

ISSN 1993-0259 (Print)
ISSN 2219-4649 (Online)

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ,
МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ**

Тернопільський національний економічний університет

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

За редакцією С. І. Шкарабана

Збірник засновано в 2007 році

Виходить два рази на рік

Випуск 8

Частина 2

**Тернопіль
2011**

Економічний аналіз
Випуск 8. Частина 2.
2011 рік

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Тернопільського національного економічного університету,
протокол № 6 від 11 травня 2011 р.*

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Тернопільського національного економічного університету
до поширення через мережу Інтернет,
протокол № 7 від 20 жовтня 2010 р.*

Збірник наукових праць

*Засновник і видавець:
Тернопільський національний економічний
університет*

Виходить два рази на рік

Заснований у червні 2007 року

Збірник входить до переліку наукових фахових видань Вищої атестаційної комісії України
у галузі економічних наук
(Постанова ВАК України № 1-05/4 від 14.10.2009 р.)

Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет;
редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавництво Тернопільського національного
економічного університету “Економічна думка”, 2011. – Вип. 8. – Частина 2. – 433 с. – ISSN 1993-0259. -
ISSN 2219-4649.

Збірник наукових праць „Економічний аналіз” містить статті теоретичного та прикладного характеру з
актуальних проблем економіки, фінансів, обліку, аналізу й аудиту тощо.

Головний редактор

Шкарабан С. І., д. е. н., проф.

Відповідальний секретар

Ярошук О. В., к. е. н., доц.

Редакційна колегія:

Гуцал І. С., д. е. н., проф.

Крупка Я. Д., д. е. н., проф.

Лазаришина І. Д., д. е. н., проф.

Мних Є. В., д. е. н., проф.

Рудницький В. С., д. е. н., проф.

Фаріон І. Д., д. е. н., проф.

Юрій С. І., д. е. н., проф.

Літературний редактор

Руденко М. І., к. філол. н., доц.

Матеріали випуску друкуються мовою оригіналу.

Редакція не завжди поділяє думку автора. Відповідальність за достовірність фактів, власних імен,
географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

Відповідно до Закону про авторські права, при використанні наукових ідей та матеріалів цього
випуску посилання на авторів і видання є обов'язковим. Передрук і переклади дозволяються лише
зі згоди автора та редакції.

URL: <http://www.econa.at.ua/>
http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ecan/index.html
<http://www.library.tane.edu.ua/>

ISSN 1993-0259 (Print)
ISSN 2219-4649 (Online)

© Тернопільський національний економічний університет, 2011
© «Економічний аналіз», 2011
© Різник О. І., дизайн обкладинки, 2007-2011

*Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
КВ № 12430-1314ПР від 30 березня 2007 р.*

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

<i>Аблязова Севіле, Алімова Айше</i> Вдосконалення методики оцінки фінансового стану підприємства	10
<i>Агапова Анна</i> Економіко-математичне моделювання оцінки економічного стану підприємства з використанням шкали бажаності Харрінгтона	15
<i>Адонін Сергій</i> Теоретичні підходи до побудови системи антикризового управління підприємством	19
<i>Аксьонова Оксана</i> Контрактація інтеграційної структури та його особливості в АПК	23
<i>Алькема Віктор</i> Оптимізація виробництва машинобудівного підприємства на підставі критеріїв економічної безпеки	28
<i>Антипенко Євген, Яришко Олена, Ізмайлова Аліна</i> Інвестиційна політика проектноорієнтованого підприємства як засіб підвищення фінансової стійкості	35
<i>Бабій Степан</i> Інтелектуальне забезпечення процесів управління підприємством	39
<i>Бандура Марина</i> Оптимізація економічного потенціалу промислових підприємств	44
<i>Майброда Михайло, Льчук Павло</i> Інтелектуальний капітал як інструмент оцінки фінансового стану підприємства	48
<i>Фатюха Вікторія, Сінякова Юлія</i> Управління структурою джерел фінансування підприємства	50
<i>Фатюха Вікторія, Маловічко Анастасія</i> Аналіз передумов неплатоспроможності та банкрутства підприємства	53
<i>Берега Михайло</i> Аналіз стану, проблем і перспектив розвитку системи навчання персоналу на українських підприємствах	56
<i>Салига Костянтин, Стринадко Анастасія</i> Дивідендна політика підприємства як напрям покращення його інвестиційної привабливості	59

Башта А. Економічні і правові проблеми управління рекреаційною діяльністю на принципах сталого розвитку	63
Дейнека Марія, Силадій Іван Стратегії управління підприємством в умовах кризи	68
Брінь Павло, Дягілева Ганна Економічна сутність підривних інновацій	73
Верхоляд Ірина Методичні підходи до формування та оцінювання інноваційного потенціалу підприємства	77
Гнеушева Інна, Кацило Ольга Вплив застосування методів рефінансування дебіторської заборгованості на фінансову стійкість підприємства	82
Гнеушева Інна, Русских Дар'я Сучасні підходи до визначення та оцінки фінансової стійкості підприємства	86
Гонтарева Ірина Кількісна оцінка затрат інтелектуальних ресурсів при визначенні комплексної ефективності розвитку промислового підприємства	91
Гордополов Володимир, Гордополова Наталія Застосування факторного аналізу при оцінці фінансових результатів діяльності підприємства	95
Гриценко Сергей Методы оценки конкурентной позиции компаний на рынке металлургической продукции донецкого региона	99
Гуцал Ігор Регіональне позиціонування малих та середніх банків на вітчизняному кредитному ринку	104
Дейнека Олена Планування маркетингової стратегії підприємства роздрібної торгівлі на основі стратегічних сесій	108
Дейнека Юрій Особливості первинного розміщення акцій (IPO) на ринку злиттів і поглинань	113
Дмитрів Катерина Метод оцінювання об'єктів промислової власності підприємства	118
Дрокина Нина Концептуальная модель внутрифирменного маркетинга в коммуникационной системе предприятия	123
Дяченко Оксана Використання мотиваційного механізму на підприємствах при впровадженні організаційних змін	130

Дяченко Тетяна Роль організаційної культури при залученні інвестицій у розвиток авіапідприємств	133
Євтухова Світлана Аналіз прийняття стратегічних рішень на корпоративних підприємствах харчової промисловості Херсонської області	136
Єфремова Ніна, Золотарьова Ольга, Недашківська Каріна Напрями побудови ефективної системи управління оборотними коштами підприємства	141
Журавльова Ірина Стратегічний аналіз формування та використання інтелектуального капіталу як домінанта стратегічного менеджменту підприємства	146
Замроз Мар'яна, Яцура Володимир Економічна сутність конкурентоспроможності і основні аспекти її забезпечення	150
Запорожан Л., Барабан В., Запорожан М. Зарубіжний досвід оплати праці за грейдами	155
Зигрій Ольга Ефективність використання інтернету при зборі маркетингової інформації	158
Золотарьова Ольга Мотиваційні характеристики елементів власності на робочу силу та їх вплив на економічну діяльність найманих працівників	162
Іванченко Світлана Методичні основи оцінювання антикризової стійкості автотранспортних підприємств в Україні	167
Іващенко Ганна, Чечетова-Терашвілі Тетяна Стратегічне управління розвитком підприємства за критерієм ефективності його діяльності	175
Івченко Євген, Карпенко Євгенія Концептуальні основи внутрішнього контролю процесно-орієнтованого управління підприємствами	180
Калинич Галина Ефективність маркетингової діяльності підприємства в інтернеті	185
Кифяк Вікторія Теоретичні основи визначення категорії «розвиток підприємства»	190
Клементьєва Олександра, Золотарьова Ольга СVP-аналіз у системі управління витратами підприємств ресторанного господарства	195
Коваленко Ніна Управління грошовим потоками українських підприємств у сучасних умовах господарювання	200

Ковтуненко Ксенія, Ковтуненко Юрій Особливості класифікації об'єктів інтелектуальної власності та способи її правового захисту	204
Костецький Володимир Формування стратегії антикризового управління підприємством	208
Краковецька Ольга Механізми впливу національних неурядових організацій на функціонування авіапідприємств України	212
Кулик Юлія Аналіз діяльності бізнес-системи у конкурентному середовищі	215
Лаврова Юлія Забезпечення розвитку фінансової структури підприємства шляхом використання процесного підходу	220
Лебединський Олександр Економічна діагностика як інструментарій трансформації організаційно-правових форм господарювання у сфері АПК	225
Литвин Олена Особливості механізму управління персоналом торговельних підприємств	229
Литвиненко Лариса Адаптація бізнес-моделі авіакомпанії до умов глобального конкурентного середовища	233
Литвиненко Сергій Концепція створення механізму взаємодії інтегрованої інформаційної системи та бізнес-процесів вантажних авіакомпаній	238
Лугівська Ольга, Мілька Алла, Артюх Олена Діагностика як функція управління прибутковістю діяльності підприємства	242
Майстренко Ольга Встановлення внутрішніх закономірностей формування і використання виробничої потужності на машинобудівних підприємствах	246
Максюта Вікторія Удосконалення нормування праці на підприємствах роздрібно́ї торгівлі в контексті управління продуктивністю праці	253
Марцінковська Олександра, Фижик Наталія Роль коучингу в розвитку персоналу	257
Мацедонська Наталія Методичні підходи до оцінки ефективності функціонування інформаційних та інтернет-технологій в управлінні підприємствами на ринку олійно-жирової продукції	261
Мелих Ольга Вплив позичкового капіталу на оцінку інвестиційних проектів у фінансовому контролінгу	268

Мельник-Бантон Ольга Аналітичні підходи до планування витрат на охорону здоров'я в Україні	272
Нестерова Світлана, Стегней Маріанна, Сідун Василь Адаптація аналізу ліквідності і платоспроможності підприємств до сучасних умов господарювання	279
Ногіна Світлана, Свірідова Марина Шляхи вдосконалення формування та розподілу прибутку	283
Педченко Наталія Потенціал розвитку підприємства як системна властивість спроможності підприємства в майбутньому	287
Плахотнік Олена Оцінка ліквідності промислових підприємств як передумова управління фінансовим розвитком	291
Попович Петро Операційний аналіз сегментації й позиціонування окремих видів продукції та послуг	295
Поповиченко Ірина, Насібулліна Аліна Аналіз впливу логістичних витрат на результати операційної діяльності будівельного підприємства	300
Сардак Олена Позиція персонал-маркетингу в управлінні працівниками підприємств	303
Серединська Віра, Загородна Ольга Оцінка інноваційних альтернатив розвитку підприємства	308
Сівашенко Тетяна Сучасні підходи до оцінки персоналу	315
Спільник Ірина, Спільник Павло Етичні засади діяльності у консультаційній сфері	318
Стахно Наталія Сутність методичного підходу оцінки фінансового потенціалу з позиції економічної безпеки при оцінці фінансових потоків	323
Стельмах Мирослава Факторинг як форма управління дебіторською заборгованістю підприємства	327
Стрибулевич Тетяна Методика аналізу соціальних витрат підприємств торгівлі	333
Ступнікер Ганна Аналітично-облікові особливості економічної діагностики інтелектуального капіталу	338
Тимощенко Каріне Фінансовий ризик-менеджмент: типологія помилок	342

Ткач Інна Аналіз методів та механізмів управління інтелектуальним капіталом підприємства	346
Фесенко Наталія Інноваційна діяльність підприємств дорожнього господарства України як складова його інвестиційно-інноваційної привабливості	351
Хачатрян Валентина Формування механізму внутрішнього контролю за використанням прибутку торговельних підприємств	355
Храпкина Валентина Анализ подходов и методов определения финансовой безопасности предприятия	359
Чиж Людмила, Хотєєва Наталія Особливості формування інформаційного забезпечення аналізу діяльності морських торговельних портів	365
Чмутова Ірина, Тисячна Юнна Обґрунтування якісних рівнів показників ефективності управління відтворювальними процесами підприємства	369
Чорний Антон Модельювання невідчутних активів як латентних показників	373
Шаркаді Маріанна Рейтингова оцінка конкурентоспроможності підприємств деревообробної галузі на основі теорії нечітких множин	377
Шеремета Михайло, Шеремета Тетяна Аналіз конкурентних стратегій підприємства	381
Шумська Світлана Капіталізація: історичний екскурс та еволюція поняття	385
Якименко Олена Взаємозв'язок стратегічного і ситуаційного управління розвитком підприємства	388
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ	
Бабій Леся Удосконалення обліку експортних операцій	392
Боїла Леся Шляхи удосконалення обліку витрат підсобно-допоміжної діяльності залізничного транспорту	395
Будько Оксана Узгодження результатів діяльності з метою оподаткування та фінансових результатів згідно з бухгалтерським обліком	400

Кузь Іван Облікова політика як форма моделювання облікового процесу	403
Овсянюк-Бердадіна Олександра Напрямки удосконалення інформаційного та аналітичного супроводу здійснення державних закупівель послуг	407
Павелко Ольга Адаптація основних принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності до потреб банків України	410
Романів Світлана, Шестерняк Марія Проблемні аспекти класифікації витрат спільної діяльності	416
Тинська Інна, Спільник Ірина Інформаційне забезпечення фінансового аналізу і проблеми його вдосконалення	423
Титикало Володимир Звіт про фінансовий результат суб'єктів державного сектору України та шляхи його вдосконалення	427
Шпак Валентин Підходи та напрями розвитку системи бухгалтерського обліку	430

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 658.15:65.012.12

Севіле АБЛЯЗОВА

кандидат економічних наук, старший викладач кафедри обліку і аудиту,
РВНЗ «Кримський інженерно-педагогічний університет»,
м. Сімферополь

Айше АЛІМОВА

РВНЗ «Кримський інженерно-педагогічний університет»,
м. Сімферополь

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано методику оцінки фінансового стану підприємства на основі розрахунку класичних показників фінансового аналізу. Висвітлено підходи до діагностики фінансового стану з позиції різних вчених, досліджено питання напрямків діагностики фінансового стану, сформовано систему локальних показників у кожному напрямку, що характеризують фінансовий стан суб'єкта господарювання.

Ключові слова: фінансовий стан підприємства, показники фінансового аналізу, стадія життєвого циклу підприємства.

Підприємницька діяльність в Україні здійснюється в умовах зростаючої невизначеності ситуацій і мінливості економічного середовища. Державне регулювання зводиться переважно до встановлення норм провадження такої діяльності і розробки системи оподаткування. Решта визначається виробником і споживачем, виходячи з їх волі і можливостей, й значною мірою складається випадково. Внаслідок цього виникає неясність і невпевненість в отриманні очікуваного кінцевого результату, яка часто призводить до кризового стану підприємств.

Ринкова економіка визначає конкретні вимоги до системи управління останнім. Необхідним стає більш швидке реагування підприємств на зміну господарської ситуації з метою підтримки стійкого фінансового стану підприємства. Досягнення цього забезпечується рішеннями управлінців на основі результатів діагностики. Саме тому особливого значення набуває проблема забезпечення фінансової стійкості функціонування підприємств. Найбільш достовірні, переконливі та узагальнюючі результати під час аналізу всіх сфер діяльності підприємства надає діагностика його фінансового стану.

Питання діагностики фінансового стану підприємств розглядалися в наукових працях зарубіжних науковців і практиків, зокрема: М. І. Баканова, І. Т. Балабанова, О. М. Волкової, А. Гропелі, М. Н. Крейніної, Д. С. Молякова, Е. Нікбахта, В. П. Привалова, В. М. Родіонової, Н. О. Русак, Р. С. Сайфуліна, Г. В. Савицької, М. О. Федотової, Е. Хелфферта, А. Д. Шеремета та інші.

Вагомий внесок у розроблення теоретичних та методичних засад діагностики фінансового стану підприємств здійснили вчені-економісти: Є. М. Андрущак, М. Д. Білик, І. О. Бланк, О. М. Бандурка, К. В. Ізмайлова, В. О. Подольська, М. Г. Чумаченко, Г. О. Швиданенко, О. В. Яриш та інші.

Проте питання, що стосуються механізму оцінки та розробки комплексної методики діагностування фінансового стану підприємств, окреслені недостатньо.

Необхідно зазначити, що існують значні розбіжності у трактуванні вказаними дослідниками поняття «фінансовий стан підприємства», складу показників, що його визначають, та їхніх нормативних значень. О. С. Раєвнева [1] визначає, що відсутність уніфікації не дозволяє однозначно оцінювати реальний фінансовий стан різних підприємств. Можливості аналізу передбачити ймовірність банкрутства при цьому досить обмежені, оскільки на основі розроблених методик діагностувати можна лише вже наявне банкрутство.

Оцінку фінансового стану підприємства можна об'єктивно здійснити тільки за допомогою комплексу показників, що детально й усебічно характеризують господарське становище підприємства. Саме за допомогою діагностики можна детально оцінити та спрогнозувати його фінансовий стан. Незважаючи на істотну багатоваріантність змісту терміну «діагностика», більшість авторів трактують її як розпізнавання стану об'єкта, що досліджується як у ретроспективному, так і перспективному періодах.

О. А. Сметанюк [2] пропонує наступне визначення: «Під діагностикою фінансового стану підприємства розуміється ідентифікація стану об'єкта через реалізацію комплексу дослідницьких процедур, спрямованих на виявлення домінуючих факторів такого стану, симптомів та причин виникнення проблеми або можливих ускладнень, оцінку можливостей підприємства реалізувати стратегічні і тактичні цілі, підготовку необхідної інформаційної бази для прийняття рішення». Зазначимо, що наведене визначення є досить повним і змістовним.

Т. Г. Бень [3] розглядає діагностику як оцінку фінансового стану підприємства за допомогою поглибленого та експрес-аналізу, які виявляють

проблемні зони підприємства і причини їх виникнення. У багатьох джерелах [5-10] можна зустріти визначення діагностики фінансового стану підприємства як оцінки його платоспроможності та ліквідності.

Але слід зауважити, що діагностика фінансового стану – це процес оцінки стану об'єкта, його ліквідності та платоспроможності за допомогою методики експрес-аналізу і поглибленого аналізу, що дасть змогу виявити проблеми фінансового стану підприємства, причини їх виникнення та визначити методи покращення ситуації.

Можна узагальнити трактування терміну різними авторами наступним чином: діагностика фінансового стану підприємства – це комплексне вивчення особливостей його функціонування для об'єктивної оцінки досягнутих фінансових результатів і виявлення напрямків подальшого підвищення прибутку з одночасним забезпеченням достатнього рівня ліквідності.

Фінансовий стан підприємства – це така різнобічна характеристика якості виробничої і фінансової діяльності підприємства, яка визначає рух, склад та ефективне використання фінансових ресурсів, реалізацію фінансових відносин за допомогою системи показників як на фіксований момент часу, так і в динаміці. Таким чином, стійкий фінансовий стан підприємства формується в процесі всієї виробничо-господарської діяльності. Тому оцінку фінансового можна об'єктивно здійснити не через один, нехай найважливіший, показник, а тільки використовуючи комплекс показників, що детально й усебічно характеризують господарське становище підприємства. За допомогою діагностики можна детально оцінити та спрогнозувати фінансовий стан підприємства.

Діагностика фінансового стану підприємства – це здатність розпізнавати стан підприємства шляхом використання певних параметрів з метою виявлення, встановлення причин порушень з можливістю прогнозування показників фінансового стану підприємства на будь-якому відрізку часу або в динаміці.

Діагностику фінансового стану підприємства рекомендується проводити у двох напрямках:

- експрес-діагностика фінансового стану підприємства;
- поглиблена діагностика фінансового стану підприємства.

Саме ці види діагностики дозволяють отримати достовірну інформацію про фінансовий стан підприємства (рис. 1).

Особливістю фінансового діагностування є використання системи фінансових показників та коефіцієнтів, таких як: показники рентабельності, ефективності управління, ділової активності, ринкової стійкості, ліквідності.

Як доводять дослідження, теоретики та практики звертають увагу на те, що як граничні, так і нормативні значення показників, що використовуються у кожному з указаних методів, залежать від галузевої приналежності підприємства [2]. Але у науковій літературі не знайшла відображення диференціація їх рівня залежно від стадії життєвого циклу, на якій воно знаходиться у конкретний період часу. Це є суттєвим недоліком діючих методичних рекомендацій, оскільки значення показників, які є нормою на одній стадії життєвого циклу, можуть характеризувати іншу як кризову.

Суперечність висновків, що виникає при

використанні стандартної системи фінансових показників порівняно із нормативними значеннями та з урахуванням стадії життєвого циклу, обумовлюється наступним: фінансовий стан підприємства на кожній стадії його життєвого циклу має свої особливості, пов'язані з поступовим накопиченням ресурсного потенціалу підприємства на етапі зростання та його зниженням на етапі спаду [4].

Крім того, необхідно зазначити, що особливості фінансового стану підприємства обумовлюють відмінність у висновках, отриманих при аналізі показників підприємств, що знаходяться на різних стадіях життєвого циклу. У табл. 1 наведено систему груп показників-індикаторів фінансового стану підприємства у традиційному трактуванні та з урахуванням стадії їх життєвого циклу (СЖЦ).

Розрахунок груп показників фінансового стану підприємства (показники ліквідності, фінансової стійкості, ділової активності та рентабельності) та діагностика на основі їх аналізу кризи розвитку підприємств було практично реалізовано на підприємствах України.

Отже, класична методика визначення типу фінансового стану підприємства не дозволяє точно визначити останній, оскільки нормативні значення показників та коефіцієнтів не враховують особливості існуючого у підприємства рівня ресурсного потенціалу та можливостей використання власних та позикових коштів. Для усунення цього недоліку необхідно враховувати стадію життєвого циклу підприємства, на якій воно знаходиться у певний проміжок часу. Це дозволить уникнути розбіжностей у трактуванні значень показників їх фінансового стану. По-друге, аналіз фінансового стану підприємств за чотирма групами показників не завжди дозволяє чітко визначити факт наявності чи відсутності кризи у діяльності підприємства, оскільки отримані за результатами аналізу висновки можуть носити різноспрямований характер: деякі свідчать, що підприємство функціонує успішно та загроза банкрутства малоімовірна, а інші – про значні проблеми у розвитку та посилення вірогідності настання неплатоспроможності та банкрутства. Тому доцільно визначити тип фінансового стану підприємства комплексно.

З вищевикладеного можна зробити висновок, що вміння здійснювати ефективне фінансове управління суб'єктом господарювання залежить не лише від видів та мети його проведення, а й від доцільності використання того чи іншого методу аналізу фінансового становища підприємства, його адаптації до сучасних умов розвитку. Цим і зумовлені наукове та практичне значення дослідження механізму оцінки фінансового стану підприємства.

Досвід переконує, що для підтримки фінансової стійкості і розвитку підприємства необхідна постійна системна діагностика його фінансового стану на основі фінансово-економічного аналізу його діяльності.

Список літератури

1. Раєвнева О. В. *Моделювання фінансової діагностики стану підприємства* / О. В. Раєвнева, С. О. Степурина // *Економіка і регіон*. – 2005. – №3 (6). – С. 74-80.
2. Сметанюк О. А. *Діагностика фінансового стану підприємства в системі антикризового управління: Автореф. дис.... канд. екон. наук / 08.06.01.* / О. А. Сметанюк – Хмельницький: Хмельницьк. нац. ун-т, 2006. – 20 с.

