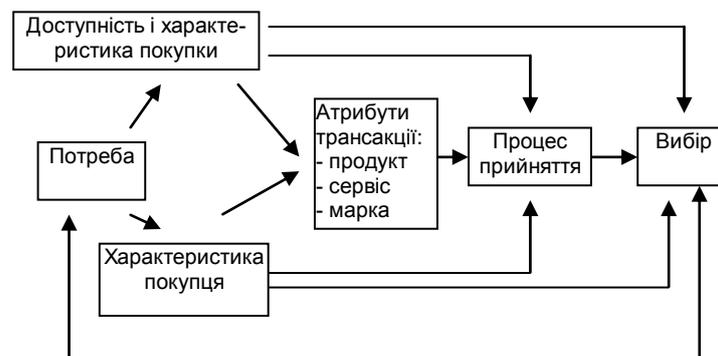


Рис. 1. Модель формування марки [6]

Вибір товару пов'язаний з потребою клієнта. Потреба може виникати зі справжньої необхідності (відсутності товару/послуги) або з маркетингової діяльності підприємства. Клієнт приймає рішення на основі стану знань, освіти, місця проживання, статі (жіночий/чоловічий), віку, культури тощо. Саме тому та сама марка товару в різному середовищі, як правило, має гранично різне значення. В одному буде позитивно асоціюватися, а в іншому буде означати вимірну страту і відсутність зацікавленості. Наприклад, конкретна марка книгарень для студентів, учителів, митців та інших відрізняється своїми характеристиками, від, наприклад, тієї, яку дадуть представники соціального маргінесу. Важливим аспектом формування марки є доступність і характеристика покупки. Не кожен продукт чи послуга повинен бути загально доступним і дешевим. Вироби мають бути призначені для певної групи користувачів, для котрих низька ціна є навіть важливим фактором під час покупки. Такий продукт підкреслює фінансовий статус людини. Дуже дешева річ, у певному середовищі, може його знецінити. Покупець бере до уваги усі наведені вище аспекти і робить відповідний вибір.

У свою чергу D. Grace і A. O'Case опрацювали модель (рис. 2), яка дозволяє формувати марку товару/послуги. Вона звертає увагу як на ознаки самого продукту, так і на формування думки оточення. На думку цих авторів кожен продукт/послуга повинен бути дуже старанно виокремлений на ринку. Саме тому він повинен мати не тільки назву, а і своє лого. Більш того, постачальник повинен намагатися, щоб його продукт відрізнявся від конкурентів формою і кольором. Завдяки цій ідеї (в процесі рекламної акції – введення на ринок) пляшка Соса-Сола отримала нову форму. Скляна упаковка із відповідним профілем, а також яскравий логотип на фоні темного напою не мала відношення до решти конкурентів. Завдяки цьому потенційні покупці швидко виділили і відмітили цей напій.

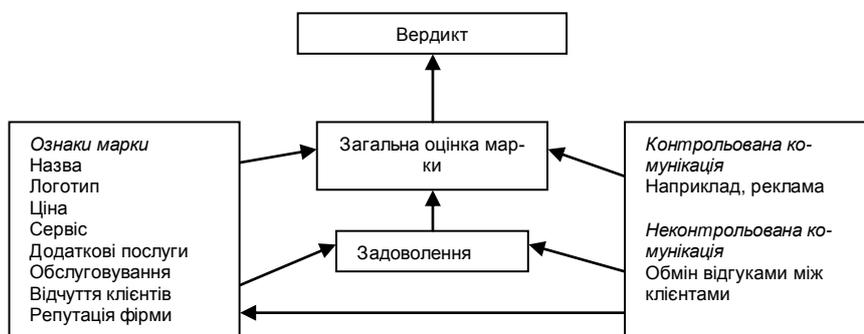


Рис. 2. Модель формування марки продукту згідно з D. Grace і A. O'Case [7]

Вердикт щодо певного товару/послуги є рішенням клієнта. Оскільки клієнт більш-менш свідомо приймає рішення, то він звертає увагу не тільки на ряд характеристик продукту, але на нього також впливає і так звана контрольована і неконтрольована комунікація. Загальна оцінка марки ставить відгук (негативний або позитивний) потенційного покупця. Він формується під впливом більш-менш глибокого аналізу.