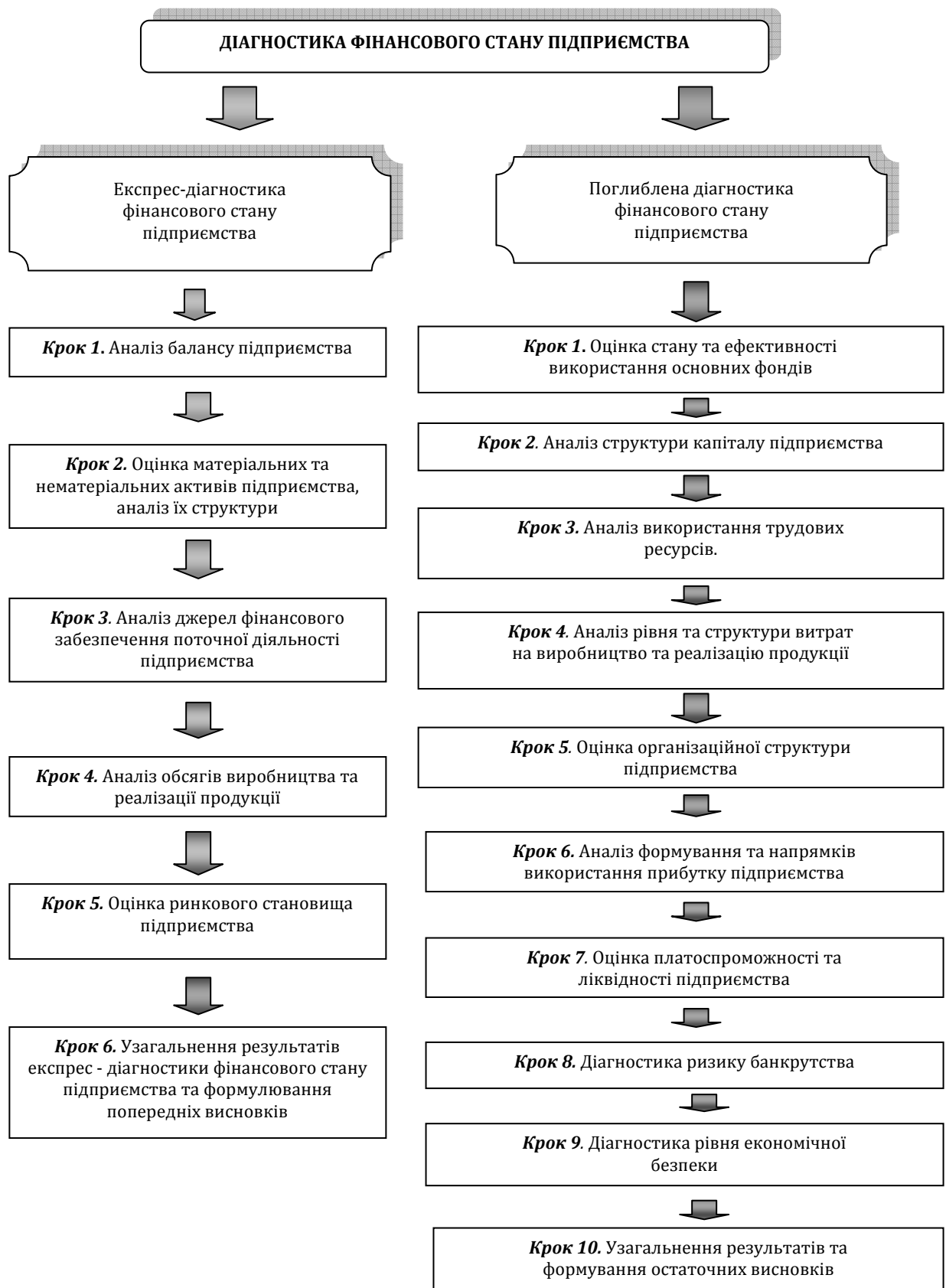


Рис. 1. Алгоритм проведення експрес- та поглибленої діагностики фінансового стану підприємства

Таблиця 1. Система груп показників-індикаторів фінансового стану з урахуванням СЖЦ підприємства

№ з/п	Група показників	Характеристика групи показників	Трактування значення показників з урахуванням СЖЦ
1	Ліквідності	Оцінка можливостей підприємства по покриттю своїх зобов'язань за рахунок використання власних оборотних коштів. Негативна тенденція показників свідчить про посилення неплатоспроможності підприємства та дефіцит оборотних коштів.	Негативна тенденція чи значення показників ліквідності менше за нормативне (неплатоспроможність): на стадіях зародження та росту не свідчить про наявність кризи через дефіцит обігових коштів як особливості фінансового стану; на стадіях стабільності та занепаду свідчить про наявність кризових явищ.
2	Фінансової стійкості	На стадіях зародження та росту значення показників перевищують рекомендовані через обмеженість залучення "дешевих" позикових коштів (зовнішнє фінансування поточної діяльності) як особливості фінансового стану. На стадіях стабільності та занепаду відхилення значення показників від оптимального значення свідчить про дисбаланс у структурі капіталу підприємства, а, отже, наявність кризових явищ.	На стадіях зародження та росту збільшення показників ліквідності повинно відбуватися з прискоренням. Уповільнення оборотності певного ресурсу на цих стадіях свідчить про наявність криз у діяльності підприємства. На стадіях стабільності та занепаду зростання обіговості може бути незначне (у порівнянні зі стадіями зародження та росту)
3	Ділової активності	Оцінка швидкості обороту всіх обігових коштів підприємства, а також окремо швидкості обороту товарно-матеріальних запасів, дебіторської заборгованості, кредиторської заборгованості, власного капіталу.	На стадіях зародження та росту збільшення показників ліквідності повинно відбуватися з прискоренням. Уповільнення оборотності певного ресурсу на цих стадіях свідчить про наявність криз у діяльності підприємства. На стадіях стабільності та занепаду зростання обіговості може бути незначне (у порівнянні зі стадіями зародження та росту)
4	Рентабельності	Оцінка результатів господарської діяльності підприємства, зокрема обсягу отримання чистого прибутку в розрахунку на одиницю майна, яке знаходиться в розпорядженні підприємства, використання основних засобів та інших необоротних активів, використання власного капіталу, використання оборотних коштів.	На стадіях зародження та ріст життєвого циклу підприємства від'ємне значення показників рентабельності (ефективності) діяльності не свідчить про наявність кризи у його діяльності, оскільки обсяги реалізації продукції ще не дозволяють підприємству досягти точки безбитковості (покрити валові витрати за рахунок виручки від реалізації) та отримати прибуток. На стадії стабільності від'ємне значення показників рентабельності або тенденція до їх зниження свідчить про наявність кризових моментів.

[Складено на основі джерел [3, 4]]

3. Бень Т. Г. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємств / Т. Г. Бень, С. Б. Довбня // Фінанси України. – 2002, № 6. – С. 53-61.
4. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій. / Л. О. Лігоненко. – К.: КНЕУ, 2009. – 596 с.
5. Загорна Т. О. Економічна діагностика : навчальний посібник / Т. О. Загорна. – К.: Центр наукової літератури, 2007 – 400 с.
6. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности : учебное пособие / Т. Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 215 с.
7. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства / Т. Д. Костенко, Є. О. Підгорна, В. С. Рижиков, В. А. Панков, А. А. Герасимов та інші. [Навч. посібник] - Видання 2-ге перероблене та доповнене. – К. : Центр учбової літератури, 2007 – 400 с.
8. Экономическая диагностика: теория и методы / Н. Н. Погостинская, Ю. А. Погостинский, Р. А. Жамбекова, Р. Р. Ацканов. – Нальчик : Эльбрус, 2000. – 320 с.
9. Загорна Т. О. Економічна діагностика [Навчальний посібник] – К. : Центр наукової літератури, 2007. – 400 с.
10. Сопов І. Підходи до діагностики фінансового потенціалу

підприємства / І. Сопов // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 1. – С. 68-75.

РЕЗЮМЕ

Аблязова Севиль, Алімова Айше

Совершенствования методики оценки финансового состояния предприятия

В статье проанализирована методика оценки финансового состояния предприятия на основе расчета классических показателей финансового анализа. Освещены подходы к диагностике финансового состояния с позиции различных ученых, исследован вопрос о направлениях диагностики финансового состояния, сформирована система локальных показателей в каждом направлении, характеризующих финансовое положение предприятия.

RESUME

Ablyazova Sevil', Alimova Ayshe

Improved methods for evaluating the financial situation

This article critically analyzes methods for assessing the financial condition of the company based on the calculation of the classical indicators of financial analysis. The approaches to the diagnosis of the financial position of states with different scholars are considered. The question of direction of diagnostic of financial condition is studied.

Стаття надійшла до редакції 06.04.2011 р.

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ ШКАЛИ БАЖАНОСТІ ХАРРІНГТОНА

Наведено систему показників та розраховано інтегральний показник оцінки економічного стану підприємств. Апарат економіко-математичного моделювання представлений узагальненою функцією та шкалою бажаності Харрінгтона. На підставі теоретичних досліджень проведено оцінку економічного стану підприємств гірничозбагачувальних комбінатів Кривбасу для внутрішніх та зовнішніх користувачів.

Ключові слова: оцінка економічного стану підприємства, шкала бажаності Харрінгтона, економічний аналіз, фінансовий аналіз.

Економічний стан підприємства передбачає дослідження усіх аспектів його діяльності. Проте, у багатьох науковців переважає дослідження фінансової складової. Звісно, вона є дуже вагомою, проте вважаємо за недоцільне нівелювання інших сфер діяльності підприємства. Проведені наукові дослідження вітчизняної та зарубіжної літератури дали змогу стверджувати, що підходу, який дозволив би комплексно оцінити економічний стан підприємства, немає. Така інформація вкрай важлива як для зовнішніх, так і для внутрішніх користувачів, оскільки розрахувавши лише незначну кількість показників економічного стану підприємства (які найповніше оцінюють стан) та єдиний інтегральний показник, можна встановити його у динаміці та у порівнянні з іншими підприємствами. Приведення різновимірних показників до єдиної системи оцінки здійснено з використанням функції Харрінгтона. На сьогодні ця методика є широко застосовуваною і використана у наукових розробках таких вчених, як Т. В. Булович, О. В. Кузьмін, І. В. Лазько, В. Г. Топольник, С. С. Федін та багато інших. Перевагами вище вказаного методу є не лише нескладність розрахунку, але й відкритий доступ до інформаційної бази для здійснення оцінки. Ці передумови зумовлюють актуальність статті.

Метою статті є визначення з усієї сукупності економічних показників тих, що найповніше оцінюють економічний стан підприємства та не дублюються. На їх підставі можна розрахувати інтегральний та провести оцінку економічного стану гірничозбагачувальних підприємств Кривбасу.

Оцінка економічного стану підприємства (ОЕСП) – це конкретний вираз сукупності економічних показників, яка характеризує економічний розвиток підприємства за певний період або на певний момент часу і визначається з метою забезпечення обґрунтованих управлінських рішень і високого рівня конкурентоспроможності підприємства.

Важливою складовою оцінки економічного стану підприємства є підбір показників, які включаються в ту чи іншу їх сукупність. Дослідивши весь набір економічних показників та визначивши їх взаємозв'язок та вплив на ОЕСП, для розрахунку інтегрального показника ми обрали наступні (таблиця 1).

Основним завданням ОЕСП є розробка інтегральної

оцінки, що забезпечить задоволення потреб як внутрішніх, так і зовнішніх користувачів. Враховуючи те, що майже всі показники економічного стану підприємства є іменованими величинами, необхідною процедурою методики є приведення показників до єдиної величини. З цією метою буде використано узагальнену функцію Харрінгтона.

За умови підвищення одних показників, що призводить до підвищення інтегрального показника, їх називають стимуляторами, і навпаки – дестимуляторами. Доцільно в подальшому стандартизувати вхідну інформацію, з використанням формул, що наведені нижче:

1. Для стимуляторів:

$$y_{ij} = \frac{|x_{ij} - \bar{x}_j|}{\sigma_{x_j}} \quad (1)$$

$$\bar{x}_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_{ij}, \quad j = \overline{1, m} \quad (2)$$

$$\sigma_{x_j} = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_j)^2}; \quad j = \overline{1, m} \quad (3)$$

де y_{ij} – стандартизоване значення ознаки;

\bar{x}_j – середнє арифметичне всіх рівнів показника j (стовпця матриці X);

σ_{x_j} – середньоквадратичне (стандартне) відхилення ознаки j ;

2. Для дестимуляторів:

$$y_{ij} = \frac{|\bar{x}_j - x_{ij}|}{\sigma_{x_j}} \quad (4)$$

Узагальнений показник, при побудові якого використовують узагальнену функцію Харрінгтона, має вигляд:

$$D = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n d_i} \quad (5)$$

$$d_i = \exp[\exp(-y_i)] \quad (6)$$

де n – кількість показників, які використовуються

Таблиця 1. Показники оцінки економічного стану підприємства

Показники ОЕСП	Роль показника в ОЕСП	Алгоритм розрахунку показника
1. Оцінки прибутковості (ОП)		
1.1. Рентабельність активів (P_a)	Характеризує ефективність використання всього наявного майна підприємства	$P_a = \text{Чистий прибуток} / \text{Активи}$
1.2. Рентабельність власного капіталу ($P_{в.к.}$)	Відображає ефективність використання активів, створених за рахунок власних коштів	$P_{в.к.} = \text{Чистий прибуток} / \text{Власний капітал}$
2. Оцінки платоспроможності		
2.1. Коефіцієнт поточної ліквідності (K_n)	Визначається рівень платоспроможності підприємства	$K_n = \text{Оборотні активи} / \text{Короткострокові пасиви}$
2.2. Коефіцієнт термінової ліквідності (K_m)	Показує можливість/неможливість своєчасної оплати боргів	$K_m = (\text{Грошові кошти} + \text{поточні фінансові інвестиції} + \text{дебіторська заборгованість}) / \text{Поточні зобов'язання}$
2.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (K_l)	Показує якісний склад засобів, котрі є джерелами покриття поточних зобов'язань	$K_l = \text{Грошові засоби та швидкоореалізовані ЦП} / \text{Поточні зобов'язання}$
3. Оцінки фінансової стійкості підприємства (ОФСП)		
3.1. Коефіцієнт автономії (K_A)	Характеризує незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування	$K_A = \text{Власні засоби підприємства} / \text{Майно підприємства}$
3.2. Коефіцієнт маневреності власного капіталу ($K_{м.в.к.}$)	Показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності.	$K_{м.в.к.} = \text{Власні оборотні кошти} / \text{Власний капітал}$
4. Оцінки стану і ефективності використання основних фондів та витрат		
4.1. Фондовіддача (Φ)	Характеризує ефективність використання основних виробничих фондів	$\Phi = \text{Обсяг випуску продукції} / \text{Середньорічна вартість основних виробничих фондів}$
4.2. Фондоозброєність ($\Phi_{оз}$)	Показує величину основних засобів на одного середньооблікового працівника	$\Phi_{оз} = \text{Середня вартість основних засобів} / \text{Середньооблікова чисельність працівників}$
4.3. Придатність основних фондів ($K_{пр.д.}$)	Відображає частину основних засобів, придатних до експлуатації в процесі господарської діяльності	$K_{пр.д.} = 1 - (\text{Сума амортизаційних відрахувань} / \text{Первісна вартість основних засобів})$
4.4. Оновлення основних фондів ($K_{он.}$)	Показує частку нових основних засобів у їх загальній вартості	$K_{он.} = \text{Вартість основних засобів} / \text{Вартість основних засобів на кінець року}$
4.5. Витрати на одиницю продукції (B)	Відображає ефективність витрат при випуску продукції	$B = \text{Валові витрати} / \text{Обсяг випуску продукції}$
6. Оцінки ділової активності (ОДА)		
6.1. Оборотність активів (Oa)	Показує кількість оборотів активів підприємства за певний період	$Oa = \text{Виручка від реалізації продукції} / \text{активи}$
6.2. Оборотність оборотного капіталу ($Oo.к.$)	Показує кількість оборотів оборотного капіталу підприємства за певний період	$Oo.к. = \text{Виручка від реалізації продукції} / \text{Підсумок I та II розділів активу балансу}$
6.3. Оборотність готової продукції ($Og.пр.$)	Показує кількість оборотів готової продукції підприємства за певний період	$Og.пр. = \text{Виручка від реалізації продукції} / \text{Вартість запасів}$
6.4. Оборотність дебіторської заборгованості ($Od.з.$)	Показує кількість оборотів дебіторської заборгованості підприємства за певний період	$Od.з. = \text{Виручка від реалізації продукції} / \text{Дебіторська заборгованість}$
6.5. Оборотність кредиторської заборгованості ($Ok.з.$)	Показує кількість оборотів кредиторської заборгованості підприємства за певний період	$Ok.з. = \text{Виручка від реалізації продукції} / \text{Кредиторська заборгованість}$
6.6. Оборотність власного капіталу ($Oв.к.$)	Показує кількість оборотів власного капіталу підприємства за певний період	$Oв.к. = \text{Виручка від реалізації продукції} / \text{Власний капітал}$

7. Оцінки персоналу (ОП)		
7.1. Плинності персоналу (ПП)	Характеризує, як часто змінюється персонал підприємства	ПП=Кількість звільнених з усіх причин/ Середньооблікова чисельність
7.2. Рівень дисципліни (РД)	Показує частку відсутності працівника на робочому місці в загальній кількості	РД=Неявка на роботу/Усього відпрацьовано
8. Оцінка інвестиційного-інноваційного стану підприємства (ОІСП)		
8.1. Індекс дохідності (PI)	Характеризує ефективність інвестицій	PI= сума грошового потоку, приведена до теперішньої вартості/сума інвестиційних коштів
8.2. Період окупності (PP)	Показує, за який період вкладені кошти повернуться до інвестора	PP= сума інвестиційних коштів/середня сума грошового потоку в теперішній вартості в конкретному періоді
8.3. Приріст обсягу виготовленої продукції	Показує зміну обсягу виготовленої продукції до і після нововведень	$Q_{в.пр.} = ((\text{кількість звільнених працівників за рахунок нововведень} * \text{продуктивність праці}) / \text{обсяг виготовленої продукції}) * 100\%$
8.4. Частка економії від запровадження технічних та організаційних новин у загальних витратах на виробництво продукції	Частка економії від запровадження технічних та організаційних новин у загальних витратах на виробництво продукції	$e_{r,TON} = ((\text{кількість звільнених працівників за рахунок нововведень} * \text{середня заробітна плата одного працівника}) / (\text{обсяг виготовленої продукції} - \text{загальна сума прибутку у тому ж році})) * 100\%$

для оцінки економічного стану підприємства;

d_i – частинна функція, яка визначена відповідно до шкали Харрінгтона;

y_i – показник економічного стану у без вимірному (стандартизованому) вигляді.

Критерієм оптимізації можна використовувати шкалу Харрінгтона, оскільки вона характеризується статистичною чутливістю, безперервністю, адекватністю.

Обчислюємо узагальнений показник оцінки економічного стану підприємства на основі значень функції d_i , визначених для кожного досліджуваного об'єкта. За приклад для розрахунку будуть узяті підприємства Кривбасу: Центральний гірничо-збагачувальний комбінат (ЦГЗК), Інгuleцький гірничо-збагачувальний комбінат (ІнГЗК), Північний гірничо-збагачувальний комбінат (ПівнГЗК), Південний гірничо-збагачувальний комбінат (ПівдГЗК) протягом 2009 року (таблиця 2).

За отриманими даними проводимо стандартизацію з використанням формули (2). Дані для зручності заносимо в таблицю (таблиця 3).

Провівши усі необхідні розрахунки для отримання інтегрального показника ОЕСП та зіставивши їх з

універсальною шкалою бажаності Харрінгтона, маємо наступні результати (таблиця 4).

З проведеного дослідження видно, що підприємство ЦГЗК має найкращі показники оцінки економічного стану підприємства, займає за ними перше місце рейтингу (оцінка економічного стану підприємства становить 0,8512) та відповідно до шкали бажаності Харрінгтона зараховано до категорії «дуже добре». Що стосується ІнГЗК, ПівнГЗК, ПівдГЗК, ці підприємства несуттєво відрізняються від підприємства-еталона, оскільки належать до однієї категорії «добре» і відмінність у оцінці їх економічного стану незначна (0,76193; 0,65811; 0,73579 відповідно).

З метою встановлення оцінки економічного стану підприємства варто враховувати усі види діяльності підприємства. Наведена у статті система показників дозволяє виконати цю умову, оскільки вони не дублюються, а, доповнюючи один одного, показують загальну оцінку економічного стану підприємства. Використання шкали бажаності Харрінгтона та розробка інтегрального показника на основі запропонованих групових показників є науковим нововведенням. Ця методика дозволяє оцінити економічний стан підприємства як для внутрішнього

Таблиця 2. Показники оцінки економічного стану підприємства ЦГЗК, ІнГЗК, ПівнГЗК, ПівдГЗК протягом 2009 року

Назва п/п	P_a	$P_{в.к.}$	$K_{п.л.}$	$K_{т.л.}$	$K_{а.л.}$	K_a	$K_{м.вл.к.}$	B	Φ_v	$\Phi_{оз}$	$K_{пр.д.}$	$K_{он.}$	O_a
ЦГЗК	19,6	13,1	1,4	0,6	0,3	0,6	0,6	274	154	77	0,8	1,1	1,2
ІнГЗК	21,7	24,3	1,2	0,6	0,3	0,5	0,4	313	176	66	0,7	1,3	1,1
ПівнГЗК	19,1	17,5	1,3	0,6	0,2	0,7	0,3	308	168	75	0,8	1,2	1,1
ПівдГЗК	15,3	12,9	1,1	0,6	0,2	0,6	0,6	270	179	74	0,8	1,1	1,2

Продовження таблиці 2

Назва п/п	$O_{о.к.}$	$O_{г.пр.}$	$O_{д.з.}$	$O_{к.з.}$	$O_{в.к.}$	PI	PP	$Q_{в.пр.}$	$e_{r,TON}$	ПП	$K_{ра}$	$K_{опр}$
ЦГЗК	1,2	1	1,16	1,1	1,3	1,8	3,6	14,9	1,5	0,04	0,1	1,5
ІнГЗК	1,1	1,1	1,16	1,2	1,4	1,1	4,8	17,3	1,1	0,03	0,2	1,7
ПівнГЗК	1	1,1	1,17	1,1	1,2	1,1	5,2	15,7	1,3	0,04	0,1	1,3
ПівдГЗК	1,3	1,1	1,15	1,1	1	1,1	7,3	16,1	1,2	0,05	0,1	1,2

Таблиця 3. Стандартизовані значення показників ОЕСП

	у ₁	у ₂	у ₃	у ₄	у ₅	у ₆	у ₇	у ₈	у ₉	у ₁₀	у ₁₁	у ₁₂	у ₁₃
ЦГЗК	10,4	13,8	-0,3	-2,4	-2,8	-2	-5,5	242	137	52	-1	-0	0,1
ІнГЗК	9,49	11	-0,1	-2,4	-2,8	-2	-3,5	235	133	55	-1	-0	0,1
ПівнГЗК	10,6	12,7	-0,2	-2,4	-1,8	-3	-2,5	236	134	53	-1	0,1	0,1
ПівдГЗК	12,3	13,8	0,03	-2,4	-1,8	-2	-5,5	243	132	53	-1	0,1	0,1

Продовження таблиці 3

	у ₁₄	у ₁₅	у ₁₆	у ₁₇	у ₁₈	у ₁₉	у ₂₀	у ₂₁	у ₂₂	у ₂₃	у ₂₄	у ₂₅
ЦГЗК	0,06	0	0,10	0,13	-0,1	0,3	3,6	11,2	-0,6	-0,36	-0,5	-2,52
ІнГЗК	0,15	-0,1	0,10	0,03	-0,2	0,7	3	10,4	-0,1	-0,26	-1,2	-3,04
ПівнГЗК	0,24	-0,1	0,09	0,13	0,03	0,7	2,9	10,9	-0,35	-0,36	-0,5	-1,99
ПівдГЗК	-0	-0,1	0,11	0,13	2,23	0,7	1,9	10,8	-0,23	-0,46	-3,2	-1,73

Таблиця 4. Стандартні значення за шкалою бажаності Харрінгтона

Позначка на шкалі бажаності	Бажаність
1,00-0,8	Дуже добре
0,8-0,63	Добре
0,63-0,37	Задовільно
0,37-0,2	Погано
0,2-0,0	Дуже погано

користування, так і для зовнішнього, оскільки можливо за отриманими даними скласти рейтинг підприємств, що аналізувалися. Теоретичні дослідження повністю підтвердилися практичною частиною.

Перспективами подальших досліджень є наведення конкретних рекомендацій з питань покращення оцінки економічного стану підприємства.

РЕЗЮМЕ

Агапова Анна

Економико-математическое моделирование оценки экономического положения предприятия с использованием шкалы желательности Харрингтона

Приведена система показателей и рассчитан интегральный показатель оценки экономического положения предприятий. Аппарат экономико-математического моделирования представлен обобщенной функцией и шкалой желательности Харрингтона. На основании теоретических исследований проведена оценка экономического положения предприятий горнообогатительных комбинатов Кривбасса для внутренних и внешних пользователей.

RESUME

Agarova Anna

Economic-mathematical modeling of the estimation of the economic condition of the company with the usage the Harrington's scale of desirability

A system of indicators is presented. The integral indicator of estimation of the economic condition of enterprises is calculated. The apparatus of economic-mathematical modeling is presented by the generalized function of desirability Harrington's scale. Based on theoretical studies the economic condition of enterprises of ore mining of Kryvbass for internal and external users is evaluated.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2011 р.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПОБУДОВИ СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Досліджено зміст основних понять у сфері антикризового управління підприємством, а саме: поняття “криза”, “антикризове управління”, “антикризовий потенціал підприємства”, трактування яких на сьогодні є багатоаспектним. Особливу увагу приділено системі раннього виявлення та подолання кризових процесів.

Ключові слова: криза, антикризове управління, антикризовий потенціал підприємства.