У тому випадку, коли аналіз дав позитивний результат і клієнт завдяки покупці отримав високий рівень задоволення, він стає не тільки "одноразовим" покупцем, але і в майбутньому буде реалізовувати наступні закупівлі [8]. Це пов'язано з відчуттям придбання товару, що приносить покупцеві велике задоволення. Це почуття створюється не тільки аналізом ціни здобутої разом із товаром сукупності вартостей, але також і оцінкою обслуговування працівниками продавця, рівня сервісу і додаткових послуг. Наприклад, Toyota робить великий акцент на сервісному обслуговуванні куплених автомобілів. Згідно з думкою користувачів цієї категорії автомобілів, сервісне обслуговування є одним із головних аспектів прийняття рішення щодо закупівлі автомобіля. На протилежному полюсі знаходяться відгуки стосовно сервісу фірми KIA. Ряд потенційних клієнтів відмовляється купувати цю марку, бо недостатня характеристика обслуговування є негативною. Так є навіть тоді, коли автомобіль марки KIA має ряд інших важливих показників: цікава ціна, довша ніж середня гарантія, повне обладнання, зручність і безпека. Негативну репутацію дала так звана неконтрольована комунікація, котра існує між клієнтами. Наприклад, Toyota, маючи позитивну характеристику, може за свій продукт просити набагато більшу ціну, ніж конкуренти. Комунікація з ринком проходить у двох напрямках. З одного боку, існує контрольована комунікація. Вона відбувається головним чином за рахунок реклами і розповсюдження інформації. Ряд продуктів із серії FMCG (fast moving consumer goods – споживчі товари, які швидко реалізуються) без участі реклами, а особливо телевізійної, не можуть дістатися до споживачів і впливати на рівень їх задоволення. Такою є ситуація напоїв (класичним прикладом є Соса-Сола), засобів догляду (наприклад, креми) або деяких гатунків продовольчих товарів: чіпси, кетчупи тощо. До характеристичних елементів марки також варто зарахувати назву і логотип. Вони дозволяють не тільки відрізнити товар на ринку, але також полегшують рекламу і розповсюдження інформації. Більш того сам знак і назва можуть, в результаті позитивних відгуків про продукт, порівнюватися з високою якістю і відповідним задоволенням споживачів. Саме тому (особливо продукти, які націлені на заможнішу частину населення), як правило, мають відповідний логотип і назву. Тому покупець очікує відповідної якості продукту. Наприклад, на початковому етапі розвитку фірма Dunhill пропонувала вузький асортимент люксових товарів (чоловічих аксесуарів). У результаті позитивної оцінки (вердикту покупців) поступово під тією маркою почали з'являтися інші продукти, наприклад: годинники, парасольки, одяг,



взуття тощо. Завдяки цьому фірма Dunhill значно розширила традиційну гамму виробів. У процесі формування марки дуже важливе місце займає вироблення позитивної думки про продукт/послугу у самих працівників виробника. З одного боку їм набагато простіше постачати на ринок товар, котрий має позитивну характеристику, надавати сервісні послуги, а з іншого – вони допомагають будувати корисну неконтрольовану комунікацію. Під час розмов із потенційними клієнтами вони дають позитивні відгуки про продукт/послугу.

Динаміка ринку пов'язана із загальною глобалізацією та ліквідацією політичних і торгових бар'єрів. Інтеграційні процеси сприяють обміну товарами. Глобальні марки допомагають зменшити кошти виробництва з уваги на збільшення його масштабу, тому що попит на них походить із багатьох ринків. Збільшується також сфера впливу мас-медіа. Преса, а особливо електронні засоби масової інформації, дістаються майже в кожен куточок земної кулі, а розміщена в них реклама здобуває широкі маси потенційних покупців. Глобалізація призводить до створення подібних стандартів. Люди по всьому світові (можна так стверджувати із деяким спрощенням) подібно одягаються (наприклад спортивне взуття, джинси, t-shirt), слухають таку саму музику, їздять на автомобілях однакової марки. Більш подібними стають також взірці поведінки, їжі (fast food), мешкання, відпочинку і праці. Саме тому певна марка, котра була прийнята на одному чи кількох ринках, може, в результаті відповідної реклами, здобути глобальне розповсюдження. Марка фірми також пов'язана з прийнятою стратегією підприємства. Якщо підприємство прагне діяти на багатьох ринках (в глобальному масштабі), то відповідно підпорядковує свою пропозицію до такої сфери. Змінює свою організаційну структуру (наприклад, на дивізіоніальну, в якій кожна дивізія має свій відокремлений міжнародний ринок: Європа, Азія, Південна Америка тощо), а пропонує продукція потрапляє до клієнтів на різних континентах під тією самою назвою. Таку формулу прийняла наприклад компанія Sony і Coca-Cola. Інші фірми, наприклад японська Као марку своїх продуктів (особливо косметичних і хімічних) пов'язала із назвою концерну. Незалежно від категорії виробу марка залишається така сама. Багато прибічників (особливо продуктів, для котрих марка виконує другорядну роль) має ідею продажу виробів даного концерну (який вже має глобальну марку) під іншими назвами. Так робить, наприклад, концерн Procter & Gamble, котрий намагається розрекламувати ряд незалежних від себе продуктивних марок (шампунь Head & Shoulders).