Антикризове управління стало сьогодні одним з найбільш популярних понять в управлінській науці та діловій практиці, однак, в українських умовах єдність поглядів ще не сформувалась. Водночас невирішеною частиною проблеми залишається питання ефективного використання теорії кризового управління для посилення антикризового потенціалу підприємства [13, с. 184]. У сучасній українській економічній літературі за останні роки з'явилась значна кількість спеціалізованих колективних та індивідуальних монографій, науково-методичних видань, присвячених цій проблемі, в яких поряд з іншими питаннями знайшли висвітлення змістовні ознаки цього терміну. Крім цього, продовжується дискусія щодо природи фінансової кризи підприємств, яка обумовлена різними підходами до визначення причин її виникнення. Вітчизняні науковці - І. О. Бланк [2], В. О. Василенко, І. Н. Герчікова [3], А. П. Градов [4], Г. О. Крамаренко, Л. О. Лігоненко [6], О. В. Мозенков, А. М. Поддєрьогін, О. О. Терещенко, М. Г. Чумаченко та інші – продовжують вивчення причинно-наслідкових зв'язків розвитку кризових явищ та пошук шляхів фінансово-економічного оздоровлення підприємств.

Метою статті є дослідження теоретичних підходів до визначення особливостей антикризового управління, системи раннього виявлення та подолання кризових процесів. Відповідно до мети було поставлено такі завдання:

- розкрити сутність і зміст понять «криза», «антикризове управління», «антикризовий потенціал підприємства» на основі економічної природи кризових явищ;
- розглянути підходи до антикризового фінансового управління на підприємстві;
- визначити основні засади системи раннього виявлення та подолання фінансової кризи.

Аналіз наявних трактувань поняття “криза” свідчить про існування трьох незалежних поглядів на понятійні межі цього терміну.

Відповідно до першої точки зору, на думку Р. Попова, К. Кірганова, Л. Грінера, криза – це форма поступального руху, вияв розвитку системи. Прихильники другої точки зору Дж. Вебстер, А. Градов, Е. Вінер, Дж. Каан вважають кризою переломний момент у функціонуванні підприємства (незалежно від того, яким – позитивним чи негативним, буде результат), а отже кризою може вважатися будь-яка нестандартна

ситуація або зміни у функціонуванні підприємства. Третя точка зору, яку представляють Дж. Кейнс, В. Крутько, В. Василенко, Е. Коротков, Е. Нікбахт передбачає, що кризою є ситуація значного погіршення одного, а частіше кількох, важливих параметрів функціонування підприємства, що цілком реально може призвести до банкрутства.

Підхід вчених, які надають кризі позитивного або нейтрального забарвлення, видається цілком виправданим для країн із стабільною економікою, де кризове підприємство відносно легко може відновити рівновагу за рахунок зв'язків із стабільним зовнішнім середовищем. Але у сучасній вітчизняній економіці існує значна кількість дестабілізуючих чинників, які важко навіть прогнозувати. Отже, узагальнюючи існуючі на сьогодні в економічній літературі трактування та враховуючи сучасні економічні умови в Україні, визначаємо кризу підприємства як безпосередню загрозу його функціонуванню, що може виявлятися у фінансовому, організаційному та інших аспектах діяльності підприємства. Найбільш серйозним наслідком фінансової кризи на багатьох підприємствах стало їх банкрутство – явище притаманне сучасній економіці України.

Банкрутство підприємства є кінцевою стадією фінансової кризи, яка розвинулась внаслідок незадовільного управління ресурсним потенціалом, фінансових прорахунків, ігнорування впливу різноманітних факторів мікро і макросередовища, і тому визначається як неспроможність забезпечити конкурентне функціонування в ринкових умовах. Воно супроводжується посиленням соціально-економічних проблем в суспільстві. Тому останнім часом важливого значення набуває впровадження на підприємствах ефективною антикризовою системою, спрямованою на своєчасне розпізнавання загрози банкрутства з метою його попередження.

Загальновизнано, що антикризове управління слід розглядати як один з функціональних напрямів управління підприємством (як різновид організації), тобто, згідно з концепцією М. Мескона, як процес планування, організації, мотивації та контролю, необхідний для того, аби сформулювати та досягти цілей, що стоять перед організацією. Вживання, тобто можливість існувати якомога довше, є найважливішим завданням більшості організацій, тому антикризове управління, безперечно, є складовою менеджменту

підприємства в цілому.

Одна група фахівців розглядає „антикризове управління” як комплексний, багатоплановий процес, що уміщує спеціальні фінансові процедури, особливий маркетинговий план, надзвичайні заходи з мобілізації персоналу. При цьому, згідно з деякими підходами, в Україні антикризове управління - це функція, або точніше, обов'язкова складова банкрутства. З точки зору інших науковців, під антикризовим управлінням розуміється сукупність форм і методів реалізації антикризових процедур, які застосовуються до конкурентного підприємства-боржника.

Е. А. Уткін під „антикризовим управлінням” розуміє таке управління, що спрямоване на запобігання можливим серйозним ускладненням у ринковій діяльності українського підприємства, на забезпечення його стабільного, успішного господарювання з орієнтацією розширеного відтворення на найсучаснішій основі на власні накопичення [12].

Слід погодитися із В. О. Василенко, який характеризує антикризове управління як таке, в якому поставлено певним чином передбачення небезпеки кризи, аналіз її симптомів, заходів задля зниження її негативних наслідків й використання факторів для наступного розвитку.

Як вважає Л. О. Лігоненко [6], більш коректно під антикризовим фінансовим управлінням розуміти постійно діючий процес виявлення ознак кризових явищ та реалізацію генерального плану зупинення поширення кризових явищ та стагнації розвитку підприємства, який здійснюється протягом усього періоду його функціонування. У перебігу антикризового фінансового управління може передбачатись розробка і реалізація окремих політик (або тактик) для вирішення окремих завдань протидії кризі на окремих етапах роботи.

Ця точка зору знаходить підтвердження у Е. С. Мінаєва та В. П. Панагушена: під антикризовим фінансовим управлінням слід розуміти не тільки управління, орієнтоване на виведення підприємства зі стану кризи, а управління, яке здатне заздалегідь спрогнозувати та попередити неплатоспроможність підприємства згідно з виробленою стратегічною програмою підвищення конкурентних переваг та фінансового оздоровлення [7].

І. В. Шварц пропонує трактування цієї категорії з системних позицій як процесу планування та проведення заходів по збереженню та покращенню базисних показників сталості та розвитку інститутів підприємства, а також створення моніторингової системи аналізу відповідних показників.

За умов трансформаційної економіки Н. В. Картохіна визначає поняття «антикризового управління» як систему заходів, спрямованих на попередження та подолання кризової ситуації з урахуванням усіх наявних можливостей та досягнення позитивного результату в майбутньому з найменшими втратами. Ефективність антикризового управління полягає у досягненні оптимального результату від реалізації його заходів з максимально можливим збереженням усіх пріоритетів за мінімальних витрат засобів та ресурсів [5].

Проаналізувавши визначення антикризового управління, яке пропонують різні теоретики, можна його сформулювати як систематичний процес попередження (раннього реагування) або подолання кризи для збереження, відновлення докризового стану та наступного покращення потенційних можливостей

успішного функціонування виробничо-господарської системи на ринку; як систему спеціального безперервного управління підприємством на усіх етапах життєвого циклу, що ґрунтується на системному підході й передбачає виявлення, запобігання та подолання кризових явищ на основі реалізації антикризового потенціалу.

Поняття „антикризовий потенціал підприємства” О. В. Белозерцев розглядає як сукупні потенційні можливості підприємства протистояти кризам, визначені на основі використання наявних і залучених ресурсів, у процесі реалізації антикризових процедур в умовах мінливого зовнішнього середовища. Запропоновано комплексну оцінку антикризового потенціалу підприємств на основі використання ієрархічної моделі, що подає антикризовий потенціал як сукупність його елементів і підсистем, розташованих на різних рівнях, та дозволяє визначити взаємовплив між ними.

На думку О. В. Мороза, «антикризовий потенціал підприємства» є синтетичною категорією, що відображає тісні причинно-наслідкові зв'язки між забезпеченням належного рівня основних параметрів функціонування підприємства та його здатністю до сталого розвитку як абсолютною стратегічною метою.

Категорію «антикризовий потенціал підприємства» І. В. Шварц визначає як здатність господарського суб'єкта протистояти реальним та потенційним кризовим явищам у функціонуванні, зберігаючи про цьому тенденцію до сталого розвитку, а оцінка його рівня здійснюється за інтегральним показником, що містить фінансову, маркетингову, виробничу та управлінську складові [9, с. 9-12].

Російські дослідники А. В. Малявіна, С. А. Попов, Н. Б. Пашин використовують поняття „антикризовий потенціал господарюючого суб'єкта”. Вони акцентують увагу на індивідуальності структури антикризового потенціалу: у одних господарюючих суб'єктів - це відпрацьована технологія, сучасне обладнання, у інших - загартований колектив, здатний швидко перенастроюватися для вирішення нових завдань, у третіх - налагоджені стійкі зв'язки з постачальниками та споживачами продукції, що виробляється. При цьому в будь-якому разі мова йде про ресурси підприємства та можливості їх відновлення.

Таким чином, головним для оцінки здатності до виживання визнається ресурсне забезпечення. В перебігу реалізації антикризової програми слід передбачати не тільки використання наявного антикризового потенціалу, а й його відновлення, а потім і зростання порівняно з докризовим періодом.

Виявлено, що на сьогодні не існує чітко сформульованого поняття, яке б характеризувало підприємство з точки зору його здатності до управління та подолання різного роду проблемних ситуацій (криз), що об'єктивно виникають у процесі господарювання [9, с. 10].

Досягнення цілей антикризового менеджменту значною мірою залежить від своєчасного виявлення кризи. Це забезпечується завдяки застосуванню інструментарію діагностики банкрутства, механізмів раннього попередження та реагування, інших аналітичних прийомів. Не слід при цьому забувати про причинно-наслідковий аналіз, спрямований на ідентифікацію зовнішніх та внутрішніх чинників кризи, виду кризи та її стадії.

Система раннього виявлення та подолання

фінансової кризи – це моніторинг параметричних характеристик кризових процесів з метою своєчасної ідентифікації їх ранніх ознак, причин поглиблення та наступної розробки адекватної антикризової програми. Вона є складною системою, елементами якої є дві самостійні і взаємопов'язані частини: перша – підсистема виявлення кризи – найбільш складна і важлива, оскільки забезпечує адекватне розв'язання завдань другої – підсистеми подолання кризи. Система раннього виявлення та подолання розглядає розвиток фінансової кризи та її локалізацію як цілісний процес, який є самостійним об'єктом управління.

Реалізація на практиці системи раннього виявлення та подолання фінансової кризи передбачає розробку теоретично обґрунтованої методологічної бази, яка відображає сучасні вимоги. Відомі на сьогодні традиційні методи оцінки кризової ситуації мають певні недоліки:

- по-перше, неадаптованість зарубіжного інструментарію кризової діагностики до діяльності вітчизняних підприємств;
- по-друге, поширений управлінський підхід дає загальну характеристику кризовій ситуації, у той час, як прийняття рішень вимагає кількісного обґрунтування;
- по-третє, серед аналітичних показників діагностики банкрутства не визначено чітких критеріїв, орієнтованих на ідентифікацію ранніх ознак та глибини фінансової кризи;
- по-четверте, існує неузгодженість методичної та нормативно-правової бази антикризового регулювання в Україні.

Узагальнення результатів теоретичного дослідження підходів антикризового управління до виявлення кризової ситуації та обґрунтування рішень по виходу з неї дозволило визначити основні положення системи раннього виявлення та подолання фінансової кризи:

- будь-яке управління певною мірою повинно бути антикризовим і тим більше у час входження підприємства в смугу кризового розвитку;
- здійснення антикризових заходів проектується паралельно до розгортання фінансової кризи – від початку виникнення до досягнутої стадії поглиблення. Встановлений таким способом контроль над кризовим процесом забезпечує вплив на його причини, а не наслідки;
- поглиблення фінансової кризи подовжує траєкторію здійснення антикризових заходів, що обумовлює підвищення витрат ресурсів;
- усуненню кожного наступного виду фінансової кризи передують ліквідація попереднього виду кризи;
- адекватна протидія кризовим процесам на стадії зародження – найкоротший шлях до їх подолання.

Отже, за функціонування підприємства в нормальних умовах система раннього виявлення та подолання фінансової кризи виступає як інструмент контролю його фінансового стану, а в кризовій ситуації вона виконує роль сигналізаційної системи щодо виникнення загрози банкрутства та забезпечує вибір адекватних заходів антикризового управління.

Список літератури

1. Акмаев А. И. Антикризисное управление угольными предприятиями на основе диверсификации их деятельности / А. И. Акмаев, О. В. Белозерцев // *Наукові праці Донецького технічного університету. Серія: економічна*. Вип. 60. – Донецьк: ДонНТУ, 2003. – С. 6-14.
2. Бланк І. О. *Основи фінансового менеджменту* / І. О. Бланк. : У 2 т. – К.: Ніка-Центр, Ельга, 1999.
3. Герчикова И. Н. *Финансовый менеджмент* / И. Н. Герчикова. – М.: Консалт-Банкир, 1996.
4. Градов А. П. *Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой* / А. П. Градов. – СПб.: Спец. лит., 1996.
5. Картохіна Н. В. *Особенности антикризисной инвестиционной стратегии в условиях транзитивной экономики* / Н. В. Картохіна // *Економіка: проблеми теорії та практики*. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2006. – Вип. 211: В 4 т. Т. 1. – С. 292-300.
6. Лігоненко Л. О. *Антикризове управління підприємством: теоретико-методичні заходи та практичний інструментарій* / Л. О. Лігоненко. – К: КНЕУ, 2005.
7. Макаренко И. О. *Анализ проблем антикризисного управления предприятием при угрозе банкротства* / И. О. Макаренко // *Актуальні проблеми економіки*. - 2005.-№9. - С. 170-174.
8. Мар'яненко Л. В. *Особенности та передумови провадження санаційних процесів на підприємствах України* / Л. В. Мар'яненко // *Економіка фінанси і право*.-2007.- №10. - С. 14-21.
9. Мороз, О. В. *Категорія «антикризовий потенціал підприємства» в процесі аналізу ефективності функціонування машинобудівних підприємств* / О. В. Мороз, І. В. Шварц, О. В. Лазарчук // *Вісник Вінницького політехнічного інституту*. - 2008. - №2. - С. 9-12.
10. Москаленко, В. П. *Комплексна оцінка фінансового стану підприємства як основа для діагностика його банкрутства* / В. П. Москаленко, О. Л. Пластун // *Актуальні проблеми економіки*. – 2006. - № 6. – С. 180-192.
11. Пушкарь А. И. *Антикризисное управление: модели, стратегии, механизмы* / А. И. Пушкарь, А. Н. Тридед, А. Л. Колос. - Х.: *Модель Вселенной*, 2001. - 451 с.
12. Уткин Е. А. *Антикризисное управление* / Е. А. Уткин. - М.: ТАНДЕМ «Экос», 2008. - 330с.
13. Шварц І. В. *Інституціональні складові посилення антикризового потенціалу підприємства* / І. В. Шварц // *Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка»*. – Суми, 2007. – Вип. 1. – С. 184–189.
14. Шварц І. В. *Методичні основи оцінювання антикризового потенціалу підприємства* / І. В. Шварц // *Вісник Хмельницького національного університету (Вісник Технологічного університету Поділля)*. – Хмельницький: ХНУ, 2006. – № 5, Т. 3. – С. 284–288.

РЕЗЮМЕ

Адонин Сергей

Теоретические подходы к построению системы антикризисного управления предприятием

Исследовано содержание и понятия основных категорий в сфере антикризисного управления предприятия, а именно: понятие “кризис”, “антикризисное управление”, “антикризисный потенциал предприятия”, констатирование которых на сегодня является многоаспектным. Особое внимание уделено системе раннего выявления и преодоления кризисных ситуаций.

RESUME

Adonin Sergiy

Theoretical approaches to construction of crisis management of enterprise

The contents and concepts of basic categories in crisis management of enterprise are examined, including: notions of "crisis", "crisis management", "crisis management capacity of the enterprise" which treatment is considered to be multidimensional.

Стаття надійшла до редакції 15.03.2011 р.

КОНТРАКТАЦІЯ ІНТЕГРАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ В АПК

Розглянуто сутність контрактації в інтеграційній структурі та проаналізовано методологічний аспект укладання контрактів між контрактантом та контрагентом. Визначено особливості контрактації в АПК.

Ключові слова: договір, контрактація, контрагент, контрактант, трансакційні витрати.

За роки незалежності в Україні відбулись значні трансформації в економіці, майже зникло державне господарювання в сільському господарстві, а його місце зайняла ринкова форма організації взаємовідносин, яка обумовлена трьома причинами. По-перше, дає стимули для діяльності економічних суб'єктів з виробництвом матеріальних цінностей. По-друге, повністю використовує локалізовану інформацію, доступну суб'єктам тільки при умові віддаленості та децентралізації. По-третє, надає максимальний простір творчим та винахідницьким здібностям всіх суб'єктів, які діють як потенційні підприємці. Становлення ринкової форми організації взаємовідносин спровокувало істотні зміни у веденні контрактації та у її правовому регулюванні.

Значну роль у світовому та вітчизняному досвіді взаємовідносин в АПК займає контрактація, яка є найбільш ефективним та надійним способом ведення відповідної діяльності між суб'єктами господарювання. Її застосування створює великі можливості: якнайповніше використати економічні зв'язки між виробником та переробним підприємством; раціональніше організувати взаємовідносини; визначити умови матеріальної зацікавленості сторін тощо. Щорічно підприємства агропромислового комплексу здійснюють пошук контрагентів на ринку для оптимізації своєї діяльності, тобто для контрактації сільськогосподарської продукції та реалізації. Кількість таких укладених контрактів зростає відповідно до розширення та ускладнення взаємозв'язків підприємств з різними формами власності та їх роду діяльності. Однак, недостатність інформації про покупців на ринку сільськогосподарської продукції, а також формування ринкової ціни, яка є збитковою для виробника, не сприяє розвитку аграрного виробництва, знижує його інвестиційну привабливість. Такі явища залишають відкритим питання оптимальності ринкових механізмів в сільському господарстві.

Головними основоположниками в теорії розвитку контрактів та трансакційних витрат є Дж. Коммонс, Нобелівський лауреат Р. Коуз та О. Уільямсон. Відображення теретико-методологічних питань контрактних відносин та формування теоретико-практичних аспектів трансакційних витрат належить таким вченим як: А. Алчян, Г. Демсец, Д. Норт, К. Ерроу та ін. Значний внесок до розвитку концепції цього питання, зробили такі російські вчені-економісти, як А. Бремен, С. Гурієв, Р. Капелюшников, Р. Нуреев, А. Скоробогатов, В. Тамбовцев та інші. Серед вітчизняних вчених, які обґрунтували основні підходи

щодо укладання контрактів та вдосконалення інтеграційних взаємовідносин між підприємствами, можемо назвати В. Г. Андрійчука, В. Л. Валентинова, П. І. Гайдуцького, П. Т. Саблука, М. Й. Маліка та ін., які акцентують свою увагу на механізмі укладання контрактів між контрактантом (переробне підприємство) та товаровиробником (виробник сировини). Проте незважаючи на значні напрацювання як в теоретичному, так і в методологічному плані, на сьогодні існує декілька концептуальних підходів щодо ідентифікації та оцінки ефективності укладання контрактів, управління трансакційними витратами, які суперечать один одному, тому тема дослідження і потребує детальнішого опрацювання.

Метою дослідження є: визначення сутності контрактації та особливості в умовах інтеграційного формування; аналіз факторів та методології укладання контрактів.

Завданням дослідження є обґрунтування механізму укладання договорів контрактації в АПК між виробниками сировини та переробними підприємствами.

Останнім часом у світовій науковій думці дедалі більшої популярності набувають теорії, що ґрунтуються на використанні контрактів як форми взаємодії між ринковими суб'єктами. На підтвердження саме такого підходу можна навести слова лауреата Нобелівської премії в області економіки Дж. Бьюкенена: "Економічна теорія все більше стає "наукою про контракти", а не "наукою про вибір" (раціональний вибір економічних суб'єктів і раціональний розподіл ресурсів, неокласична традиція) ..." [1, с. 103]. До того ж, кожен економічний суб'єкт – учасник контрактної системи, має об'єктивний інтерес у подальшому існуванні й підвищенні ефективності існування системи в цілому, оскільки можливість одержання ним прибутків визначається його взаємодією з іншими суб'єктами – учасниками контрактної системи. З іншого боку, кожний з таких суб'єктів має також інтерес в одержанні максимальної частки економічного результату функціонування контрактної системи [2, с. 43]. Отже, налагодження контрактних відносин виступає головним чинником ефективного функціонування підприємства в ринкових умовах, що й зумовило розвиток дослідження цієї теми.

У нашій статті під поняттям «контракт» розуміємо визначення, впроваджене американським економістом лауреатом Нобелівської премії О. Уільямсоном, – це угода з приводу обміну між економічними агентами, що специфікує право і обов'язки сторін. При цьому відкидається вузькодeterminоване визначення

контракту як юридичної форми та певної операції з купівлі-продажу товарів. Також погоджуємось з його думкою стосовно того, що велика частина економічних відносин (фактично всі відносини, які не є вільно ринковими) є контрактними [4, с. 321]. Це підтверджується тим, що в сучасних умовах господарювання майже всі операції на ринку (включаючи формування ціни) є швидше результатом домовленостей між покупцями і продавцями, а не результатом дії ринкових механізмів, що зумовлює розгляд цих операцій як контрактних.

Особливістю контрактної форми інтеграції є те, що її учасники повністю зберігають самостійність і права юридичної особи і в той же час підпорядковують свою діяльність інтересам досягнення високих кінцевих результатів всього технологічного ланцюга. Безперечними перевагами контрактної інтеграції є її висока гнучкість, мобільність та оперативність. При недержавних формах власності на засоби виробництва в сучасних ринкових умовах дуже важко створити господарську одиницю, до якої входили б всі технологічні ланки, у нашому випадку - молочного виробництва: потрібно придбати, або ці самі підприємства або відповідні пакети акцій. Контрактна форма інтеграційних зв'язків наявна, коли переробні підприємства налагоджують тісні економічні відносини з виробниками продукції – сільськогосподарськими виробниками усіх форм власності. Така форма інтеграційних відносин дає можливість зберігати економічну самостійність як переробному підприємству, так і виробникам сировини при покращенні кінцевих результатів виробництва [7, с. 75].

Роль і місце контрактних відносин є вагомим елементом управління підприємницької діяльності в агробізнесі. З упевненістю можна сказати, що контрактні відносини відіграють не останню роль у діяльності сільськогосподарських підприємств, оскільки підприємство, яке виходить на ринок зі своїм товаром, повинно бути впевнене у своїй діяльності та продукції. Для цього підприємства між собою укладають контракти (договори), предмет контракту може бути різний, але суть одна. Виробники сировини шукають переробні підприємства для збуту своєї сировини, водночас переробні потребують сировини від виробників. Між ними виникають відповідні відносини, які вони закріплюють контрактом. На нашу думку, в такому випадку задоволеними залишаються всі суб'єкти економічної діяльності, оскільки глибина контрактних відносин відображає ступінь прямого інтересу як сільськогосподарських, так і несільськогосподарських суб'єктів, адже вона має бути зворотно пропорційною ступеню опортуністичної поведінки і рівню втрат товаровиробників від нееквівалентності міжгалузевого обміну. Контрактні відносини між суб'єктами господарювання мають важливе значення ще й тому, що відновлюють довіру до прозорих і офіційних фінансово-економічних операцій.

Розглянемо та проаналізуємо рис. 1., на якому зображено методологія укладання контракту в АПК. Місце зустрічі та пошуку контрагентів (переробне підприємство) та контрактантів (товаровиробник) проходить на ринку. Першим та вагомим кроком у співпраці є зацікавленість обох сторін одна однією, після цього відбувається збір інформації про майбутнього партнера.

Отримана інформація може бути правдива, а може й ні (партнер видає на ринок недостовірну про себе

інформацію). Це призводить до доконтрактного опортунізму, додаткових витрат тощо. Другим основним кроком є проект контракту та розгляд суперечностей, які виникають у ході обговорення, розглядаються проміжні економічні санкції, наводиться перелік альтернатив, а також економічні стимули та антистимули. Остаточний крок – це аналіз пропозицій, їх прийняття чи відхилення, перегляд суперечок та підписання контракту. Цими діями закінчується доконтрактний (*ex ante*) опортунізм й починається постконтрактний (*ex post*).

У опортуністичній поведінці передбачається виконання контракту та контрактне регулювання. Контрагент та контрактант протягом всього ланцюга контрактації сільськогосподарської продукції несуть транзакційні витрати. Для повного розуміння транзакційних витрат, з якими підприємства зустрічаються при доконтрактному (*ex ante*) та постконтрактному (*ex post*) опортунізмі, пропонуємо розглянути рис. 2.

На рис. 2. визначена сутність транзакційних витрат, при яких витрати пошуку інформації пов'язані з асиметричним розподілом на ринку, а неповнота такої інформації призводить до витрат часу та грошей. Прикладом може бути бартеризована економіка України, в якій особливо гострою була проблема пошуку достовірної інформації.

Витрати на ведення переговорів та укладання контрактів також пов'язані з витратами часу та ресурсів. Це витрати на ведення переговорів та юридичне оформлення угоди. Для України це нечітке тлумачення законодавчої бази (швидка зміна законів).

Витрати виміру – це витрати пов'язані з видатками на вимірювальну техніку та на сам процес виміру з його помилками, які виникають у цьому процесі. Найбільших затрат потребують витрати специфікації та захист прав власності. В суспільстві останні дуже часто порушуються, тому витрати часу і засобів, котрі необхідні для відстоювання своїх прав, можуть бути великими.

Опортуністична поведінка також потребує чималих витрат, оскільки не завжди можливо передбачити поведінку сторін, які укладають контракт. Найбільшого загострення проблема опортуністичної поведінки набуває при збільшенні числа учасників обміну. Навіть тоді, коли інформаційні витрати дорівнюють нулеві, шанси на виконання теореми Коуза зменшуються, коли зростає кількість індивідів, задіяних в обміні.

Розглянувши методологію укладання контрактів та витрат, які виникають при цьому, варто було б зупинитись на структурі самого контракту класичного типу для агропромислового комплексу. При співпраці вертикально-інтегрованих підприємств АПК визначається інтегратор, тобто центр всієї економічно-технологічної системи об'єднання. Як показує практика, в більшості випадків ним є переробне підприємство, яке є координатором всіх дій інтеграційного процесу, здійснює контроль над всіма стадіями виробництва, переробки та збуту агропромислової продукції. Результатом таких налагоджених тісних взаємовідносин між всіма організаційними ланками є безперервність відтворювального технологічного процесу, а саме від виробництва сільськогосподарської сировини до доставки готової продукції кінцевому споживачеві.

Звернемо увагу на договір контрактації сільськогосподарської продукції. Згідно з договором

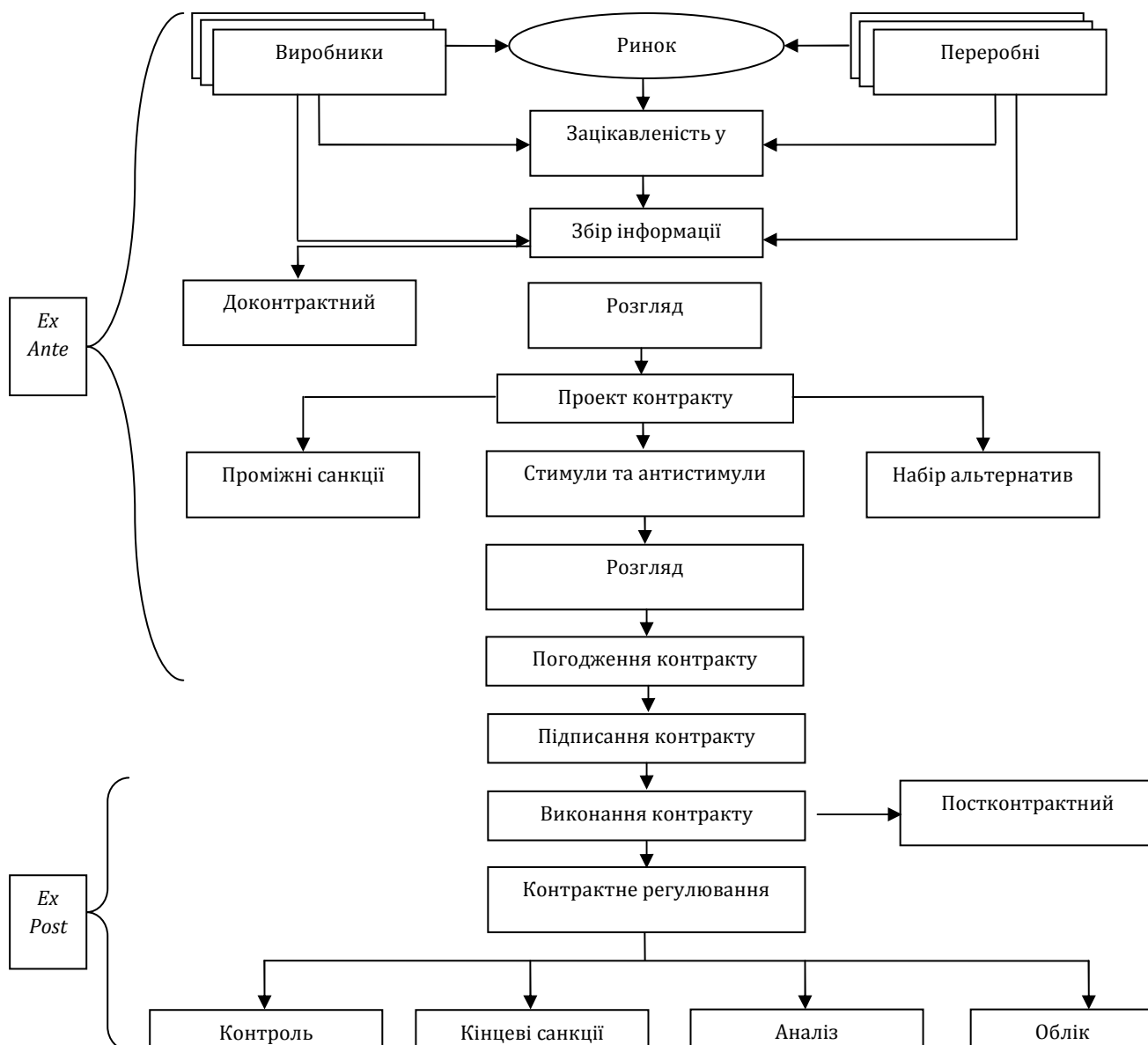


Рис. 1. Методологічна схема укладання контракту в АПК

Джерело: укладено автором.

контрактації контрактант (товаровиробник) сільськогосподарської продукції зобов'язується виробити та передати її у власність контрагенту (заготівельникові, переробне підприємство). Контрагент у свою чергу зобов'язується прийняти продукцію, та оплатити її за встановленими цінами відповідно до умов контракту. За контрактом товаровиробник і переробне підприємство пов'язані тісними взаємними правами і обов'язками. В контракті зазначаються об'єми поставленої сировини, договірна ціна, її якісний стан, який має відповідати вимогам при закупівлі відповідним законам України. Також зазначаються форс-мажорні обставини, при яких припиняється співпраця між сторонами, тобто такий контракт може бути розірваний будь-якою зі сторін, які його уклали. Відповідно, договір контрактації спрощує та зміцнює взаємозв'язки між технологічними ланками з метою "досягнення високої стабільності і ритмічності в постачанні переробних підприємств сільськогосподарською сировиною", а також забезпечує

ефективніше використання виробничих потужностей, як у промисловості, так і у сільському господарстві, зниження виробничих витрат виробництва та ін." [8, с. 51].

До основних факторів функціонування контрактації в АПК відносимо: стабільний прибуток, формування та коригування сировинної бази, отримання с.г. продукції згідно з контрактом, гнучкість, оперативність, мобільність самої системи, вираховування інтересів та пропозицій всіх сторін контрактації, безперервний характер виробництва та реалізації сільськогосподарської сировини, отримання синергетичного ефекту від поєднання галузевих виробничо-господарських структур.

Підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що одним з актуальних та раціональних шляхів ведення успішної діяльності в системі «виробник – переробне підприємство» є налагоджування взаємозв'язків ефективної форми співробітництва – контрактації з метою оптимального використання сировини і

нарощування виробничих потужностей та зміцнення ринку сільськогосподарської продукції.

З використанням контрактації підприємства беруть на себе економічну відповідальність за її невиконання, а отже несуть втрати, які підприємство намагається зменшити. Розглянемо рис. 3., на якому продемонстровано види та ступінь відповідальності за невиконання контрактації.

Звернемося до рис. 3., на якому відображено ступінь відповідальності за недотримання умов контракту. Цим самим економічні агенти, які беруть участь у контрактації, перестраховують себе від збитків. Можна

зробити висновок, що контракт – це законна двохстороння або багатостороння письмова трансація у економічно-правових рамках, яка здійснюється між економічними суб'єктами з приводу реалізації своєї потреби, інтересів, які також мають певні взаємні економічні права та обов'язки й відповідальність один перед одним.

Контрактна система є своєрідним симбіозом процесу синхронізації та гармонізації економічної організації, який одержує своє матеріальне втілення в юридичному документі (контракті), що регулює економічні стосунки. Контрактними є відносини, які пов'язані з мінімізацією

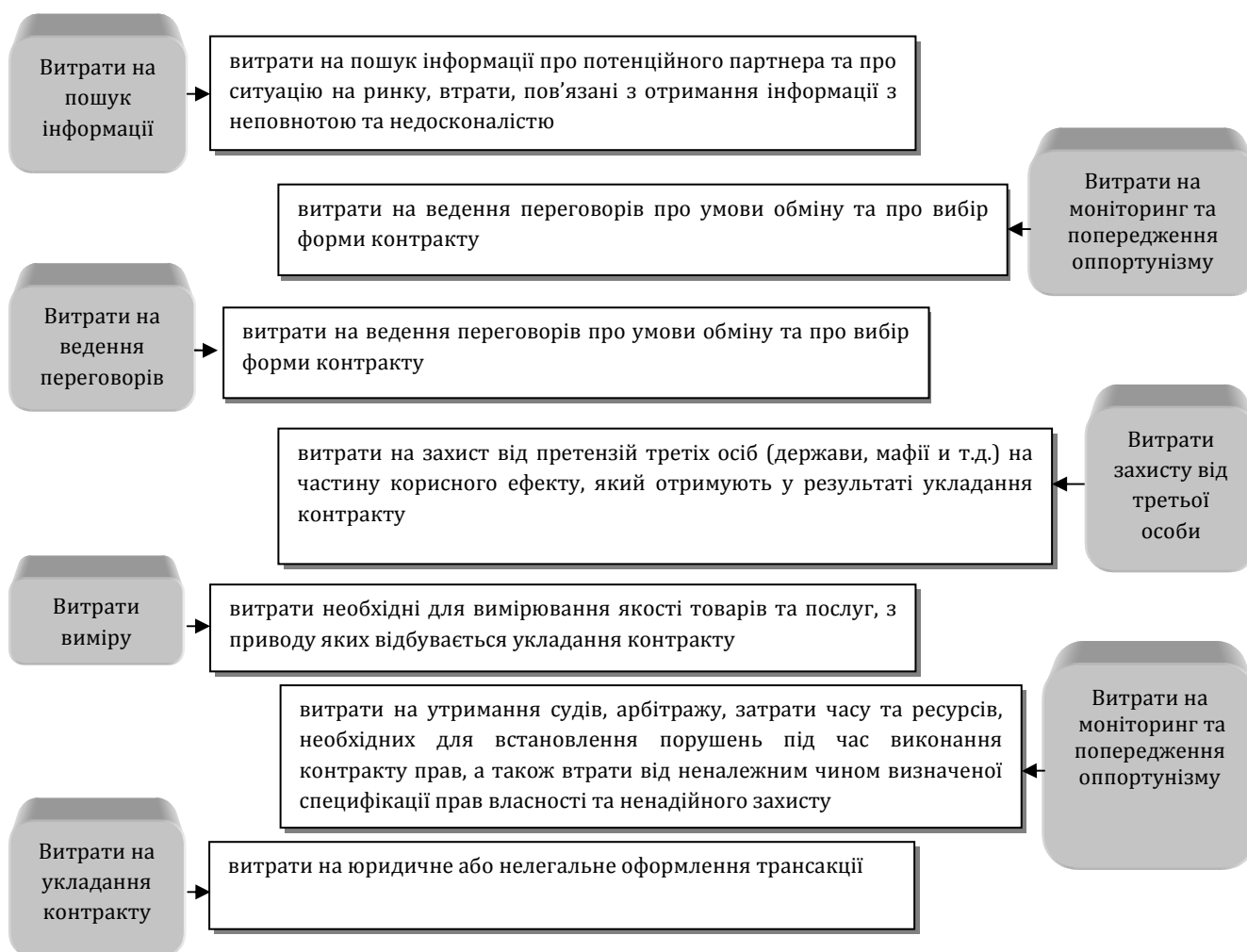
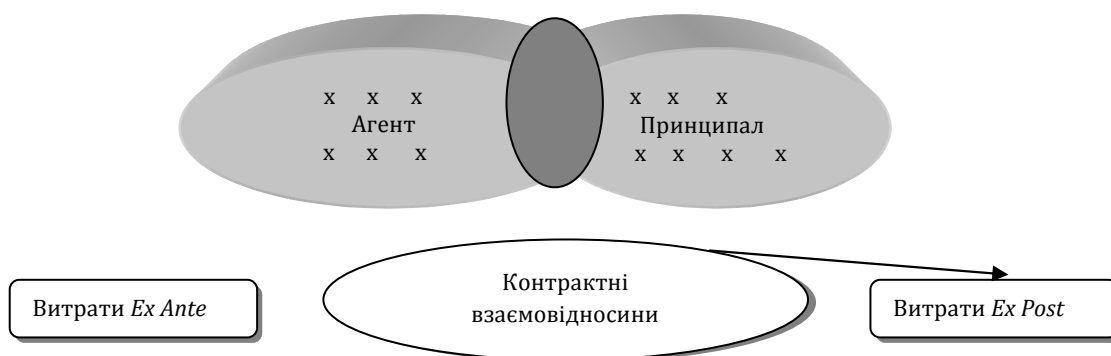


Рис. 2. Трансаційні витрати ex ante та ex post оппортунізму при укладанні контракту
Джерело: власні дослідження.

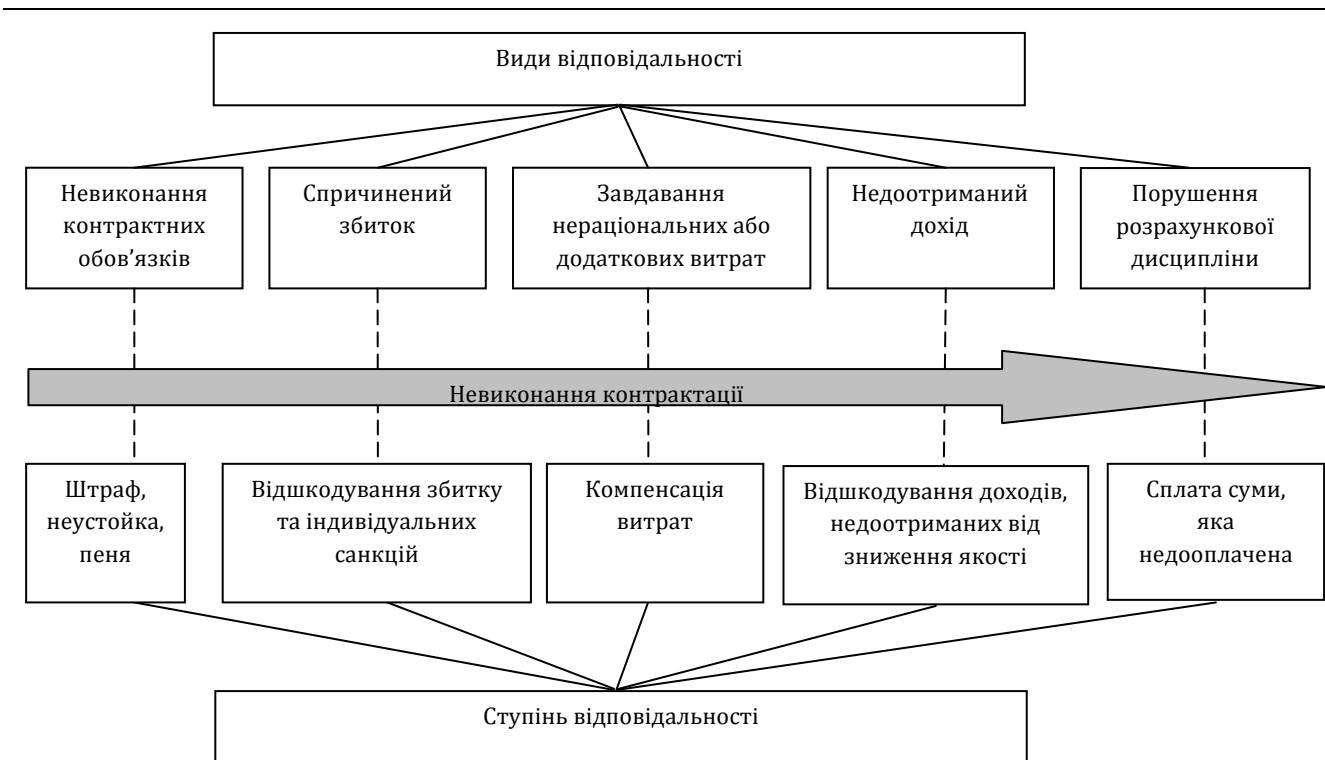


Рис. 3. Економічна відповідальність підприємства за невиконання контрактації

Джерело: укладено автором.

трансаційних витрат (прямий зв'язок із зростанням ефективності функціонування економічних суб'єктів), зменшенням ризику втрати прибутку, підвищенням ефективності діяльності підприємства. Укладання контрактів гарантує переробним підприємствам постачання сировини, а виробникам сировини - її збут, що дає усім учасникам ринкових відносин впевненість щодо їх перебування на ринку та отримання прибутку.

Список література

1. Бьюкенен Дж. М. Сочинения. (Серия: «Нобелевские лауреаты по экономике». Т. 1.) / Дж. М. Бьюкенен - М.: Таурус Алфа, 1997 - 210 с.
2. Валентинов В. Л. Институційні механізми міжгалузевих відносин в АПК як перспективний напрям агроекономічних досліджень / В. Л. Валентинов // Економіка АПК - 2006. - №5. С. 42-45
3. Уильямсон О. Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая контрактация» / О. Уильямсон - СПб., 1995 - 203 с.
4. Уильямсон О. Е. Экономічні інституції капіталізму: Фірми, маркетинг, укладання контрактів / О. Е. Уильямсон. - К.: Вид-во «АртЕк», 2001. - 472 с.
5. Скоробогатов А. С. Лекции и задачи по теории контрактів: учеб. пособ. / А. С. Скоробогатов - Спб.: ГУ - ВШЭ, 2006. - 155 с.
6. Саблук П. Т. Рекомендації по удосконаленню організації сільськогосподарського ринку на основі інтеграційних процесів / П. Т. Саблук, Ю. С. Коваленко. - К.: ІЕА УААН. 1996. - 50 с.
7. Корнева Н. О. Роль інтеграційних процесів у формуванні організаційної структури тваринницько продуктового комплексу / Н. О. Корнева // Вісник СНАУ. Сер. Економіка та менеджмент. - 2006. Вип. 3-4 (20-21). - С. 74-77.
8. Рябоконтъ В. П. Наукові основи формування і розвитку агропромислового комплексу / В. П. Рябоконтъ // Економіка АПК. - 1999. № 6. - С. 50 - 57.
9. Валентинов В. Л. Регулювання міжгалузевих відносин в системі аграрної політики / В. Л. Валентинов. - К.: ІАЕ, 2003. - 332 с.

10. McFetridge D. G. The Economics of Vertical Integration in Agricultural Economics Department of Economics / D. G. McFetridge ; Carleton University. Ottawa, 1999. - P. 552.

РЕЗЮМЕ

Аксёнова Оксана

Контрактація інтеграційної структури і її особливості в АПК

Рассмотрена сущность контрактации в интеграционные структуре и проанализированы методологический аспект заключения контрактів между контрактантом и контрагентом. Определены особенности контрактации в АПК.

RESUME

Aksyonova Oksana

The contracting of integration structure and its peculiarities in agriculture

The essence of contracts in the integration structure and the methodological aspect of contracts between contracting parties and contractors are analyzed. The contracts in agriculture are determined.

Стаття надійшла до редакції 04.04.2011 р.

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПІДСТАВІ КРИТЕРІЇВ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

У статті розглянуто роль логістичного сервісу як чинника економічної безпеки виробничого підприємства. Розроблено методіку його забезпечення.

Ключові слова: логістика, економічна безпека, логістичний сервіс, операційна система.

Світова фінансово-економічна криза спричинила ланцюг деструктивних явищ в економіках різних країн і призвела до стагнації окремих галузей та сфер економіки України. Ці процеси негативно позначились на економічній безпеці суб'єктів господарювання галузі машинобудування. Машинобудівні підприємства, і в першу чергу підприємства транспортного машинобудування, втратили суттєву частину замовлень і, не маючи достатнього обсягу фінансових ресурсів для ведення операційної діяльності, не змогли створити необхідний обсяг виробничих запасів. Нова господарська ситуація призвела до втрати можливостей тактичного і стратегічного планування. Рівень виробничого планування знизився. Основним горизонтом став переважно місячний план. Але і його формування здійснюється, як правило, у третій декаді місяця. Бажання за будь-яких умов збільшити обсяги виробництва призвели до прийому замовлення на виготовлення машин та агрегатів, не звертаючи увагу на його обсяги. Основним критерієм у таких випадках стала технологічна спроможність операційної системи виконати замовлення. Прагнення забезпечити лояльність замовника призвело до постійного коригування плану та внесення до нього змін відносно пріоритетності виготовлення деталей, вузлів та агрегатів. Така економічна політика спричинила порушення ритмічності виробництва, зросли простой обладнання через неузгодженість планово-розподільчої служби, збільшились витрати виробництва та розподілу і зросла напруженість у трудових колективах. Нестабільне функціонування машинобудівних підприємств стало загрожувати їх економічній безпеці. Ситуація, що склалася, призводить до суттєвих змін в обсягах реалізації та закупівлі товарів окремими суб'єктами господарювання. Постачальники в таких умовах не спроможні з високою ймовірністю прогнозувати попит на власну продукцію на підставі тенденцій попередніх періодів. Ситуація ускладнила маркетинговій службі підприємства достовірне визначення вихідних параметрів функціонування операційної системи та її адекватного ресурсного забезпечення. Особливо загрозливою стала ситуація функціонування в кризових умовах підприємств з виробництва сезонних продуктів та продуктів з нестійким характером попиту. У цій ситуації необхідно розробити нові підходи, які забезпечать в умовах невизначеності та нестійкого попиту ефективне

функціонування підприємств та раціоналізацію його логістичних функцій і операцій. У цій роботі вирішення зазначеної проблеми розглядається з позиції визначення оптимальної партії обробки виробів, яка в умовах стохастичного нестійкого попиту забезпечує плановий рівень стану безпеки операційної системи.

У наукових дослідженнях значну увагу звертають на економічну безпеку держави в сучасних умовах [1]. У ряді джерел розглядаються питання економічної безпеки регіону [2]. Окремі наукові роботи присвячено питанням економічної безпеки суб'єктів господарювання, які функціонують як на національному [3], так і на міжнародному рівнях [4]. Економічна безпека підприємства з точки зору такого чинника, як операційна система підприємства, також стає предметом дослідження [5-6]. При цьому автори публікацій розглядають операційну систему як елемент системи економічної безпеки підприємства, а не як інструмент управління нею.

У переважній більшості публікацій з операційного менеджменту операційна система розглядається з позиції її структури [7], функцій, [8] властивостей входів, процесів та виходів [9]. В окремих роботах акцентується увага на безпечності, як властивості операційної системи [10]. Переважна більшість публікацій присвячені традиційному підходу організації функціонування операційної системи. Наявні поодинокі публікації [11], в яких здійснено спробу запровадження логістичного підходу до функціонування операційної системи. Основною метою таких пропозицій є створення раціональних та гнучких виробництв, які оперативно реагують на запити споживача, що спроектовані за логістичними принципами. Зазначений підхід дозволяє комплексно вирішувати питання усунення ймовірних загроз економічній безпеці підприємства, пов'язаних з невизначеністю параметрів ринкового середовища.

У сучасній науковій літературі питання оптимізації партії обробки в умовах нестабільного та змінного в часі за величиною і характером попиту розглянуто недостатньо. Відсутні публікації, присвячені ролі логістичного підходу до виробничих операційних систем як важливого чинника системи економічної безпеки суб'єкта господарювання. Крім того, малодосліджене питання складових операційної системи для забезпечення економічної безпеки логістичного утворення. На сьогодні не існує ефективних методик прогнозування параметрів

операційної системи при впливі загроз, пов'язаних з невизначеністю попиту та динамікою його змін.