Глобальна марка буває обмежена під час конкурентної боротьби з ішими учасниками ринку (рис. 3). Прикладом цього є договір авіаперевізників Star Alliance, в якому відомі перевізники, такі, як Lufthasa, United Airlines, не відмовилися від своїх марок, але свою інфраструктуру включили до спільної домовленості про співпрацю. Завдяки цьому окремі партнери ефективно обслуговують своїх клієнтів, але відбувається це завдяки стислій кооперації між партнерами умови, а клієнти переконані, що їх обслуговують традиційні і добре відомі перевізники.

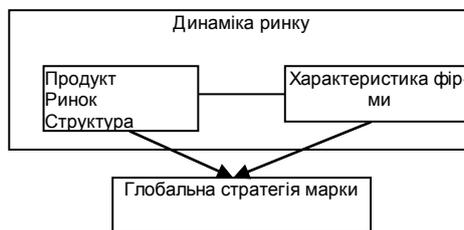


Рис. 3. Взаємозалежності при створенні глобальної стратегії марки [9]

Mayo Clinic – одна з найбільш престижних марок у сфері охорони здоров'я в США. Фірма була утворена в 1963 р. в Rochester – штат Minnesota. Славу фірми принесли піонерські досягнення (можна їх також назвати інноваційними) у сфері хірургії. Інші лікарі приїздили до Rochester на консультації, а інформація про досягнення клініки крім засобів масової інформації була широко розповсюджувана серед вже існуючих та потенційних клієнтів. Один із братів Mayo, який також був лікарем, прийняв засаду використання повних засобів знань для лікування своїх пацієнтів. Із цього приводу клініка стала не тільки місцем лікування, але також і науково-дослідним центром. Сьогодні науковці цього осередку проводять щорічно близько 7 000 прекурсорських проектів. Результати досліджень публікуються у фаховій пресі. Зараз Mayo Clinic працевлаштовує 2 500 лікарів і 42 000 допоміжного персоналу. Доходи у 2005 р. становили 5,8 млрд USD. Крім лікарень Mayo Clinic має також медичну школу, в котрій навчиться близько 250 студентів. Маркетингом займається 2 – 3 працівники. Марка фірми користується великим попитом, а головним джерелом її створення були відгуки і думка спеціалістів (навіть конкурентних лікарів), медичні успіхи та оцінка пацієнтів. Фірма була і є оцінена як інноваційний осередок. Вона відмовилася від типових витрат на рекламу (преса, телебачення, радіо), логотип, подібний одяг, інтернет-сторінку, написи на автомобілях, банери тощо. Акцент був зроблений на опіці над пацієнтами, а передусім на:

- роботі в групі;
- точному дослідженні і вислуховуванні пацієнта;
- якості послуг;
- підтримці контактів із родиною;
- використанні найсучасніших медичних досягнень у лікуванні;
- дотриманні узгоджених із пацієнтами домовленостей (наприклад, терміну прийому до лікарні, лікування, проведення досліджень) [10].