Об'єктом дослідження є операційна система машинобудівного підприємства, яка функціонує в умовах нестабільного та змінного в часі за величиною і характером попиту на продукт для потреб цільового ринку.

Предметом дослідження є механізм управління параметрами функціональної підсистеми в системі економічної безпеки підприємства.

Метою цієї статті є розробка методики забезпечення виробничої складової стану економічної безпеки машинобудівного підприємства, яка ґрунтується на оптимізації партій обробки виробів та управлінні іншими виробничими факторами.

На першому етапі дослідження було встановлено, що операційна система є важливим елементом системи економічної безпеки машинобудівного підприємства. Це обумовлено низкою факторів:

- підприємство завдяки створенню цією системою цінності стає самодостатнім гравцем ринку;
- операційна система визначає не лише профіль виходів, але обумовлює особливості і структури виходів, тобто з економічної точки зору є відкритою системою;
- ця система є складною та поліструктурною і несе в собі цілий ряд техніко-технологічних небезпек;
- зазначена система функціонує в певному просторі і вступає в суперечність з інтересами суб'єктів зовнішнього оточення, державних органів, конкурентів, несумлінних партнерів по бізнесу, тощо.

Отже, операційна система є важливим елементом виробничої складової економічної безпеки підприємства і в першу чергу через інтеграцію в ній загроз як внутрішнього так і зовнішнього середовища.

Другий етап дослідження був присвячений розробці методики розрахунку оптимальних параметрів партій обробки виробів, яка забезпечує планові показники економічної безпеки. В методиці використано наступні припущення:

- коливання попиту протягом планового періоду є нестійким і для нього характерні тенденції інтервалів поперемінного зростання і спадання та коливання відносно середнього значення з певною амплітудою та частотою;
- ціни на продукцію протягом планового періоду є фіксованими;
- місячні обсяги продажу є визначеними існуючими графіками поставок, які передбачені діючими контрактами.

Отже, розробку методики визначення оптимальних параметрів партій обробки виробів на машинобудівному підприємстві почнемо з розрахунку витрат підприємства на окремих фазах функціонування операційної системи: закупівля матеріалів, виробництво та збут готової продукції. Закупівля матеріалів містить декілька складових витрат, а саме: витрати на придбання матеріалів, витрати на організацію та реалізацію замовлення, витрати на закупівлю додаткових матеріалів, витрати на утримання запасів, на транспортування тощо. Загальні витрати на закупівлю розраховували за формулою:

$$Z_{\text{зам.}} = B_{\text{прид. мат.}} + B_{\text{зам.}} + B_{\text{д. мат.}} + B_{\text{скл. мат.}} + B_{\text{тр. мат.}}, \quad (1)$$

де $B_{\text{прид. мат.}}$ - витрати, пов'язані з придбанням матеріалів;

$B_{\text{зам.}}$ - витрати на організацію та реалізацію замовлення;

$B_{\text{д. мат.}}$ - витрати, обумовлені наявністю дефіциту матеріалів;

$B_{\text{скл. мат.}}$ - витрати на складування та утримання запасів;

$B_{\text{тр. мат.}}$ - витрати на транспортне обслуговування відділу закупівель.

Розглянемо методику розрахунку кожної складової зазначеної формули. Витрати на придбання матеріалів містять закупівельну ціну необхідного матеріалу, норму його витрачання, обсяг виробництва виробів у плановому періоді і розраховуються за формулою

$$B_{\text{прид. мат.}} = \sum_i (p_i \times v_i) \times Q_v, \quad (2)$$

де p_i - ціна i -го матеріалу;

v_i - норми витрат i -го матеріалу;

Q_v - кількість виробів, які слід виготовити протягом планового періоду.

В окремих випадках в зазначеній формулі слід врахувати складову, пов'язану із знижками, які надаються покупцеві продукції. Наступна складова витрат закупівлі - це витрати на організацію та реалізацію замовлення (за n одиниць ресурсу), які є добуток вартості одного замовлення та кількості замовлень за рік і розраховується за формулою:

$$B_{\text{зам.}} = p_{\text{зам.}} \times N_{\text{зам.}}, \quad (3)$$

де $p_{\text{зам.}}$ - вартість одного замовлення;

$N_{\text{зам.}}$ - кількість замовлень протягом планового періоду.

Так як існує дві форми використання складу підприємством, витрати на зберігання продукції мають два способи розрахунку, як для використання орендованого складу, так і для власного складу. Отже, якщо використовується орендований склад, витрати на складування та утримання запасів:

$$B_{\text{скл. мат.}} = d_{\text{мат.}} \times p_{\text{мат.}} \times Q_{\text{скл. мат.}}, \quad (4)$$

де $d_{\text{мат.}}$ - питома величина витрат на утримання запасів;

$p_{\text{мат.}}$ - вартість окремих позицій запасу;

$Q_{\text{скл. мат.}}$ - обсяги окремих матеріалів.

За цією методикою вважаємо, що всі запаси є продукцією промислового призначення і величина вартості утримання різних позицій номенклатури є однаковою і фіксованою протягом планового періоду. У випадку, коли використовується власний склад, витрати на утримання запасів розраховуються за наступною формулою:

$$B_{\text{скл. мат.}} = B_{\text{пост. скл. мат.}} + d_{\text{мат.}} \times Q_{\text{скл. мат.}}, \quad (5)$$

де $B_{\text{пост. скл. мат.}}$ - постійні витрати на складування матеріалів;

$d_{\text{мат.}}$ - питома величина змінних витрат складування;

$Q_{\text{скл. мат.}}$ - обсяг запасів матеріалів, які знаходяться на складі.

Питома величина витрат $d_{\text{мат.}}$ (%) містить у собі низку складових: витрати капіталу, витрати утримання

складів, витрати обслуговування запасів та витрати ризику запасів, причому питомі витрати капіталу не можуть бути меншими від депозитної ставки [12].

Наступною складовою закупівлі матеріалів є транспортні витрати, які розраховуються за формулою, як добуток тарифу на перевезення на кількість ресурсу, що перевозиться:

$$B_{тр.мат.} = p_{тр.мат.} \times n, \quad (6)$$

де $p_{тр.мат.}$ – тариф на перевезення ресурсу.

Але існує і варіант, коли партія (замовлення) не містить значну кількість (за вагою або за об'ємом) ресурсу, в цьому випадку транспортні витрати на перевезення одного замовлення не залежать від обсягу замовлення. У цьому випадку формула розрахунку транспортних витрат є наступною:

$$B_{тр.мат.} = T = const \quad (7)$$

Витрати на управління запасами згідно з експериментальними даними можуть коливатися в діапазоні від 5 до 20 відсотків від загальної вартості продукції.

Витрати дефіциту матеріалів у постачанні призводять до «істотних економічних збитків внаслідок зупинки виробництва, невиконання зобов'язань перед наступними учасниками логістичного ланцюга, що може мультиплікувати прямі збитки виробництва» [12]. Незадоволення потреби у деякому i -му ресурсі на \bar{n}_i одиниць (шт. або кг) призведе до зменшення рівня виробництва у деякому місяці на $\bar{n} = [\bar{n}_i/v_i] + 1$, так як виріб є агрегатом, що містить декілька ресурсів. Цей випадок варто розглядати окремо.

На наступному етапі аналізували витрати фази виробництва. Витрати на виробництво продукції містять такі складові, як постійні, що включають витрати на утримання обладнання, загальновиробничі та загальногосподарські, а також заробітну плату адміністративно-управлінського персоналу, та змінні, які містять витрати на матеріали (враховувались на 1-му етапі), витрати на комплектуючі вироби, витрати на електроенергію та енергоресурси для технологічних цілей тощо, витрати на основну заробітну плату промислово-виробничому персоналу та витрати на відрахування в соціальні фонди. Подамо загальну формулу виробничих витрат [13]:

$$B_v = B_{пост.в} + d_{зм.в.} \times Q_B, \quad (8)$$

де $B_{пост.в}$ – постійні витрати;

$d_{зм.в.}$ – питома вага змінних витрат;

Q_B – обсяг виробництва.

На етапі збуту готової продукції методикою передбачено врахування таких складових витрат: комерційні витрати, транспортні витрати, витрати на утримання запасів готової продукції на складі, витрати дефіциту та витрати на управління запасами.

Комерційні витрати, пов'язані з реалізацією продукції, розраховуються, як добуток питомих комерційних витратами до виробничої собівартості продукції за формулою:

$$B_{ком.} = a_{ком.} \times C_{вир.}, \quad (9)$$

де $a_{ком.} (\%)$ – питома комерційні витрати;

$C_{вир.}$ – виробнича собівартість машинобудівної продукції.

Розрахунок витрат з використанням коефіцієнтів питомих витрат є прийнятним, коли відома структура собівартості продукції і величини складових статей собівартості, які є незмінними протягом планового періоду.

Розмір витрат на збут продукції – це вартість транспортних витрат та інших супутніх витрат, пов'язаних з доставкою продукції. Враховуючи ту обставину, що інші витрати можна врахувати шляхом коригування транспортного тарифу, маємо:

$$B_{тр.пр.} = p_{тр.пр.} \times Q_B, \quad (10)$$

де $p_{тр.мат.}$ – тариф на перевезення одиниці готової продукції.

Витрати на утримання запасів готової продукції на складі, якщо використовується орендований склад, дорівнюють:

$$B_{скл.пр.} = d_{пр.} \times Q_{скл.пр.}, \quad (11)$$

У випадку, якщо використовується власний склад, витрати на утримання запасів розраховують за формулою,

$$B_{скл.пр.} = B_{пост.скл.} + d_{пр.} \times Q_{скл.пр.}, \quad (12)$$

де питома величина витрат $d_{пр.}$ містить у собі такі ж складові, як і у випадку зберігання запасів вхідних ресурсів [12].

Розглянемо витрати дефіциту, які розраховуються за формулою:

$$B_{о.пр.} = p_{пр.} (1 + a_{пр.}) Q_{д.пр.}, \quad (11)$$

де $p_{пр.}$ – ціна продукції;

$a_{мат.}$ – питомі втрати прибутку до вартості тієї кількості матеріалу, якої бракувало для повного задоволення попиту споживача;

Q_d – обсяги дефіциту (незадоволеної потреби) продукції.

Дохід від реалізації машинобудівної продукції можна розраховувати за формулою:

$$D = p_{пр.} \times Q_p, \quad (12)$$

де Q_p – обсяг реалізації продукції.

Отже, розглянувши детально три етапи визначення витрат закупівлі матеріалів, виробництва продукції та збуту готової продукції, введемо формулу загальних витрат:

$$B = [B_{прод.мат.} + B_{зам.} + B_{о.маг.} + B_{скл.мат.} + B_{тр.мат.}] + [B_v] + [B_{ком.} + B_{скл.пр.} + B_{о.пр.} + B_{тр.пр.}] \quad (13)$$

Для розрахунку оптимального обсягу замовлення (n_i) i -го ресурсу, при якому загальна вартість запасу є мінімальною, використаємо модель EOQ (економічний обсяг замовлення) [14]:

$$n_i = \sqrt{\frac{2p_{зам} Y_i}{d_{мат.} p_{мат.}^i}}, \quad (13)$$

де Y_i – річний попит на i - тий матеріал.

Будемо вважати, що витрати на оформлення одного замовлення складають від 3 до 10 % від вартості матеріалу, який використовується під час виготовлення одиниці продукції [13]. Отже,

$$p_{зам.} = g \cdot n \cdot p_{мат.} \quad (14)$$

де n – норма витрат матеріалу на виготовленні одиниці продукції, $g=3...10\%$.

Кількість замовлень у рік:

$$N_{зам.} = Y/n \quad (15)$$

Якщо врахувати норму витрат n , то $Y=n \cdot Q_v$. Згідно з (13-15) кількість замовлень становитиме:

$$N_{зам.} = \sqrt{\frac{d_{мат.} \cdot Q_v}{2\gamma}} \quad (16)$$

Як видно з (16) кількість замовлень протягом планового періоду взагалі не залежить від виду матеріалу (не містить норми витрат матеріалу та його ціну). Оскільки розрахунки ведуться за місяцями (попит за місяцями), бажано, щоб кількість замовлень у рік $N_{зам}$ була кратною 12. Якщо залишити більш точне значення оптимальної кількості замовлень, то може вийти, що кількість замовлень на місяць (N) буде виражена дробовим значенням. Тоді залишок від партії переходить на наступний місяць, який потрібно буде врахувати шляхом коригування обсягу чергової партії. Тому у розрахунках будемо приймати $N_{зам}$ наближеною до значення, одержаного з формули (16), але кратною 12. Наприклад, якщо з (16) $N_{зам} \approx 34$, то прийматимемо $N_{зам}=36$. Тоді на місяць припадає рівно $N=36/12=3$ замовлення за усіма видами матеріалу.

Підрахуємо загальні витрати на закупівлю i -го матеріалу на місяць. Вважатимемо, що дефіцит матеріалу неприпустимий. При визначенні витрат на складування будемо також вважати, що використовуємо орендований склад. Кількість одиниць i -го матеріалу в одній партії (одному замовленні) дорівнює

$$n_i = \frac{v_i Q_v}{N_{зам}} = \frac{v_i Q_v}{12 \cdot N} \quad (17)$$

Питома величина середніх витрат на складування на місяць дорівнює відповідним питомим витратам на рік, поділеним на 12, тобто $d_{мат.}/12$ (%). Після перевезення матеріалу на склад його вартість зростає на величину, рівну тарифу на перевезення (ціні транспортування) [13]. Тому скоригована ціна запасу для i -го матеріалу становить ($p_{мат.}^i + p_{тр. мат.}^i$). Отже, виходячи з (2), місячні витрати на закупівлю i -го матеріалу будемо розраховувати за формулою:

$$B_{зак}^i = B_{зам.}^i + B_{придб. мат.}^i + B_{тр. мат.}^i + B_{скл. мат.}^i = N \cdot [g \cdot n_i \cdot p_{мат.}^i + p_{мат.}^i \cdot n_i + p_{тр. мат.}^i \cdot n_i + d_{мат.} \cdot (p_{мат.}^i + p_{тр. мат.}^i) \cdot n_i / (2 \cdot 12)] \quad (18)$$

Час виконання замовлення прирівняємо до інтервалу між поставками, спираючись на мікрологістичну концепція «точно своєчасно». Інтервал між поставками визначаємо за формулою:

$$I = T/N, \quad (19)$$

де T – кількість робочих днів на місяць. Нехай в середньому на місяць припадає 21 робочий день. Тоді для $N=3$ замовлень на місяць інтервал між поставками складатиме $I=21/3=7$ робочих днів.

У цьому випадку розглядається підприємство транспортного машинобудування з виробництва агрегатів до локомотивних та судових дизельних силових установок, для якого характерна зміна величини та інших параметрів попиту протягом планового періоду. У якості продукції було обрано фільтр очищення палива в силовій дизельній установці. Попит на продукцію за місяцями: попит f_i відповідає i -му місяцю, $i=1, 2, \dots, 12$. Вважаємо, що структура собівартості продукції протягом планового періоду не змінюється, величина собівартості та ціна реалізації протягом місяця є фіксованою. Витрати, пов'язані зі зниженням іміджу в результаті дефіциту продукції, відсутній.

Потрібно визначити інтенсивність виробництва продукції – Q_v , незалежну від часу, при якій середньорічна рентабельність – R буде максимальною [14].

$$R = (1 - \alpha)[(1 - \beta)(X - Y) - (1 + \gamma)L - \delta K] / [Y + (1 + \gamma)L + \delta K] \quad (20)$$

де X – обсяг виробництва у вартісному виразі;

Y – вартість сировини і матеріалів;

L – витрати на зарплату промислово-виробничому персоналу;

K – середньорічна вартість основних виробничих фондів;

d – норма амортизації (у долях одиниці);

a – податок на прибуток (у долях одиниці);

b – податок на додану вартість (у долях одиниці);

g – нарахування на зарплату (у долях одиниці).

Аналіз динаміки попиту свідчить, що він змінюється в плановому періоді за гармонічним законом.

$$Y = \bar{Y} + A \cdot \sin(\omega \cdot i), \quad (21)$$

де \bar{Y} – середнє значення попиту;

A – амплітуда зміни попиту;

w – частота зміни попиту;

i – номер місяця ($i=1...12$).

Розглянемо випадок, при якому попит змінюється за місяцями за гармонічним законом зі зростаючим трендом (рис. 1А):

$$Y = (b_0 + b_1 \cdot i) + A \cdot \sin(\omega \cdot i), \quad (22)$$

На рис. 1 зображено залежність попиту на продукцію при зростаючому тренді попиту, якщо задані такі параметри: $b_0 = 32$; $w=1,2$; $A=7$; $b_1 = 0; 0,7; 1,2$.

Показана на рисунку 1 залежність характеру зміни попиту за плановими періодами, описується гармонічним законом зі зростаючим трендом $Y = (b_0 + b_1 \cdot i) + A \cdot \sin(\omega \cdot i)$.

Основними показниками гармонік є амплітуда – A та частота – w . На рисунку показані графіки попиту для різних сценаріїв, які відрізняються значенням коефіцієнтів у рівнянні гармонічної залежності отриманих на підставі аналізу фактичного розподілу значень попиту за періодами протягом трьох років діяльності машинобудівного підприємства $b_1 = 0; 0,7; 1,2$ ($b_1 = 0$ – верхня лінія, $b_1 = 0,7$ – середня лінія, $b_1 = 1,2$ – нижня лінія).

При прийнятті рішень щодо розміщення та виконання замовлення операційні менеджери повинні

виходити не з технологічних можливостей підсистеми перетворення, а діяти на підставі критерію, який

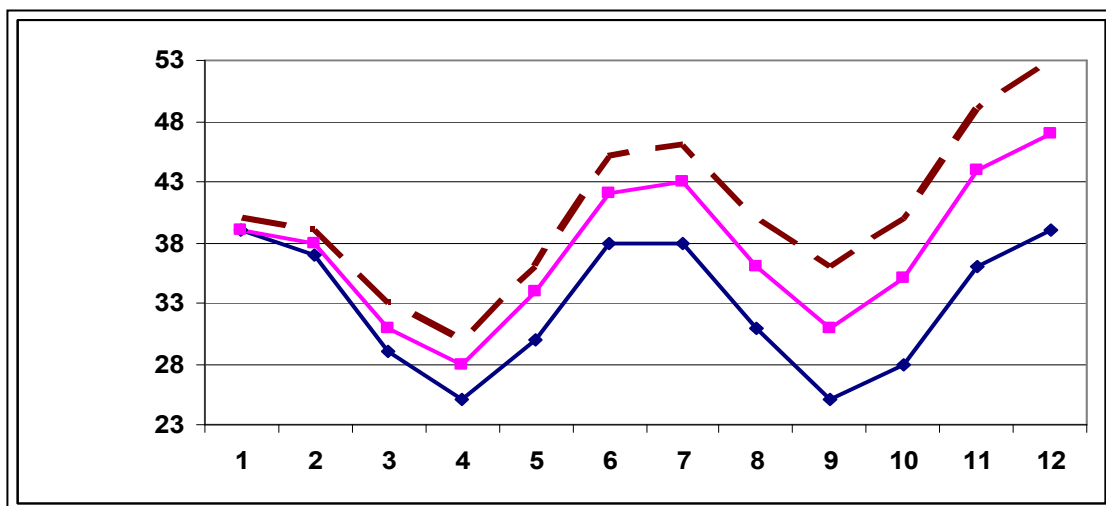


Рис. 1. Характер попиту на продукцію при зростаючому тренді попиту

забезпечує мінімальний рівень стану економічної безпеки. Таким критерієм є середньорічна рентабельність виробництва продукції. Остаточне рішення слід приймати на підставі порівняльного аналізу планової та очікуваної ефективності. Як показано на рисунку 2, середньорічна рентабельність окремої позиції номенклатури від обсягу партії обробки машинобудівного підприємства при наявному характері попиту не є прямо пропорційною рівню виробництва. Із збільшенням обсягу партії замовлення вона майже лінійно зростає до певної величини, а потім знижується.

Як видно, з рисунку 2 існує достатньо вузький діапазон обсягу замовлення Q_3 , = від 33 до 42 штук, при якому прогнозована рентабельність перевищує планову, яка дорівнює 20%, і показана горизонтальною штрих-пунктирною лінією. На рисунку 3 наведено графіки залежності попиту при спадаючому тренді попиту для різних сценаріїв його зміни, які відрізняються значенням $b_1 = 0; -0,7; -1,2$ ($b_1 = 0$ - верхня лінія, $b_1 = -0,7$ - середня лінія, $b_1 = -1,2$ - нижня лінія).

Закономірність зміни середньорічної рентабельності в умовах гармонічного закону зі спадаючим трендом близька до залежностей для умов зростаючого тренда. Але показники ефективності мають менші значення та спостерігається більш повільне її спадання в діапазоні значень партій обробки.

Наступним кроком проаналізуємо динаміку зміни середньорічної рентабельності, якщо попит, який змінюється щомісячно за гармонічним законом зі спадаючим трендом: $Y = (b_0 + b_1 \cdot i) + A \cdot \sin(\omega \cdot i)$. На рис. 4 зображено залежність рентабельності від рівня виробництва, якщо задані такі параметри: $b_0 = 32$; $w = 1,2$; $A = 7$; $b_1 = 0; -0,7; -1,2$.

На рисунку 4 показано графік залежності середньорічної рентабельності коли попит за плановими періодами описується за гармонічним законом зі спадаючим трендом $Y = (b_0 + b_1 \cdot i) + A \cdot \sin(\omega \cdot i)$. Так, як і в попередньому випадку, основними показниками гармонік є амплітуда – A та частота – w .

На рис. 5 зображено залежність рентабельності від рівня виробництва, якщо задані такі параметри: $\bar{Y} = 32$, $w = 0,7$, $A = 1,4, 7, 10$. У процесі чисельно-аналітичного моделювання досліджували залежність рентабельності

від рівня виробництва за умови зміни амплітуди коливання попиту. Останню змінювали в діапазоні від 1 до 10. Десятикратне зростання амплітуди позначилось на кривих середньорічної рентабельності, які подано на рисунку 5.

З зростанням амплітуди зміни попиту значення рентабельності знижується. Суттєво знижується рівень максимального значення ефективності. Основною причиною такого зниження є зростання витрат на запаси як на етапі постачання, так і виробництва та збуту. Підприємство не встигає відреагувати на перепад значень попиту і для убезпечення операційної системи від простоїв схиляється до збільшення обсягів страхового запасу, що в свою чергу призводить до наявності значних обсягів сировини напівфабрикатів комплектуючих і готової продукції.

Діапазон оптимальності партії обробки при десятикратній зміні амплітуди є практично незмінним – це свідчить про можливість управління операційною діяльністю за таких коливань і ефективному управлінню запасами незавершеного виробництва та готової продукції.

На завершальному етапі дослідження здійснювали чисельно аналітичне моделювання залежності рентабельності від рівня виробництва при фіксованій амплітуді попиту при змінній частоті.

На рис. 6 зображено залежність рентабельності від рівня виробництва, якщо задані такі параметри: $\bar{Y} = 32$, $w = 3; 1,2; 0,7; 0,4$; $A = 7$.

Частоту зміни попиту зменшували від 3 до 0,4. Із зменшення частоти коливання попиту, показники середньорічної рентабельності виробництва знижуються, а її максимальне значення зміщується в сторону більших обсягів партій обробки виробів. Зменшення частоти попиту призводить до зростання періоду коливання попиту і надає більші можливості для оперативного реагування для задоволення нового попиту. Прагнення в цих умовах до збільшення обсягу оброблювальних партій є не завжди обґрунтованим, так як існує достатньо чіткий діапазон коливання обсягів партій, при яких забезпечується умова мінімальної економічної безпеки виробництва.

Підсумовуючи наше дослідження, зазначимо, що нами розроблено методіку забезпечення виробничої

Середньорічна рентабельність, %

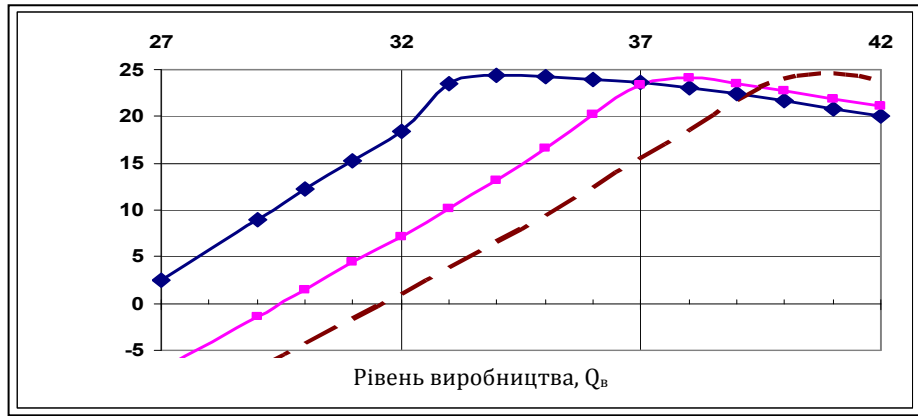


Рис. 2. Залежність середньорічної рентабельності від обсягу партії обробки при зростаючому характері тренду попиту

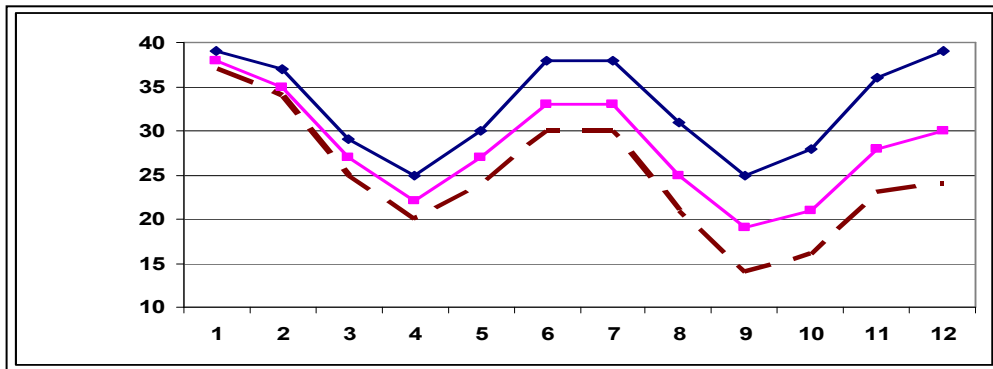


Рис. 3. Характер попиту на продукцію при спадаючому тренді попиту

Середньорічна рентабельність, %

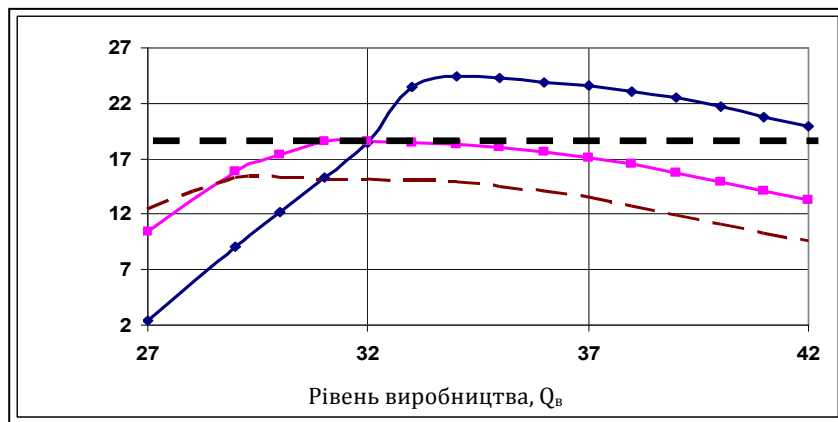


Рис. 4. Залежність середньорічної рентабельності від обсягу партії обробки при спадаючому характері тренду попиту

Середньорічна рентабельність, %

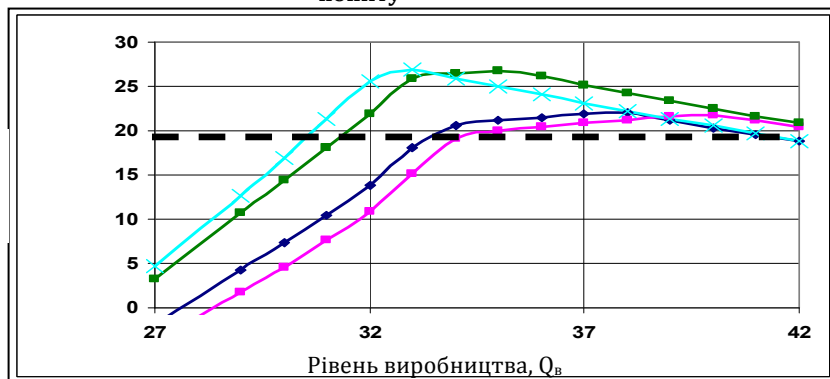


Рис. 5. Залежність середньорічної рентабельності від обсягу партії обробки при зміні показників амплітуди попиту

складової економічної безпеки машинобудівного підприємства, яка ґрунтується на оптимізації партій обробки виробів та управлінні іншими ринковими та виробничими факторами. Вона дає можливість приймати управлінські рішення щодо забезпечення мінімального рівня економічної безпеки за умов нестійкого та несезонного попиту, який змінюється за

гармонічним законом з ділянками незмінного зростаючого та спадаючого тренду. Проведено чисельно-аналітичне моделювання залежності середньорічної рентабельності від рівня виробництва та амплітуди і частоти зростаючого та спадаючого попиту. Визначено діапазон оптимальних обсягів партій обробки виробів в цих умовах.

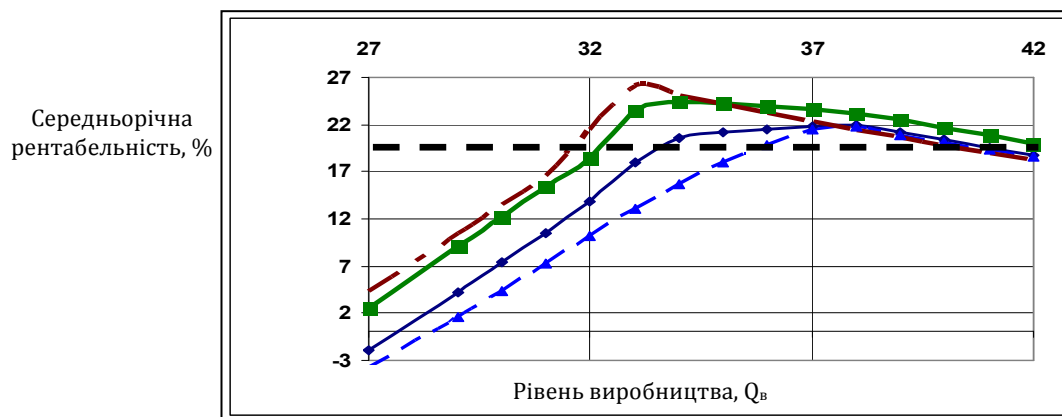


Рис. 6. Залежність середньорічної рентабельності від обсягу партії обробки при зміні показників частоти попиту

Список літератури

1. Бесчастний, А. В. Економічна безпека України у контексті світової економічної кризи [Текст] / А. В. Бесчастний // Економіка та держава. – 2009. – № 5. – С. 67-70
2. Шнипко, О. С. Економічна безпека ієрархічних багаторівневих систем: регіональний аспект [Текст] : монографія / О. С. Шнипко. – К. : Генеза, 2006. – 288 с.
3. Економічна безпека підприємств, організацій та установ: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів [Текст] / В. Л. Ортинський, І. С. Керницький, З. Б. Живки. – К. : Правова єдність, 2009. – 544 с.
4. Економічна безпека суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України в умовах фінансової кризи [Текст] : науково-аналітична доповідь: наук ред. О. А. Кириченко/ О. В. Конончук, В. Д. Кудрицький, І. В. Кудря, С. В. Мелесик. – К.: Університет економіки та права "КРОК", 2009. – 76 с.
5. Сумець, О. М. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека [Текст] : навчальний посібник / О. М. Сумець, М. Б. Тумар. – К.: Хай-Тек Прес, 2008. – 400 с.
6. Василенко, В. О. Виробничий (операційний) менеджмент [Текст] : навчальний посібник / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 532 с
7. Операційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник / І. А. Олійник [та інші]. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 160 с.
8. Омеляненко, Т. В. Операційний менеджмент [Текст] : навчально-методичний посібник / Т. В. Омеляненко, Н. В. Задорожна. – К.: КНЕУ, 2005. – 235 с.
9. Гевко, І. Б. Операційний менеджмент [Текст] : навчальний посібник/І. Б. Гевко. – К.: Кондор, 2007. – 228 с.
10. Сумець, О. М. Основи операційного менеджменту: теоретичний аспект і практичні завдання [Текст] : підручник / О. М. Сумець. – 3-тє вид., перероб. та доп.. – К. : Професіонал, 2006. – 480 с.
11. Маруніч, В. С. Системний аналіз і логістика [Текст] : навчальний посібник / В. С. Маруніч, О. І. Мельниченко, О. М. Смоловик та ін. – К. : НТУ, 2009. – С. 272.
12. Васелевський, М. та ін. Економіка логістичних систем [Текст] : монографія / М. Васелевський. – Львів: Вид-во нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2008. – 596 с.
13. Крикавський, Є. В. Логістика: компендіум і практикум [Текст] : навч. посібник / Є. В. Крикавський, Н. І. Чухрай, Н. В. Чорнописька. – К. : Кондор, 2006. – 340 с.
14. Іщук, С. О. Методи визначення оптимальних виробничих програм за фінансовими критеріями розвитку

підприємства [Текст] / С. О. Іщук // Економіка підприємств. – 2007. – С. 123-132.

РЕЗЮМЕ

Алькема Віктор
Оптимізація виробництва машинобудівного підприємства на основі критеріїв економічної безпеки

В статті розглянуто роль логістичного сервісу як фактора економічної безпеки виробничого підприємства. Розроблено методика його забезпечення.

RESUME

Al'kema Victor
Optimization of production of machine-building enterprise on the basis of criteria of economic security
 In the article the role of logistic service as a factor of economic security of production enterprise is considered. The method of its providing is developed.

Стаття надійшла до редакції 21.02.2011 р.

Євген АНТИПЕНКО

кандидат технічних наук, доцент кафедри фінансів,
Запорізька державна інженерна академія

Олена ЯРИШКО

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів,
Запорізька державна інженерна академія

Аліна ІЗМАЙЛОВА

Запорізька державна інженерна академія

ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ПРОЕКТНООРІЄНТОВАНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ

У статті розглянуто сутність інвестицій та інвестиційного проектування, досліджено механізм управління інвестиційною діяльністю підприємства, проаналізовано цілі інвестування. Наведено перелік завдань, що можуть бути вирішені у процесі управління інвестиційною діяльністю.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційний проект, чиста теперішня вартість, цілі інвестування.

Перехід економіки на ринкові відносини зумовив серйозну перебудову системи управління і разом з тим поставив комплекс принципово нових проблем. Тому, у той час, коли в Україні розроблюються економічні реформи, як ніколи необхідні зусилля для поживлення господарської діяльності з метою забезпечення стабілізації економіки та економічного росту. Отримати такий результат можна на основі фінансової стабілізації, структурної перебудови та залучення інвестицій.

Під проектним фінансуванням розуміють форму реалізації фінансово-кредитних відносин учасників з приводу організації та здійснення фінансування інвестиційного проекту з використанням різноманітних фінансових інструментів за умови, що джерелами погашення заборгованості виступають генеровані проектом грошові потоки, а забезпеченням боргу виступають активи учасників фінансування.

У більшості випадків об'єктом проектного фінансування є сектор соціальної та виробничої інфраструктури, що характеризується значною капіталомісткістю, низькою комерційною ефективністю, але має стратегічне значення для економіки країни. Такий сектор охоплює об'єкти транспорту, енергетики, зв'язку, водопостачання і каналізації, переробки твердих відходів тощо.

Питання, пов'язані з аналізом інвестицій постійно знаходяться у центрі уваги вчених та економістів – практиків.

Теоретичні питання інвестування досліджені у роботах зарубіжних економістів. Наприклад, К. Р. Макконел та С. Л. Брю стверджували, що «інвестиції – це витрати на виробництво та накопичення засобів виробництва та збільшення матеріальних запасів» [6, с. 88]; Е. Дж. Долан та Д. Є. Ліндей стверджували, що «інвестиціями є збільшення об'єму капіталу, що функціонує у економічній системі, тобто збільшення пропозиції виготовлених ресурсів [4, с. 13].

У вітчизняній літературі радянського періоду інвестиції розглядалися як капіталовкладення, тому категорія «інвестиції» ототожнювалась з категорією

«капіталовкладення». Під капіталовкладеннями розуміли «витрати на виробництво основних фондів, їх збільшення та удосконалення». Що стосується інвестицій, то вони трактувались як «довгострокове вкладення капіталу у промисловість, сільське господарство, транспорт та інші галузі народного господарства» [9, с. 46].

Історично склалося так, що дослідження теоретичних і організаційно-методичних аспектів аналізу інвестицій визначалися державними завданнями. Відсутність же в плановій економіці ринку взагалі і ринку цінних паперів зокрема безумовно негативно позначилося на рівні досліджень проблем інвестиційної діяльності. Розвиток отримали переважно проблеми оцінки економічної доцільності капітальних вкладень. Одним з перших, хто чітко сформулював завдання аналізу порівняльної ефективності капіталовкладень, був С. А. Кукель-Краєвський в роботі «Про методологію визначення порівняльної рентабельності різних варіантів контингенту споживачів Дніпропетровської гідроелектричної станції» (1923 р.)

Метою дослідження є уточнення понять «інвестиції» та «капіталовкладення», а також пояснення підпорядкування інвестиційної діяльності окремого підприємства конкретній інвестиційній політиці. Для досягнення мети необхідно виконати наступні завдання: проаналізувати поняття проектного фінансування; обґрунтувати необхідність залучення інвестицій підприємством.

Попри широке застосування схем проектного фінансування у світі, сутність проектного фінансування науковці й практики бачать по різному. Під проектним фінансуванням розуміють окрему форму фінансування, що ґрунтується на життєздатності самого проекту, без урахування платоспроможності та гарантій основних його учасників. З іншої позиції, проектне фінансування вважається галуззю фінансування інвестицій, що забезпечує техніко-економічну ефективність діяльності підприємства та дає можливість генерувати достатні

для цього грошові потоки. Існує також погляд, що процес фінансування — це поєднання різних джерел та методів фінансування конкретного інвестиційного проекту з розподілом ризиків серед його учасників.

Мета проекту – це бажаний і доведений результат, досягнутий у межах певного строку при заданих умовах реалізації проекту.

Досягнення поставленої мети вимагає розв'язання певних завдань, а саме:

- визначити можливі результати проекту (прогнозування);
- надати кількісну оцінку цим результатам;
- обґрунтувати можливість досягнення цих результатів та їх ефективність;
- визначити умови, за яких ці результати можуть бути досягнуті.

У більшості випадків об'єктом проектного фінансування є сектор соціальної та виробничої інфраструктури, що характеризується значною капіталомісткістю, низькою комерційною ефективністю, але має стратегічне значення для економіки країни.

Залучення фінансових ресурсів для реалізації інвестиційних проектів здійснюється у визначеному порядку, закріпленому чинною нормативно-законодавчою базою. Порядок отримання коштів для фінансування інвестиційних проектів залежить від джерел фінансових ресурсів, видів проектів, методів бухгалтерського обліку, форм участі фінансово-кредитних установ у фінансуванні, ступеня ризику кредитора.

Методи управління проектами дозволяють визначити: цілі проекту та провести його обґрунтування; структуру проекту; необхідні об'єми та джерела фінансування; виконавців – шляхом проведення тендерів та конкурсів; строки виконання проекту, скласти графік його реалізації; необхідні ресурси; рівень ризиків та розробити заходи щодо їх страхування; підготувати кошторис та бюджет, підготувати та укласти контракти, забезпечити контроль за виконанням проекту тощо.

В економічній літературі існує багато різних підходів і методик аналізу та оцінки ефективності інвестиційної діяльності підприємств, основними з яких є: визначення ефективності інвестицій на основі дисконтування потоку надходжень; оцінювання загальної вартості інвестицій; оцінювання доцільності капітальних вкладень; аналіз інвестиційної привабливості; аналіз беззбитковості інвестиційних проектів; економічний аналіз ефективності запланованих капітальних вкладень; визначення структури капітальних вкладень та ефективності їх використання; розроблення капітального бюджету; оцінювання ефективності інвестиційних проектів; оцінювання інвестиційних проектів, до реалізації яких залучаються іноземні інвестори; планування капітальних витрат та ін.

Підприємства за допомогою інвестицій вирішують тактичні і, головним чином, стратегічні завдання. Ієрархія цілей інвестування відповідає стратегічним та/або тактичним цілям підприємства на ринку. До таких цілей на практиці можна віднести:

- підвищення вартості підприємства;
- збільшення прибутку у довгостроковому періоді за рахунок збільшення обсягу продажу, мінімізації витрат та ін.;
- покращення іміджу підприємства;

- підвищення конкурентних позицій на ринку (збільшення частки, освоєння нових ринків тощо);
- санація підприємства та ін.

Формою реалізації інвестиційної діяльності на підприємстві є інвестиційний проект. Інвестиційний проект є системно обмеженим і закінченим комплексом заходів, документів і робіт, економічним результатом якого є зростання багатства інвестора, фінансовим результатом — прибуток (дохід), матеріально-речовим — нові або реконструйовані основні фонди (комплекси об'єктів), або ж придбання і використання фінансових інструментів або нематеріальних активів з наступним отриманням доходу.

Основний принцип відбору інвестиційних проектів до реалізації полягає у максимізації теперішньої вартості.

Таким чином, якщо є, наприклад, три проекти, які взаємозв'язані за показником попиту або витратами, або ж за обома показниками одразу, матимемо сім можливих варіантів реалізації. Проекти *A*, *B* або *C* можуть бути реалізовані поодино, *A* і *B* разом, *B* і *C* разом, або, зрештою, усі три проекти одночасно. Критерій вибору у цьому разі звучується до визначення того, значення якої з семи наведених величин чистої теперішньої вартості є найбільшим: $N(A)$, $N(B)$, $N(C)$, $N(AB)$, $N(AC)$, $N(BC)$, $N(ABC)$ — і інвестувати у цей проект або комбінацію проектів.

Такий критерій вибору між групами проектів може бути поширено на будь-яку кількість взаємозв'язаних проектів. У разі його використання до уваги автоматично беруться впливи окремого проекту на показники вигід і/або витрат усіх без винятку проектів у групі.

В основі процесу прийняття управлінських рішень інвестиційного характеру лежить оцінка і порівняння очікуваних грошових надходжень і прогнозованих витрат на реалізацію інвестиційного проекту. Ключовою проблемою є можливість їх коректного зіставлення.

До критичних моментів у процесі оцінки окремого проекту можна віднести:

- прогнозування обсягів реалізації з урахуванням можливого попиту на продукцію;
- оцінку потоку грошових коштів за роками — потік вигід;
- оцінку доступності коштів для фінансування та їх структуру;
- оцінку прийнятної вартості капіталу, що використовується як коефіцієнт дисконтування.

У найбільш узагальненому вигляді інвестиційний проект є такою моделлю:

$$P = \{IC_i, CF_k, n, r\}, \quad (1)$$

де IC_i — інвестиція у i -му році;
 CF_k — грошовий потік у k -му році;
 $k = 1, 2, \dots, n$;
 n — тривалість проекту;
 r — ставка дисконтування.

Управління інвестиційною діяльністю підприємства є важливою складовою фінансового менеджменту, яка виокремлюється у самостійну сферу економічного управління — управління проектами. Управління інвестиційною діяльністю повинно забезпечити вирішення таких завдань:

- максимізувати вартість підприємства і забезпечити

стабільно високі темпи її зростання;

- забезпечити високі темпи економічного розвитку підприємства, зокрема максимізувати дохідність інвестиційної діяльності;
- мінімізувати інвестиційний ризик. За несприятливих обставин інвестиційні ризики можуть призвести до втрати не лише доходів, а й основного капіталу;
- підвищити фінансову стійкість та платоспроможність підприємства.

Оскільки інвестиційна діяльність пов'язана з відволіканням фінансових ресурсів, то ці ресурси можуть закінчитися раніше, ніж буде отримано дохід від реалізації інвестиційного товару.

Інвестиції є процесом сукупного використання ресурсів, що забезпечує збільшення капіталу, розширення та модернізацію виробництва.

Інвестиційна діяльність підприємства підпорядкована конкретній інвестиційній політиці, яку підприємство формує самостійно, залежно від цілі стратегічного розвитку і можливостей формування інвестиційних ресурсів (інвестованого капіталу).

У комплексі проблем, пов'язаних із визначенням ролі інвестицій підприємства, в сучасних умовах більшого значення набуває процес управління інвестиціями підприємства, що визначає збільшення уваги до інформаційного забезпечення керівництва відповідними даними про інвестиції

З погляду власника підприємства, спрямування грошових коштів має довгостроковий характер. Реалізуючи подібні проекти, інвестор піддає себе значному ризику. В таких умовах прийняття вірного інвестиційного рішення вимагає особливо ретельного аналізу інвестиційного проекту. Загальний аналіз інвестицій включає оцінку фінансової і економічної ефективності. Аналіз фінансової ефективності припускає проектування звіту про прибутки компанії, звіту про рух грошових коштів, коефіцієнта незалежності і ін. Аналіз економічної ефективності розглядає прибутковість або збитковість проекту для інвестора.

В інвестиційному проекті розглядаються науково-технічні, технологічні, організаційні, соціальні, фінансові та інші аспекти підприємницької діяльності. Він повинен передусім дати відповіді на такі питання:

- яких фінансових витрат вимагає реалізація цього проекту;
- яка його ефективність (рентабельність);
- у який строк окупляться витрати.

Підвищення надійності інвестиційних обґрунтувань і, перш за все, обґрунтувань проектів прямих реальних інвестицій є одним з чинників, що сприяють залученню капіталу в реальний виробничий сектор економіки. Тому постає значна проблема щодо створення науково-практичних рекомендацій, що дозволяють удосконалити аналіз економічної ефективності інвестицій в умовах ризику з врахуванням специфічних особливостей інвестиційного проекту.

Інвестиційний проект є ефективним засобом донесення нової ідеї до осіб, здатних фінансувати проект. Одночасно - це основа для оцінки перспективи розвитку та для управління новим бізнесом.

Основним недоліком аналізу інвестиційної діяльності в Україні є відсутність взаємозв'язку економічних розрахунків маркетингових досліджень на етапі розробки інвестиційного проекту і в процесі його

реалізації з фактичними фінансовими показниками.

Успішний розвиток господарюючого суб'єкта будь-якої організаційно-правової форми в умовах конкурентного оточення багато в чому залежить від ступеня його інвестиційної активності. Це твердження справедливо можна назвати аксіомою ринкової економіки. Прагнення компанії не тільки вижити, але і отримати дохід, достатній для оновлення і приросту економічного потенціалу, примушує менеджерів шукати напряму високоефективного вкладення власних грошових коштів і привертати інвесторів для фінансування малоризикованих варіантів капітальних вкладень з метою зміцнення індивідуальних переваг перед іншими конкурентами в конкретній сфері бізнесу. Практична потреба в реалізації такого роду заходів не може бути достатньою мірою задоволена через малу вивченість специфічних проблем інвестиційної діяльності в умовах сучасної економіки.

Актуальність поставлених питань вимагає, перш за все, розробки методологічних основ аналізу інвестиційної діяльності. У зв'язку з цим вдосконалення понятійного апарату, формулювання чітких і обґрунтованих визначень, усунення різночитання в термінології створюють необхідну наукову основу для проведення спеціальних поглиблених досліджень, що забезпечують розвиток теорії і практики обґрунтування інвестиційної діяльності.