Наведена вище діяльність дуже ефективно підтримує процес створення марки. По-перше, скерована вона до відповідної цільової групи: хворі та їх родини. Ця група є відповідною з точки зору лікарні (клініки). Передача думки щодо лікування, опіки, усього лікарняного процесу великою мірою впливає на імідж підприємства. Потенційні пацієнти лікарні цінують думку тих осіб, котрі вже мали контакт з подібного типу осередками. Головним чином саме їх оцінка впливає на рішення зацікавлених суб'єктів. Більш того, Mayo Clinic підтримує контакти з іншими лікарями, створюючи образ сучасної інституції, котра дбає про введення сучасних інноваційних рішень. Саме тому лікарі, які (як відомо) повинні постійно збагачувати свої знання, турбуються про підтримку контакту з Mayo Clinic. Також не без значення є підтримка медичної академії. Її випускники є натуральними розповсюджувачами марки на всій території Сполучених Штатів.

Створення марки продукту повинно опиратися на довіру. Отримуючи даний продукт чи послугу (котрі мають марку) клієнт повинен очікувати певної користі. Саме тому марка повинна асоціюватися з деякою сукупністю вартостей. Завдяки марці товару підприємства можуть більш ефективно здобувати групи клієнтів із тієї чи іншої ринкової ніші. Сучасний клієнт вимагає майже індивідуального підходу. "Маркування" продуктів чи послуг дозволяє створити платформу стосунків, і, як наслідок, – трансакцій з клієнтом. Крім володіння маркою підприємства намагаються зберегти свої ключові компетенції. Це можна зауважити в ситуації таких фірм, як Coca-Cola або Pepsi. Ці фірми мають рецепт створення напоїв (котрий охороняється патентом), перевірену технологію виробництва, ефективну мережу реалізації (загальна доступність), марку і відповідний імідж, який дуже часто пов'язується з високою якістю. Послідовники наведених вище лідерів ринку не завжди можуть надавати клієнтам разом із маркою сукупність усіх тих користей. Під час створення марки послідовно використовуються окремі складники, наприклад, у вступній фазі звертається увага на якість продукту, потім створюється відповідний імідж, котрий пов'язується з характерними для клієнта вимогами. Засада, котрої потрібно дотримуватися під час створення марки, стосується також створення найбільш ефективних стосунків із клієнтами. Марка таким чином повинна створити відповідний контакт із покупцем продукту чи послуги. Вона сприяє створенню рекламної стратегії та більш ефективним, в довшому періоді, витратам на розповсюдження інформації. Згідно з думкою R. Leventhala, професора маркетингу із Denver, марка товару дозволяє навіть заощадити до 35% традиційних рекламних бюджетів. Такий продукт або послуга простіше дістається до обраного сегменту ринку.

Протягом останніх років на ринку з'явився ряд нових продуктів і послуг, які здобули перевагу над традиційними і навіть досить відомими марками. Серед напоїв таким прикладом є вже існуючі Coca-Cola і Pepsi, а серед фінансових послуг – First Direct та інші традиційні банки. Виходження на ринок нових марок напоїв призвело до підвищення конкуренції. Локальні приватні марки почали використовувати ефективні мережі дистриб'юції (великі торгові мережі), а завдяки активній рекламі діставатися до масового користувача (табл. 2).

Таблиця 2

Вимоги до формування марки продукту [11]

Вимоги	Напої		Фінансові послуги	
	Coca-Cola, Pepsi	Інші марки	First Direct	Традиційні банки
Вартість для клієнта	+++	+++	+++	++
Ключові компетенції	+++	++	+++	+++
Стосунки з клієнтами	+	+++	+++	++

Додатковою проблемою для Coca-Cola і Pepsi був факт впровадження визнаними мережами (наприклад Wal Mart) власних напоїв, наприклад, під назвою Sam's Choice. Та марка вже мала свою репутацію й імідж, а пов'язування її з відповідним напоєм впливало на утримування клієнтів. У такий спосіб інші марки напоїв здобували більшу частину ринку, зменшуючи тим самим доходи Pepsi і Coca-Cola. Для цих марок головною причиною виявилася відсутність ефективних стосунків із клієнтами. Самі високобюджетні рекламні компанії не змогли утримати майже монополістичної позиції цих лідерів. Подібні зміни можна спостерігати на ринку фінансових послуг. First Direct почав широко використовувати у своїх послугах Інтернет і телефон. Завдяки цьому не тільки First Direct був оцінений як сучасна організація, що також дозволило створити відповідний імідж. Традиційні банки втратили клієнтів, а особливо групу молодих, добре освічених осіб, яким не вистачає часу на типовий (тобто інтерперсональний) контакт із банком. Варто підкреслити, що цей сегмент ринку дуже цінний з точки зору доходів даної групи користувачів (виявилася, що це управлінці з високими заробітками або власники фірм), а також потребу частого контакту з банком. Завдяки цьому First Direct отримав дуже вартісну групу клієнтів і відсунув на бік цього сегменту ринку традиційні банки.