Список літератури

1. Беренс, В. *Руководство по оценке эффективности инвестиций* [Текст] / В. Беренс, П. М. Хавранек : Пер. с англ. – 2-е изд., перераб. и доп. - М. : АОЗТ «Интерэксперт», Инфра-М, 1995, – 534 с.
2. Бирман, Г. *Экономический анализ инвестиционных проектов* [Текст] / Г. Бирман, С. Шмидт. - М.: Банки и биржи, 1997. - 631с.
3. Дегтяренко, В. Н. *Оценка эффективности инвестиционных проектов* [Текст]/ В. Н. Дегтяренко. -М. : Экспертное бюро-М, 1997. - 144 с.
4. Долан, Э. Дж. *Макроэкономика* [Текст]/ Э. Дж. Долан, Д. Линдей; Пер. с англ. В. Лукашевича и др.; Под общ. ред. В. Лисовика, В. Лукашевича. – С.-Пб.: Экон. школы, 1994. - 496 с.
5. Лукянова, В. В. *Диагностика риска деятельности предприятия* [Текст] / В. В. Лукянова. - Хмельницький : ПП Ковальський В.В. – 2007. – 312 с.
6. Макконел К.Р., Брю С.Л. *Экономикс* [Текст] / К. Р. Макконел, С. Л. Брю. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 983 с.
7. Мелкумов, Я. С. *Экономическая оценка эффективности инвестиций и финансирование инвестиционных проектов* [Текст] / Я. С. Мелкумов. - М. : ИКЦДИС, 1997. - 160 с.
8. Пушкаренко, П. І. *Теоретичні основи сучасної макроэкономики* [Текст] / П. І. Пушкаренко, О. О. Несветов. – Суми: Університетська книга, 2007. – 331 с.
9. Хачатуров, Т. С. *Эффективность капиталовложений* [Текст] / Т. С. Хачатуров. – М. : Экономика, 1979. – 274 с.
10. Черваньов, Д. М. *Управлінські складові здійснення інвестиційної діяльності на підприємствах України* [Текст] / Д. М. Черваньов // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2008. - №11. – с. 85-87.
11. Щукін, Б. М. *Аналіз інвестиційних проектів: Конспект лекцій* [Текст] / Б. М. Щукін. — К. : МАУП, 2002. — 128 с.

РЕЗЮМЕ

Антипенко Евгений, Яришко Елена, Измайлова Алина

**Инвестиционная политика
проектноориентированного предприятия как
средство повышения финансовой устойчивости**

В статье рассмотрена сущность инвестиций и инвестиционного проектирования, изучен механизм управления инвестиционной деятельностью предприятия, проанализировано цели инвестирования. Приведен перечень заданий, которые могут быть решены в процессе управления инвестиционной деятельностью.

RESUME

Antypenko Yevgen, Yaryshko Olena, Izmaylova Alina

**Investment policy of enterprise as a means of increase
of the financial stability**

Essence of investments and investment planning is considered in the article. The mechanism of management of investment activity of enterprise is studied. The aims of investing are analyzed. The list of tasks which can be decided in the process of management of investment activity is resulted.

Стаття надійшла до редакції 16.03.2011 р.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розглянуто теоретичні аспекти формування інтелектуального забезпечення процесу управління підприємством. Наведено визначення поняття інтелектуального забезпечення процесу управління підприємством.

Ключові слова: інтелектуальне забезпечення, інтелект, штучний інтелект, управління підприємством.

У теорії і практиці управління підприємством виділяють такі підсистеми як: технічне; організаційне; інформаційне; фінансове забезпечення [8]. Узагальнено

їх взаємозв'язки демонструє рис. 1.

Аналіз забезпечуючих підсистем управління підприємством дає підстави стверджувати, що в цілому

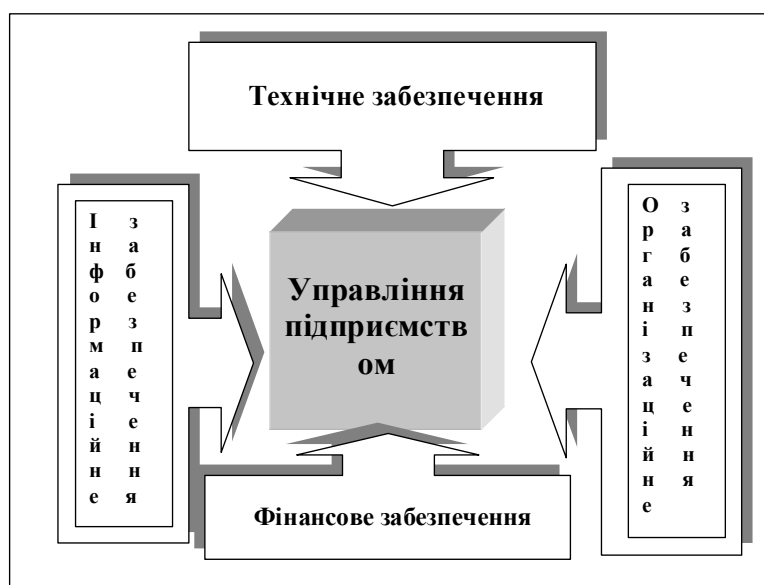


Рис. 1. Забезпечуючі підсистеми традиційного управління підприємством

вони дають можливість особам, які приймають рішення (ОПР) у кожному конкретному випадку знати, хто буде виконувати рішення, з використанням яких ресурсів, яка при цьому потрібна інформація.

Як правило, на підприємстві нема особи, що абсолютно точно знає всі процеси. Таким чином інформація про бізнес-процеси є розподіленою серед усіх працівників підприємства, що приводить до неефективного її використання у процесі управління конкретними бізнес-процесами. На наш погляд, особливу роль у підвищенні ефективності управлінських рішень на підприємстві відіграє інтелектуальне забезпечення процесу управління підприємством (ІЗПУП) [2]. Ця підсистема на практиці не розглядається як забезпечуюча підсистема управління підприємством. Недостатньо висвітлена вона і у фаховій літературі. Основою цього забезпечення є інтелектуальні інформаційні системи (ІС) [1].

В сучасній фаховій літературі означення інтелектуального забезпечення процесу управління підприємством знаходиться в стадії формування. Як

показало узагальнення наукових джерел [3, 5, 6, 9], відсутня єдина точка зору щодо трактування поняття "інтелектуальне забезпечення процесу управління підприємством", більшість з них не відображають його суті, а зводяться до переліку складових, а саме категорій: "інтелект і інтелектуальна діяльність організації", "інформація", "знання", "інтелектуальні ресурси", "інтелектуальний капітал".

Категорію "інтелект" у сучасній науковій літературі трактують як здатність людини до мислення, раціонального пізнання, абстрактно-аналітичної діяльності, генерації нової інформації. Це характеризує "інтелект" як категорію психології, відносить його тільки до індивідууму та обмежує її практичне застосування.

На основі аналізу і узагальнення ідей, викладених в джерелах [1, 2, 3, 4, 5], ми дійшли висновку, що система управління ІЗПУП може бути визначена як специфічна підсистема управління підприємством, яка складається з функціонально взаємозв'язаних блоків, що забезпечують її цілісність, а також розробку, ухвалення і

реалізацію управлінських рішень, спрямованих на досягнення стратегічної мети підприємства у сфері використання ІЗПУП.

Ми пропонуємо трактувати інтелект у межах управлінських процесів на підприємстві як сукупність здібностей суб'єкта (людини, організації) до пізнання, мислення, генерації нових знань з наступним їх економічним використанням для отримання вигоди (досягнення певних цілей).

Ми зосереджуємо наші дослідження на економічному аспекті розумової діяльності суб'єкта з використанням його інтелекту як засобу праці для створення (виробництва) та економічного застосування інформації та знань. У цьому контексті треба розмежувати види інтелектуальної діяльності на підприємстві, а саме:

1. Інтелектуальну діяльність, що на створення знань. Управління такою діяльністю є управління знаннями.

2. Інтелектуальну діяльність, що включає створені інформацію і знання в економічні і правові відносини, в господарський оборот для отримання вигоди від їх вартості. Управління цим видом діяльності це управління інтелектуальним капіталом.

З цієї точки зору уточнимо поняття:

- інформація - це продукт інтелектуальної діяльності суб'єкта, що відображає смисловий зміст певного елемента реальної дійсності - сутності, явища, об'єкта, процесу – у відповідній формі, цінність якого для користувача полягає у зниженні невизначеності ситуації з урахуванням контексту вирішуваної задачі;
- знання - це продукт інтелектуальної діяльності суб'єкта, що системно відображає на основі отриманої інформації реальну дійсність та дозволяє йому виконувати відповідну практичну роботу (вирішувати задачу), тобто формувати економічний потенціал суб'єкта;
- інтелектуальний капітал – це вид капіталу, що включає в себе інтелект і продукти інтелектуальної діяльності суб'єкта – інформацію та знання, що мають соціально-економічну цінність і забезпечують йому благо та конкурентні переваги.

Тому ми пропонуємо під інтелектуальним забезпеченням процесу управління підприємством розуміти сукупність математичних методів та моделей, програмних засобів та процедур, що використовують ОПР в процесі управління підприємством.

У контексті цього визначення треба розглянути класи процедур прийняття рішень. Один з класів таких процедур – лабіринтні. При реалізації таких процедур ОПР переходить через лабіринт можливих альтернативних шляхів управління. Не всі шляхи дають можливість перейти від вхідних даних до мети управління, а тому часто виникає необхідність повертатись до тієї точки, де втрачено правильний напрям руху до мети. У зв'язку з тим, що кількість варіантів дуже велика, а швидкість перебору цих варіантів людиною мала, на наш погляд, інтелектуальне забезпечення або реалізація машинними засобами лабіринтної моделі управління є актуальним завданням у сучасних умовах управління підприємствами.

Іншим класом процедур, які використовують в інтелектуальній діяльності люди при управлінні виробництвом, є асоціативні моделі. Такі моделі передбачають, що вирішення управлінської задачі так чи інакше базується на задачах, що були вирішені

раніше. Нову задачу управління розглядають, як вже відому з деякими модифікаціями. Але, не дивлячись на багаторічні дослідження асоціативних моделей управління, на даний час нема розроблених чітко означених алгоритмів асоціативного пошуку.

Третій клас процедур, що можна визначити як інтелектуальне забезпечення управління підприємством - це моделі внутрішнього представлення проблемної області управління в свідомості людини, що включає одночасно лабіринтні та асоціативні методи пошуку.

Говорити про моделі внутрішнього представлення проблемної області управління підприємством (маємо на увазі моделі, які адекватні людським знанням, що наявні в головах індивідів (співробітників та робітників) неможливо до тих пір, доки не будуть розкриті і змодельовані алгоритми дії людського мозку. У наш час можна проводити моделювання операцій (процесів), що виконують співробітники при виконанні ними посадових інструкцій та обов'язків.

Для підприємств сьогодні головне завдання полягає в тому, щоб використати максимально ефективно свої знання (корпоративні знання). До таких знань прийнято зараховувати – професійний досвід співробітників, індивідуальне розуміння процесів підприємства і практику їх реалізації, творчі рішення, тощо.

Знання підприємства – це інтеграція ідей, досвіду, інтуїції, майстерності, що володіє потенціалом для підвищення цінності організації, її персоналу, продукції та послуг в очах споживачів, клієнтів і акціонерів, завдяки прийняттю інформаційно обґрунтованих рішень та ефективного функціонування підприємства.

Знання, на відміну від даних, є елементом інформації, який вирізняється логічною повнотою, обмеженістю набору і в завершеному варіанті перевірений на практиці. Вони включають в себе частину корисної інформації для рішення поставленої задачі, що повністю ліквідує невизначеність про об'єкт згідно з умовою задачі.

Фактично, знання підприємства є результатом узагальнення фактів та встановлення відповідних закономірностей у конкретних бізнес-процесах та відповідних їм предметних областях. І саме вони дозволяють ставити і вирішувати задачі в межах бізнес-процесу. Знання базовані на даних, отриманих емпіричним шляхом за допомогою аналітичної обробки і зафіксовані як факти, що характеризують властивості об'єктів, процесів або явищ.

У цьому контексті виникає питання, як управляти таким особливим видом ресурсу бізнес-процесу, як знання? Мета такого управління полягає в перетворенні індивідуальних знань, досвіду, навиків у форми, доступні всім співробітникам підприємства. Знаннями учасників бізнес-процесу (суб'єктів) можна управляти і для цього розглянемо два основні аспекти управління ІЗПУП (див. рис. 2) [10].

Щодо формування інтелектуального забезпечення підприємства можливі наступні стратегії:

- Стратегія нарощення знань що передбачає формування і використання "якнайкращих" знань в будь-якому бізнес-процесі. Знання стають центром всієї діяльності підприємства, саме вони створюють споживчу цінність, а в деяких випадках є кінцевим продуктом.

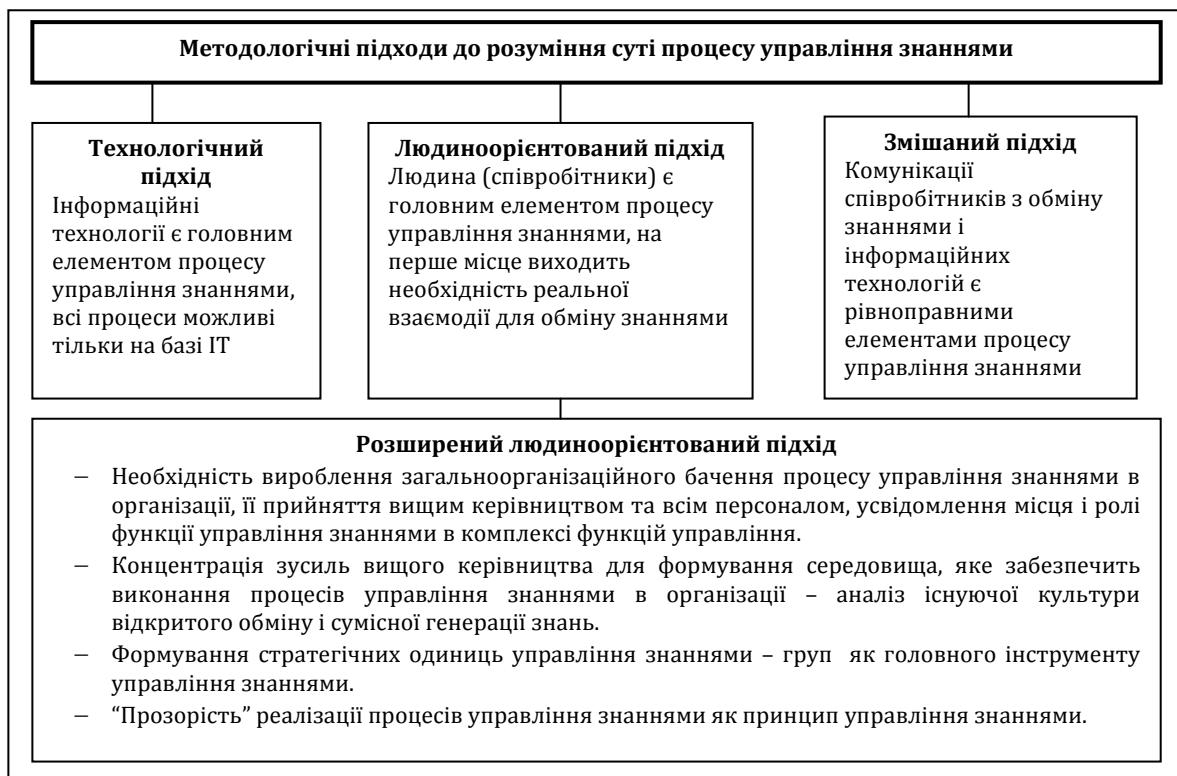


Рис. 3. Методологічні підходи до розуміння суті процесу управління знаннями

- Стратегія управління інтелектуальним капіталом — створення, підтримка і розвиток інтелектуальних активів: патентів, технологій, ноу-хау і т.д.
- Стратегія формування знань передбачає поглиблення накопичених і генерування принципово нових знань (проведення науково-дослідних робіт, впровадження інноваційних рішень і безперервне їх удосконалення), що сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємства.
- Стратегія обміну знаннями - особлива увага зосереджується на систематичному обміні знаннями — отриманні, структуризації, зберіганні, використанні їх з метою чіткого і своєчасного розподілу між певними працівниками або бізнес-процесами.

Зрозуміло, що найкращою є стратегія зваженої комбінації перерахованих варіантів. Вищевикладене дає нам змогу узагальнити методологічні підходи до конкретизації суті процесу управління знаннями підприємства (див. рис. 3.) [11].

Відповідно до поглядів В. Буковіча та Р. Уільямса, “управління знаннями” є процесом, за допомогою якого організація накопичує багатство, спираючись на свої інтелектуальні чи засновані на знаннях організаційні активи” [4].

Управління знаннями (УЗ) – це область, яка включає в себе навчання, і розвиток, інформаційні технології та управління людськими ресурсами. Наявність моделі, яка демонструє всю різноманітність діяльності в процесі управління знаннями сприяє ефективній організації роботи ОПР, а також потрібна для того, щоб пояснити іншим теоретичну основу вибраного ОПР підходу.

УЗ розглядають як сукупність стратегій і процесів виявлення, акумулювання, поширення, використання, контролю і обміну знаннями, необхідну для забезпечення конкурентоздатності бізнесу. Крім цих

процесів слід постійно оновлювати знання, захищати від незаконного “відпливу” за межі підприємства. Важливе місце відводиться системі управління інтелектуальним забезпеченням підприємства як системі стратегій і процесів для виявлення, здобування, поширення, використання, контролю та обміну знаннями, необхідними для забезпечення конкурентоздатності підприємства (див. рис. 4). Управління знаннями розглядають як технологію, що складається з комплексу формалізованих методів, а саме: пошук і виявлення в живих і неживих об’єктах носіїв знань; структурування і систематизація знань для зручного зберігання і пошуку; аналіз знань та виявлення в них залежностей і аналогій; оновлення знань; розповсюдження знань; генерація нових знань.

Загальну задачу управління знаннями розглядають як: мету управління; рішення конкретних задач управління підприємством для підвищення інтелектуального потенціалу підприємства; добування знань із документів, баз даних, електронних архівів, файлів, мережі Internet, та “голів” спеціалістів; розповсюдження знань, передача необхідних спеціальних знань в “голови” співробітників.

У процесі управління знаннями переважно виділяють такі види функцій:

- створення – функція, результатом якої є нові знання, або нові конфігурації існуючих знань;
- виявлення - функція, яка робить неявні знання явними, тобто перетворює індивідуальні знання в знання підприємства;
- організація знань – функція класифікації і категоризації, переміщення, запам’ятовування, пошуку і супроводження знань;
- доступ - функція передачі та розповсюдженні знань між співробітниками;
- використання – функція застосування знань для

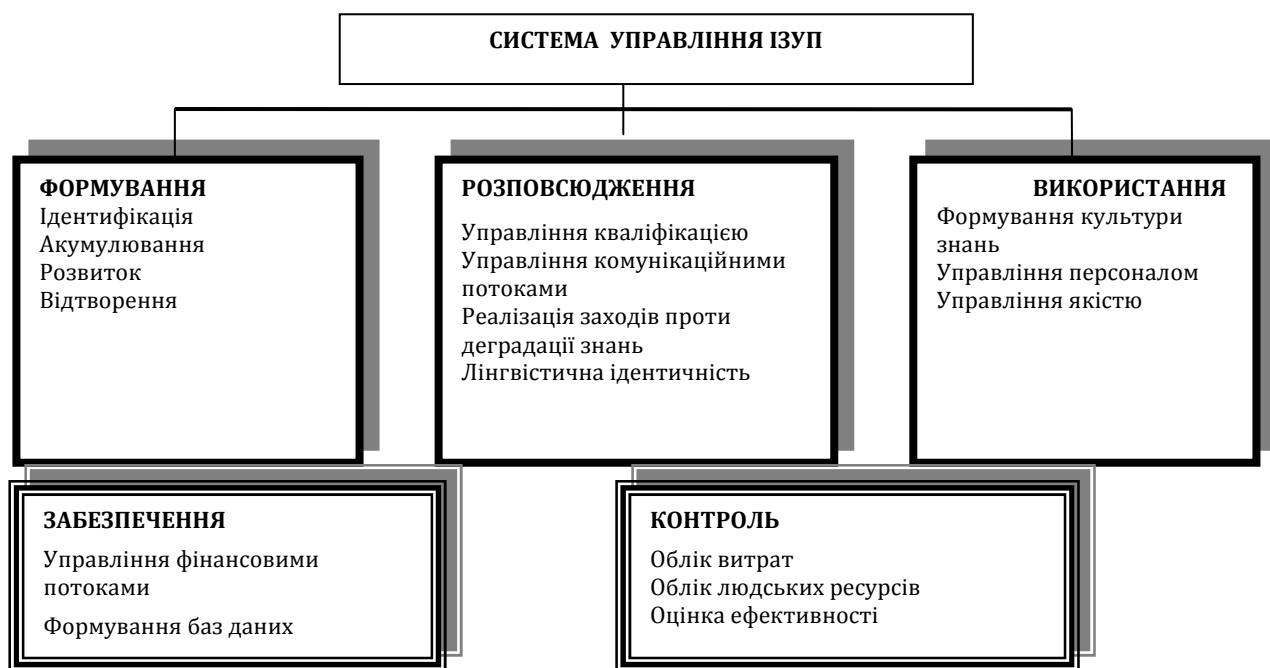


Рис. 4. Складові системи управління інтелектуальним забезпеченням підприємства

прийняття рішень і розширення можливостей управління.

Метою управління знаннями є отримання конкретної переваги за допомогою знань виявлених і здобутих із корпоративної колективної пам'яті про можливі вирішення завдань у межах бізнес-процесів у конкретних ситуаціях. При цьому проблемою є те, що значна частина знань підприємства "осідає в головах" працівників, що опрацьовують велику кількість інформації. У ситуації звільнення працівника зникає і частина накопичених знань.

Дослідження управління знаннями як одного з компонентів інтелектуального забезпечення управління підприємством полягає в тому, щоб допомогти ОПР ефективніше працювати, використовувати накопичені обсяги інформації і знань.

Під "управлінням знаннями" розуміємо систематичне здобування, синтез, обмін та використання корисних ідей та досвіду для успіху в бізнесі або управління підприємством, тобто процес використання того, що відомо людям на новому рівні з метою підвищення потенціалу підприємства через використання оптимальніших рішень, інтелектуального капіталу або організаційного навчання, а також капіталізацію інтелекту, знань.

Із зростанням розмірів, складності устаткування і функціональних можливостей значною мірою збільшується відповідальність за правильність і обґрунтованість ухвалюваних рішень для ефективного управління підприємством. Крім того, доводиться ухвалювати рішення в умовах неповної інформації, обмеженого часу на аналіз проблемних ситуацій. Все це приводить до невідповідності можливостей людини складності завдань, які необхідно вирішувати для підтримки підприємства в належному стані за рахунок використання сучасних методів управління. Практика показує, що у керівників, від яких залежить якість і надійність управлінських рішень, мало часу залишається на аналітичну роботу, для уникнення помилок при ухваленні рішень. Кращим варіантом організації підтримки діяльності таких ОПР, є створення

навколо них середовища людино-машинної підтримки вирішення задач у межах процесу управління, в якій головна роль належить інтелектуальним СППР (ІСППР).

У зв'язку з цим розробка і впровадження інтелектуальної системи підтримки прийняття рішень (ІСППР) для управління підприємством є актуальним науково-технічним завданням.

Розробка ІСППР на базі комплексного підходу до проблеми управління підприємством включає використання оптимізаційних та економетричних моделей і нечіткої інтелектуальної (експертної) системи реагування на нештатні ситуації, а також створення моделей, алгоритмів і програмного забезпечення (ПЗ) підтримки професійної діяльності фахівців у галузі управління підприємством.

Досліджуючи процеси прийняття рішень у межах бізнес-процесів підприємств, можна зробити висновки про те, що:

- інтелектуальне забезпечення управління підприємством повною мірою повинне сприяти реалізації цілей підприємства в організації управління підприємством;
- реалізація системно-цільового підходу вимагає адекватного вибору засобів і методів роботи з інформаційними ресурсами;
- результати використання інтелектуального забезпечення управління підприємством повинні забезпечувати удосконалення управління бізнес-процесами підприємства, а також його конкурентних переваг.

У зв'язку з цим розробка і впровадження інтелектуального забезпечення управління підприємством є актуальним науково-технічним завданням.

Проведені нами дослідження категорійного базису ІЗПУП та авторське визначення "інтелектуального забезпечення управління підприємством" дало можливість сформулювати концепцію побудови і принципи функціонування системи інтелектуального забезпечення управлінських рішень [2].

Список літератури

1. Информационные системы и технологии. Экономика. Управление, бизнес: учеб. пособие для студентов / Ю. Н. Арсеньев и др. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 447 с.
2. Бабій, С. Концепція інтелектуального забезпечення управління підприємством / С. Бабій // Наукові записки. - Тернопіль: ТАНГ 2005. - Вип. 14 с. 20-24.
3. Бир С. Мозг фірми / С. Бир : Пер. с англ. - Радио и связь, 1993. - 416 с.
4. Букович, У. Управление знаниями: руководство к действию / У. Букович, Р. Уильямс ; Пер. с англ. — М.: ИНФРА-М, 2002. - 504 с.
5. Глибовець, М. М. Штучний інтелект: підручник для студентів / М. М. Глибовець, О. В. Олецький. - К. : Вид. дім "КМ Академія", 2002. - 366 с.
6. Гужва, В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах : навч. посібник / В. М. Гужва. - К.: КНЕУ, 2001. - 400 с.
7. Приймак, В. М. Прийняття управлінських рішень: навчальний посібник / В. М. Приймак. - К.: Атіка, 2008. - 240 с.
8. Шершньова, З. Є. Стратегічне управління: навчальний посібник / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. - К.: КНЕУ, 1999. - 384 с.
9. http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/knp/140/knp140_119-122.pdf
10. <http://www.management.com.ua/strategy/str116.html>
11. <http://www.google.com.ua/search?as>

РЕЗЮМЕ

Бабій Степан

Интеллектуальное обеспечение процессов управления предприятием

Рассмотрены теоретические аспекты формирования интеллектуального обеспечения процесса управления предприятием. Дано определение понятия интеллектуального обеспечения процесса управления предприятием.