Створюючи власну марку, підприємства очікують лояльності з боку клієнтів. У заміні довіри надають очікувані користі, котрих результатом повинна бути прив'язаність та стислі зв'язки між виробником і користувачем. Важливим елементом є обмін інформацією. Один раз вироблений продукт повинен пізніше бути відповідно змодифікований. Без підтримки контактів і пошуку думок і відгуків про продукт/послугу підприємство може генерувати кошти на товари, котрі не здобудуть великої кількості покупців (табл. 3).

Приклади способів створення стосунків із клієнтами залежно від виду продукту [12]

Загальнодоступний продукт (наприклад Marlboro, Coca-Cola, Knorr): часта реклама в загальних ЗМІ (TV, радіо, преса). Використання billboard; збільшувати сукупність вартостей для клієнта; створювати доступну цінову пропозицію; широкий доступ до користувачів (роздрібні магазини, гуртовні, мережі тощо)
Продукт високої якості (Porsche, Lexus, Patek Philippe): реклама тільки в обраних ЗМІ; підкреслення певних якісних характеристик продукту; звернення уваги на добрий смак клієнтів та їх інтелігенцію
Розрізнені продукти (Nestle, Wedel): виріб скерований до певної групи користувачів; реклама на засаді пропозиції/поради; комунікація з користувачем
Нові продукти (котрі входять на ринок): підкреслення нових елементів; обговорення продукту, а не спонукання до його купівлі; звернення уваги на різниці з конкурентами; звернення уваги на вимоги, які пов'язані зі змінами (мода, тренди, норми, культура)
Продукти, скеровані до традиційних користувачів (Mercedes, BMW): трактування лояльності як вартість; створення близьких стосунків із клієнтом; передбачення у стратегії "надчасових" вартостей продукту і послуги
Продукти, які підкреслюють користі (IKEA, UPS): вигідність для клієнта (відповідна якість стосовно ціни); надійність; партнерство в комунікації

У ситуації масових товарів реклама повинна передаватися тими каналами, які забезпечують доступ до потенційних клієнтів. У цьому випадку, наприклад, напій Coca-Cola дуже часто транслюється по телебаченню. Іншу форму стосунків із клієнтом створюють виробники марочних товарів, наприклад, автомобілів. Їх реклама з'являється в ексклюзивній пресі і спрямована на значну частину суспільства. Одночасно кожен виробник намагається запропонувати унікальні користі від купівлі продукту/послуги. Наприклад, IKEA звертає увагу на зручність, надійність і партнерство в комунікації із ринковими суб'єктами.

Отже, проведений аналіз підтвердив слушність прийнятої гіпотези. Марка продукту або послуги є типовим нематеріальним засобом, котрий і далі буде відігравати ключову роль в досягненні конкурентної переваги. Представлені моделі формування марки звертають увагу на комплексний підхід. Вони аналізують не тільки сам продукт, але також і потребу клієнта та структуру ринку. Більш того, варто підкреслити, що не існує однієї універсальної стратегії створення марки. Навіть визнані міжнародні концерни (котрі досягнули значний успіх) при побудові марки продукту/послуги використали різний підхід, роблячи акцент на селективних елементах стратегії створення відповідного іміджу. Варто також підкреслити, що марка продукту (особливо глобальна) допомагає розпізнавати продукт/послугу і впливає на повторюваність закупівель. Клієнти, особливо в умовах розвинутої глобалізації, звикли до виробів, котрі планують і далі купувати, не зважаючи на місце свого проживання. Додатково розвитку глобальної марки сприяє розвиток інформаційних технологій (а особливо Інтернету). Клієнти мають доступ не тільки до довірливої інформації, але також придбають продукти чи послуги з кожного ринку. Підприємства, які функціонують в ринковій економіці, перші зауважили значення марки. Натомість фірми, котрі функціонують в умовах перехідної економіки, будуть вимушені створювати власні марки та інші, завдяки чому вступати в конкурентну боротьбу.

Література: 1. Aaker D. Building strong brands. Free Press. – New York, 1996. 2. Gazeta Wyborcza. – 13 Listopada 2007. 3. Belka M. Transformacja gospodarki Polski / M. Belka, W. Trzeciakowski. – Placet. – Warszawa, 1998. 4. Bornstein M. Comparative Economic Systems, Models, and Cases. – Irvin Burr Ridge-Boston, 1994. 5. Cravenes K. The Reputation Index: Measuring and Managing Corporate Reputation / K. Cravenes, E. G. Oliver, S. Ramamoorti // European Management Journal. – 2003. – Vol 21. – Nr 2. 6. Mudambi S. Branding importance in business – to – business markets. Three buyer clusters // Industrial Marketing Management. – 2001. – №31. 7. Grace D. Service branding: consumer verdicts on service brands / D. Grace, A. O'Case // Journal of Retailing and Consumer Services. – 2005. – №12. 8. Keller K. L. Strategic Brand Management. – New Jersey: Prentice Hall, 1998. 9. Craig C. S. Building global brandy in the 21st century / C. S. Craig, S. P. Douglas // Japan and the World Economy. – 2000. – №12. 10. Berry L. L. Building a strong services brand. Lessons from Mayo Clinic / L. L. Berry, K. D. Seltman // Business Horizon. – 2007. – №50. 11. Leventhal R. Branding Strategy // Business Horizons. September – October. – 1996. 12. Galata S. Podstawy zarządzania nowoczesną organizacją. – Warszawa: Difin, 2007.

Довідка про авторів

Антонець О. О. — асистент НТУ "ХПІ"
Ачкасова С. А. — інженер ХНЕУ
Бахмане Л. І. — докт. екон. наук Ризької міжнародної вищої школи бізнес-адміністрації
Болдир Г. М. — президент Луганської регіональної торгово-промислової палати
Бровко К. М. — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Buslaeva A. V. — senior teacher of I. I. Mechnikov Odessa National University
Веретенникова Г. Б. — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Власюк В. Є. — докт. екон. наук, доцент Придніпровської державної академії будівництва та архітектури м. Дніпропетровськ
Воронков Д. К. — канд. екон. наук, здобувач СНУ ім. В. Даля
Воронкова А. Е. — докт. екон. наук, професор СНУ ім. В. Даля
Амеліна І. В. — канд. екон. наук, доцент ДонДТУ
Хомош Ю. С. — викладач Дрогобицького державного педагогічного університету ім. Івана Франка
Галенін Р. В. — старший викладач Сумського національного аграрного університету
Галушка В. В. — асистент Автомобільно-дорожнього інституту Донецького національного технічного університету
Герасимова О. Л. — канд. техн. наук, доцент Придніпровської державної академії будівництва та архітектури
Фісуненко П. А. — канд. екон. наук, доцент Придніпровської державної академії будівництва та архітектури
Гришко Н. В. — канд. екон. наук, доцент, професор ДонДТУ
Куденко М. С. — аспірант ДонДТУ
Деренська Я. М. — канд. екон. наук, доцент Національного фармацевтичного університету
Дефорж С. Ю. — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Дзьобко І. П. — старший викладач ХНЕУ
Стойкова М. О. — студент ХНЕУ
Должикова А. П. — аспірант ХНЕУ
Дубовик А. О. — аспірант ХНЕУ
Єрмошкіна О. В. — канд. екон. наук, доцент Національного гірничого університету
Загорная Т. О. — канд. екон. наук, доцент
Макіївського економічно-гуманітарного інституту
Іпполітова І. Я. — канд. екон. наук, старший викладач ХНЕУ
Кірнос О. В. — здобувач Університету економіки і права м. Дніпропетровськ
Каткова Т. І. — магістр, аспірант Хмельницького національного університету
Кінас І. О. — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Козаченко Г. В. — докт. екон. наук, професор СНУ ім. В. Даля
Козирєва О. В. — канд. екон. наук, доцент
Національного фармацевтичного університету
Самойленко В. В. — канд. екон. наук, доцент Національного фармацевтичного університету
Котлярова В. Г. — викладач ХНЕУ
Кошонько О. В. — аспірант, молодший науковий співробітник
Хмельницького національного університету
Кракос Ю. Б. — канд. екон. наук, доцент Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського "ХАІ"
Коротченко Н. О. — аспірант Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського "ХАІ"
Кривобок К. В. — викладач ХНЕУ
Кузьмін О. Є. — докт. екон. наук, професор Національного університету "Львівська політехніка"
Мельник О. Г. — канд. екон. наук, доцент
Національного університету "Львівська політехніка"
Ларіна К. В. — викладач ХНЕУ
Лернер Ю. І. — канд. екон. наук, професор НТУ "ХПІ" та МКА
Литвиненко А. О. — здобувач ХНЕУ
Лищенко М. О. — в. о. доцента Сумського національного аграрного університету
Макарова В. В. — асистент Сумського національного аграрного університету



Малахова Н. Б. — докт. екон. наук, доцент ХНЕУ
Пшенична О. Л. — здобувач ХНЕУ
Мельник А. О. — викладач ХНЕУ
Мельникова М. В. — канд. екон. наук, доцент
Інституту економіко-правових досліджень НАН України м. Донецьк
Мілов А. В. — канд. техн. наук, доцент ХНЕУ
Нестеренко Ю. В. — аспірант Української інженерно-педагогічної академії
Нечипорук О. В. — викладач кафедри ХНЕУ
Нечипоренко В. В. — канд. с.-г. наук, в. о. доцента
Сумського Національного аграрного університету
Ніколаєва В. П. — асистент Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ
Огієнко С. О. — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Письмак В. О. — викладач ХНЕУ
Онопрієнко І. М. — канд. екон. наук, доцент
Сумського національного аграрного університету
Макаренко Н. О. — старший викладач Сумського національного аграрного університету
Петренко М. В. — асистент НТУ "ХПІ"
Погорелов Ю. С. — канд. екон. наук, докторант СЧУ ім. В. Даля
Полуянов В. П. — докт. екон. наук, професор Автомобільно-дорожнього інституту
Донецького національного технічного університету
Куліков С. Г. — здобувач Автомобільно-дорожнього інституту
Донецького національного технічного університету
Потрашкова Л. В. — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Ращупкіна В. М. — канд. екон. наук, доцент Донбаської національної
академії будівництва та архітектури
Рожко В. І. — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Сабадаш В. В. — канд. екон. наук, доцент Сумського державного університету
Калашник С. Д. — старший викладач Сумського державного університету
Дерев'янка Ю. М. — асистент кафедри економіки Сумського державного університету
Сенишин О. С. — канд. екон. наук, асистент
Львівського національного університету ім. Івана Франка
Скригун Н. П. — канд. екон. наук, доцент
Національного університету харчових технологій
Слепченко Н. Л. — аспірант ХНЕУ
Солоха Д. В. — канд. екон. наук, доцент Донецької філії "Європейського Університету"
Чирков С. О. — викладач Донецької філії "Європейського Університету"
Стоянова М. М. — канд. екон. наук, науковий співробітник
Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України
Тімонін О. М. — канд. екон. наук, професор ХНЕУ
Гулякін Є. І. — викладач ХНЕУ
Ткачов А. А. — аспірант Приазовського державного технічного університету
Ткачова А. В. — асистент Макіївського економіко-гуманітарного інституту
Туричівська М. М. — докт. екон. наук, професор Донецького інституту туризму і бізнесу
Хохлов М. П. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ
Чорна Л. О. — докт. екон. наук, професор Вінницького
торговельно-економічного інституту КНТЕУ
Швед В. В. — асистент Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ
Шлафман Н. Л. — канд. екон. наук, старший науковий співробітник,
провідний науковий співробітник Інституту проблем ринку
та економіко-екологічних досліджень НАН України
Шульга Г. Ю. — канд. екон. наук, доцент ХНЕУ
Ягельська К. Ю. — старший викладач Донецького університету
економіки та права
Яковишина Н. А. — ст. викладач, здобувач
Хмельницького національного університету
Ястремська О. М. — докт. екон. наук, професор ХНЕУ
Сігасва Т. Є. — аспірант ХНЕУ
Яцура В. В. — канд. екон. наук, професор Львівського національного
університету ім. Івана Франка
Литвин А. Л. — магістрант Львівського національного
університету ім. Івана Франка
Тімонін К. О. — аспірант ХНЕУ
Бушко А. — канд. екон. наук Вармінсько-Мазурського університету в м. Ольштин