RESUME

Babiy Stepan

Intelligent software of the processes of the improvement of enterprise management

The theoretical aspects of forming of the intellectual providing of process of enterprise management are considered. Determination of concept of the intellectual providing of process of enterprise management is given.

Стаття надійшла до редакції 05.04.2011 р.

ОПТИМІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Запропоновано методикку оптимізації економічного потенціалу промислових підприємств, що дозволяє визначити як базовий рівень економічного потенціалу, так і ступінь його розвитку на плановий період. Математична модель економічного потенціалу надає можливість встановлювати його нормативний рівень та виробляти оптимальні управлінські рішення.

Ключові слова: економічний потенціал промислових підприємств, нормативний рівень економічного потенціалу, оптимальний рівень потенціалу.

Криза, що розгорталася у світі у 2008-2009 рр., продемонструвала значні дисбаланси розвитку світогосподарської системи та структурну відсталість української економіки, її неготовність до різких коливань попиту та загострення конкуренції на сировинних ринках. Україна відчула негативні наслідки світової фінансово-економічної кризи з квітня 2008 р. через різке скорочення зовнішнього попиту. У 2009 р. найскладніших випробувань зазнав промисловий комплекс України, у результаті чого глибина падіння обсягу промислового виробництва досягла 21,9 % (рівень промислового виробництва повернувся на позначку 2003-2004 рр.) У цілому 2009 р. закінчився падінням ВВП на 15,1 %, будівництва – на 48,2 %, інвестицій в основний капітал – на 65,1 %. Індекс споживчих цін становив 112,3 %, рівень безробіття збільшився до 8,8 %. Вперше за останні 10 років в економіці збитки підприємств перевищили прибутки на 31,6 млрд. грн. [1].

З початку 2010 р. в економіці держави відбуваються певні позитивні зрушення (рис. 1), що сприяє подоланню негативних наслідків впливу світової фінансово-економічної кризи та соціально-економічному розвитку країни. У результаті зростання ВВП у II кварталі 2010 р. прискорилось і становило 6 % у річному вимірі (4,9 % у I кварталі 2010 р.) За винятком

сезонного фактора у II кварталі 2010 р. приріст ВВП становив 3,5 % (0,4 % у I кварталі 2010 р.) Однак відновлення економіки все ще має нестійкий характер, що потребує формування та реалізації в Україні політики довгострокового економічного зростання з урахуванням екзогенних викликів та внутрішніх проблем економічного розвитку.

Основний внесок у приріст промислового виробництва у січні-вересні 2010 р., порівняно із січнем-вереснем 2009 р., був забезпечений виробництвом продукції металургії (приріст на 12,7 % проти падіння на 36,9 %), машинобудування (приріст на 32,9 % проти падіння на 51,2 %), хімічної та нафтохімічної промисловості (приріст на 20,2 % проти падіння на 30,3 %).

У Програмі економічних реформ на 2010–2014 рр. [2] сформовано принципи довгострокового економічного зростання на основі реформування та модернізації наявної економічної системи. Вирішення цих завдань видається можливим лише завдяки поетапному впровадженню системи організаційно-економічних заходів щодо оптимізації та ефективного використання економічного потенціалу промислових підприємств України, що має стати одним із важливих напрямків забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках,

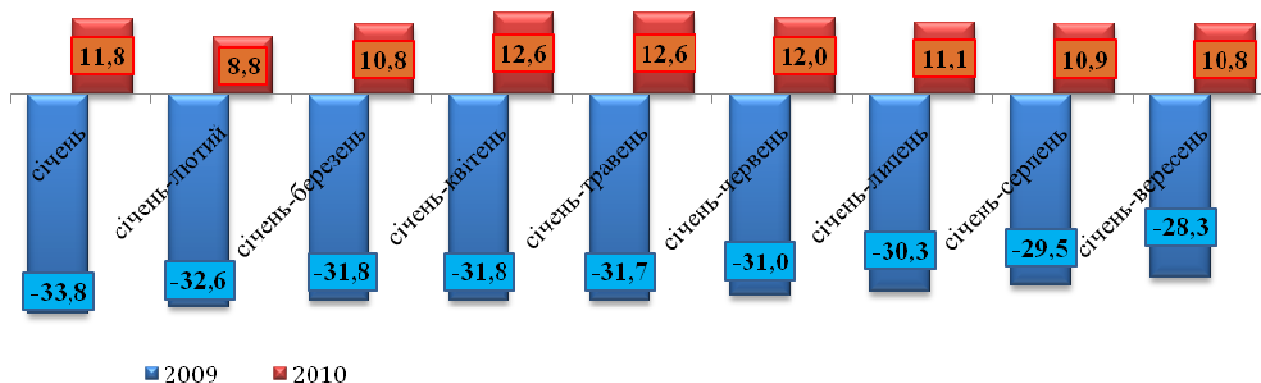


Рис. 1. Динаміка темпів приросту промислового виробництва України у січні-вересні 2009–2010 рр., % [3, с.

подолання наслідків фінансово-економічної кризи, сприяння структурно-технологічній перебудові економіки, забезпечення її розвитку в процесі реформ та у післяреформений період.

Метою даної роботи є дослідження і розробка методологічних основ механізму оптимізації економічного потенціалу соціально-економічних систем та розробка науково-практичних і методичних рекомендацій його практичної реалізації.

Широке трактування змісту терміна «потенціал» дозволяє застосувати його до різних галузей діяльності людини залежно від того, про які сили, засоби, запаси та джерела йде мова [3-8].

На думку деяких вчених, потенціал – це абстрактна категорія з невизначеними межами, вплив якого на результативність виробничих процесів носить непрямий, побічний характер [9]. Зауважимо, що потенціал – це категорія конкретна з динамічним характером, тому закономірним є факт визнання його існування у часі і просторі.

Основним етапом процесу розробки методологічного базису управління потенціалом промислових підприємств є створення теоретичних основ його оптимізації.

Критерієм оптимальності управління соціально-економічною системою є ефективність процесів відтворення потенціалу системи. При цьому основний акцент робиться на забезпечення повного і ефективного використання потенціалу системи з урахуванням пріоритетів розвитку.

Відповідно до закону синергії економічний потенціал промислових підприємств не вимірюється простою сумою потенціалів у розрізі окремих ресурсних джерел. При взаємодії можливими стають процеси управління, взаємодоповнюваності та взаємозамінності тощо. У сучасних умовах управління потенціалом промислових підприємств виступає як загальноекономічний чинник раціонального споживання ресурсів та ефективного їх функціонування. Відомо, що навіть ті промислові підприємства, які мають близькі за рівнем потенціали, часто розрізняються за результатами їх функціонування. В цих умовах різницю в результатах можна пояснити лише неоднаковим ступенем точності цільової орієнтації системи. Інакше кажучи, при інших рівних умовах, величина результату буде тим більша, чим вдалішим буде управління потенціалом промислового підприємства.

Особливе місце управління у наш час зумовлене тим, що воно гарантує інтеграцію економічних процесів системи. Управління потенціалом відбиває можливості системи впорядкувати процеси формування потенціалу відповідно притаманних внутрішніх закономірностей розвитку промислових підприємств і необхідне для:

- аналізу поточного стану промислових підприємств;
- моделювання розвитку їх потенціалу;
- визначення найкращих способів використання потенціалу промислових підприємств.

Стосовно першого припущення, то воно вимагає подальшої конструктивної деталізації інтегрованого потенціалу промислових підприємств з виділенням відповідних складових і характеристик. Дослідження свідчать, що потенціал промислових підприємств слід відображати як визначену сукупність (систему) окремих напрямів або сфер діяльності промислових підприємств, які мають і смисловий вираз, і кількісну оцінку.

Важливим завданням для промислових підприємств

є визначення рівня економічного потенціалу, що повинен враховувати комплекс вже сформованих зв'язків і відносин, що відбивають минуле і сьогодення процесу функціонування і розвитку підприємств, а також детальний диференційований аналіз стратегічних зв'язків і відносин з довгостроковим прогнозом можливостей і ресурсів з урахуванням їхнього ефективного використання через оптимальний рівень потенціалу.

Цільова функція та умови оптимізації економічного потенціалу промислових підприємств можуть бути наведені у вигляді:

$$F = C_e(P) + C_{y.m.}(P) \rightarrow \min, P \rightarrow opt, \quad (1)$$

де $C_e(P)$ – питомі витрати на використання економічного потенціалу;

$C_{y.m.}(P)$ – питомі витрати на одиницю збільшення економічного потенціалу;

P_{opt} – оптимальний рівень економічного потенціалу.

При оптимізації економічного потенціалу необхідно висунути наступне припущення. Встановлюється, що кожна рівновелика система має однаковий (середній) рівень економічного потенціалу, а також - що економічний потенціал промислових підприємств незмінний на певному проміжку часу.

Ці припущення дозволяють в оптимізаційних розрахунках підвищення рівня економічного потенціалу виразити в «умовних» додаткових одиницях економічного потенціалу, які призводять до додаткового ефекту його реалізації. Цю обставину можна трактувати й таким чином, що додатковий ефект реалізації економічного потенціалу отриманий додатковими одиницями економічного потенціалу промислових підприємств («умовними одиницями економічного потенціалу»).

З урахуванням наведених пояснень на основі цільової функції визначається оптимальний рівень економічного потенціалу промислових підприємств. Для цього цільова функція подається у вигляді:

$$F = \frac{E}{P_{opt}} + Z_p \times (P_{opt} - P_n) \quad (2)$$

де E – ефект реалізації економічного потенціалу промислових підприємств за певний проміжок часу;

Z_p – вартість розвитку однієї одиниці економічного потенціалу;

P_n – нормативний рівень економічного потенціалу (еталон), що визначається як рівень потенціалу з урахуванням стимуляторів та дестимуляторів. Показники, що здійснюють позитивний стимулюючий вплив на економічний потенціал підприємства, є стимуляторами, а ознаки з протилежними властивостями – дестимуляторами.

P_{opt} – оптимальний рівень економічного потенціалу.

Систематизуючи існуючі положення про порядок визначення терміну «нормативний економічний потенціал підприємства», пропонуємо розглядати його з урахуванням перспективних відносин з прогнозом можливостей оптимального використання ресурсів.

Для визначення оптимального рівня економічного потенціалу підприємства цільова функція

диференціюється, отриманий вираз дорівнюється до нуля та розв'язується рівняння відносно показника P_{opt} .

Після диференціації цільової функції отримаємо вираз:

$$-\frac{E}{P_{opt}^2} + Z_F = 0, \quad (3)$$

Тоді

$$P_{opt} = \sqrt{\frac{E}{Z_F}}. \quad (4)$$

Задача оптимізації економічного потенціалу промислового підприємства може бути зображена графічно (рис. 2).

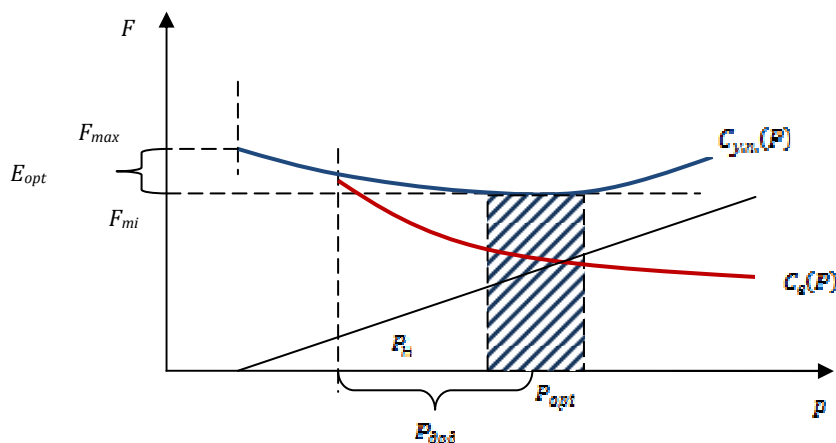


Рис. 2. Визначення оптимального рівня економічного потенціалу промислового підприємства

потенціалу і, як наслідок, до меншого додатково отриманого ефекту від реалізації потенціалу E .

Виходячи з цього, зростання витрат на розвиток потенціалу повинно бути обґрунтованим. Принципово «умовні» додаткові одиниці економічного потенціалу і треба розвивати.

2. В реальному житті вартість одиниці економічного потенціалу може збільшитися, тоді при побудові графіку цю обставину слід враховувати і необхідно внести відповідні зміни в цільову функцію.

3. Додаткова кількість «умовних» одиниць економічного потенціалу залежить від віддачі витрат на формування економічного потенціалу підприємства. Чим вона більша, тим менша потреба підвищувати економічний потенціал для певного ефекту від реалізації потенціалу.

4. Економічний ефект $E_{доп}$ від оптимального зростання економічного потенціалу промислового підприємства визначається як різниця сумарних витрат на використання та розвиток нормативного рівня економічного потенціалу та оптимального рівня.

$$E_{доп} = F_n - F_{min}. \quad (6)$$

Економічний потенціал за рахунок «умовного» додавання додаткових одиниць економічного потенціалу може бути визначений з урахуванням базової формули таким чином:

$$Y = P_{opt} \times \prod_{i=1}^n K_i. \quad (7)$$

Аналіз формул та графіку оптимізації показують, що при підвищенні економічного потенціалу до рівня P_{opt} та приймаючи припущення про постійну продуктивність промислового підприємства Π_n , можна визначити додатковий ефект від реалізації економічного потенціалу промислових підприємств за формулою:

$$E_{доп} = P_{доп} \times \Pi_n. \quad (5)$$

Оптимізація економічного потенціалу дозволяє зробити наступні висновки:

1. При незмінній вартості одиниці економічного потенціалу в процесі використання підвищення витрат на його розвиток призводить до меншого оптимального рівня додаткових та «умовних» одиниць економічного

де K_i – поправочні коефіцієнти якісного рівня економічного потенціалу.

Формування та розвиток економічного потенціалу промислових підприємств, як правило, здійснюється поетапно.

Послідовність етапів складає життєвий цикл функціонування економічного потенціалу підприємства. Як правило, для розглядання життєвого циклу застосовується системний підхід, при якому економічний потенціал підприємства виступає як економічна система, на вході якої знаходяться економічні ресурси.

Економічні ресурси формуються з внутрішніх та зовнішніх джерел шляхом реалізації технологій підбору, відбору та впровадження у виробничий процес. Однак досягнення необхідного рівня економічного потенціалу підприємства здійснюється на основі технологій його розвитку.

Необхідний економічний потенціал не є постійною величиною, бо внаслідок об'єктивних процесів відбувається зменшення рівня потенціалу та виникає необхідність знову займатися його формуванням та розвитком. Крім того, в організації відбуваються процеси удосконалення організаційної структури, покращення умов праці, що підвищує економічний потенціал організації та зменшує потребу в ресурсах.

Стан економічного потенціалу необхідно постійно аналізувати на основі технологій моніторингу. Відхилення в параметрах економічного потенціалу від оптимального рівня є сигналом для прийняття

управлінських рішень. Таким чином, життєвий цикл економічного потенціалу містить у собі ряд етапів: формування економічного потенціалу, його розвиток та використання, вивільнення потенціалу.

При цьому розвиток потенціалу в широкому розумінні слова є основною змістовною технологією в управлінні економічними потенціалом підприємства, що залучає до себе мотивацію, адаптацію тощо.

Розвиток потенціалу дозволяє без приєднання додаткових одиниць економічного потенціалу підвищувати його рівень, і, як наслідок, підвищувати продуктивність системи.

Таким чином, формування та оптимізація економічного потенціалу промислових підприємств – процес складний, довгий, постійний та комплексний, в якому приймають участь всі функціональні служби підприємства. Внаслідок цього його розвиток тісно пов'язаний із загальною стратегією та тактикою функціонування підприємства.

Список літератури

1. Про Державну програму економічного і соціального розвитку України на 2010 рік [Текст] : закон України від 20.05.2010 № 2278-VI // *Голос України*. – 2010. – 2 липня. – № 120.
2. Програма економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» від 02.06.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/signal/0004100.pdf>.
3. Собкевич, О. В. Розвиток промислового потенціалу України в процесі післякризового відновлення [Текст] / О. В. Собкевич, А. І. Сухоруков, В. Г. Савенко [та ін.]; за ред. Я. А. Жаліла. – К.: НІСД, 2010. – 48 с.
4. Большая Советская Энциклопедия [Текст] / Под ред. Б. А. Веденского. – М.: Советская энциклопедия, 1978. – Т.34.
5. Краткая химическая энциклопедия. – М., 1967.
6. Математическая энциклопедия [Текст] / Под ред. И. М. Виноградова. – М., 1984.
7. Словарь русского языка [Текст] / Под ред. С. И. Ожегова - М., 1984.
8. Словарь современного русского литературного языка [Текст] / Под ред. К. А. Тимофеева. - М., 1994.
9. Современный энциклопедический словарь [Текст] / Под ред. А. М. Прохорова - М., 1991.
10. Лукін, С. О. Економічний потенціал регіону: суть, складові і місце у процесі реформування економіки / С. О. Лукін // *Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: політика регіонального розвитку: Зб.наук.пр. Вип.V - № 1.* - Луцьк: Надстир'я, 1999. - С.40-51.

РЕЗЮМЕ

Бандура Марина **Оптимизация экономического потенциала** **промышленных предприятий**

Изложена методика оптимизации экономического потенциала промышленных предприятий, которая позволит определить как базовый уровень экономического потенциала, так и степень его развития на плановый период. Математическая модель экономического потенциала дает возможность устанавливать его нормативное значение и вырабатывать оптимальные управленческие решения.

RESUME

Bandura Maryna **Optimization of economic potential of the industrial enterprises**

The technique of optimization of economic potential of the industrial enterprises which will allows to define both a basic level of economic potential, and degree of its development for the planned period is represented. The mathematical model of economic potential gives the chance to establish its standard value and to develop optimum administrative decisions.

Стаття надійшла до редакції 15.03.2011 р.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто інтелектуальний капітал з позиції оцінки фінансового стану підприємства.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, нематеріальні активи, фінансовий стан.

Виявлення нових чинників оцінки фінансового стану вітчизняних підприємств потребує активного впровадження технологічних і управлінських інновацій, фінансовим виявом реалізації яких є інтелектуальний капітал. Наявна методологічна база оцінки інтелектуального капіталу є досить обмеженою, що спричиняє низький рівень формування та використання господарюючими суб'єктами його складових. Виходячи з цього, методи оцінки та управління інтелектуальним капіталом підприємства потребують більш глибокого дослідження й удосконалення.

Вважається, що термін «інтелектуальний капітал» вперше використав у 1969 р. відомий американський дослідник Дж. Ж. Гелбрейт. Водночас глибокі теоретико-методологічні дослідження цієї економічної категорії були започатковані наприкінці ХХст. у працях Е. Брукінга, Д. Даффі, Л. Едвінссона, Д. Клейна, М. Мелоуна, Л. Пруссака, П. Салівана, Т. Стюарта, Т. Форт'юна, Л. Хіроякі та ін.

Вище перелічені науковці схиляються до думки, що інтелектуальний капітал – це нагромаджена у процесі інтелектуальної діяльності сукупність знань, досвіду, навичок, творчості, здібностей, взаємовідносин, що мають економічну цінність і використовуються у процесі виробництва та обміну з метою отримання доходу, отже потребують аналізу при оцінці фінансового стану підприємства.

Важливою умовою при проведенні операцій з об'єктами інтелектуальної власності є дотримання правового режиму, зафіксованого у відповідних актах, а також чітке документальне оформлення і правильна оцінка самих суб'єктів. Можливість купівлі-продажу, внесення в установчий капітал підприємства, передачі в позику і довірче управління, страхування, як і інших форм використання цих об'єктів, виникає лише після включення їх до складу нематеріальних активів і обліку на балансі підприємства.

Підприємства, що не звертають увагу на інтелектуальний капітал, втрачають важливі активи, котрі слід було б включити у рівняння, що визначають вартість самого підприємства і його фінансовий стан.

Інші нематеріальні активи, такі як ноу-хау, клієнти, інфраструктура організації і т. д., які теж додають до вартості підприємства, як правило, не вимірюються, не приймають участі у корпоративній стратегії розвитку

підприємства.

Проте ці елементи мають пряме відношення до інтелектуального капіталу. І навіть ті підприємства, що згодні з тим, що вищеперелічені нематеріальні активи чогось варті, насправді не в змозі гідно оцінити свій інтелектуальний капітал через відсутність методів оподаткування останнього, а також методів його оцінки.

Таким чином, якби вдалося залучити нематеріальні активи до господарського обороту, то це б дало змогу:

- по-перше, передати права на персоніфіковані об'єкти інтелектуальної власності іншим особам за відповідну ціну;
- по-друге, внесення об'єктів інтелектуальної власності на баланс підприємства призведе до збільшення амортизаційних відрахувань, що в свою чергу, призведе до збільшення внутрішніх інвестицій і зменшення бази оподаткування.

При обліку нематеріальних активів важливо врахувати три основних моменти [1]:

- визначення первісної вартості;
- амортизацію нематеріальних активів;
- встановлення строку служби.

Варто зауважити, що нематеріальні активи відображаються в обліку за вартістю придбання (первісною вартістю), тобто в сумі, яка за них оплачена.

Деякі нематеріальні активи можуть бути придбані за дуже низькими цінами або безоплатно.

У подальшому їх вартість в балансі не змінюється, хоча цінність зростає.

Якщо загальний об'єм витрат на нематеріальні активи не передбачає надходжень у вигляді компенсації за збитки при порушенні права на об'єкт, то вартісну оцінку даного об'єкта для фінансового обліку (інвертерну вартість) пропонуємо визначати за формулою:

$$W_0 = \left(\sum_{t_n}^{t_n} B_t \times k_t \times k_y + \Pi_j \right) \times k_c \quad [2]$$

де: B – загальні витрати на придбання нематеріального активу в i -му році;

t_h – початковий рік дії певного нематеріального активу;

t_k – кінцевий рік розрахункового періоду;
 P_j – загальний об'єм (сума) витрат, які необхідні для забезпечення продажу на певний нематеріальний актив;

k_t – коефіцієнт приведення вартісних оцінок протягом розрахункового періоду;

k_y – коефіцієнт індексації вартісних оцінок;

k_c – коефіцієнт морального старіння (амортизації) нематеріального активу, який визначається за формулою:

$$k_c = 1 - \frac{T_\phi}{T_n} \quad [3]$$

де:

T_ϕ – фактичний строк дії ліцензії чи патенту на вказаний актив;

T_n – номінальний строк дії даного документа.

Ринкову складову інтелектуального капіталу підприємства пропонується вимірювати на основі величини його управлінського гудвілу, який, на відміну від бухгалтерського, утворюється не в момент продажу компанії, а в процесі реалізації конкурентоспроможної продукції діючого підприємства. При цьому результатом прояву конкурентних переваг підприємства є формування ринкового капіталу, величина якого визначається капіталізацією наднормативного обсягу реалізації продукції.

Для визначення інструментів управління структурою капіталу пропонується застосовувати показник, що характеризує рівень інтелектуалізації капіталу і розглядається як співвідношення величини сформованого інтелектуального капіталу та величини загального капіталу підприємства. Різні значення цього показника досліджуваних підприємств вказують на їх відмінні позиції щодо участі інтелектуального капіталу у кругообігу сукупного капіталу при формуванні його грошової форми.

Розробка організаційно-інформаційного забезпечення процесу економічної діагностики інтелектуального капіталу дозволяє створити необхідну аналітичну базу для вирішення практичних завдань щодо здійснення обліково-аналітичних процедур, спрямованих на підвищення ефективності оцінки фінансового стану підприємств.

Список літератури

1. Методики вартісної оцінки прав інтелектуальної власності. /Уклали Прахов Б. Г., Цибульов П.М. – К.: УкрІНТЕІ, 1998.
2. Мухопад В. И. Лицензионная торговля: маркетинг, ценообразование, управление. – М.: ВНИИПИ, 1997.
3. Оцінка вартості прав на об'єкти промислової власності у складі нематеріальних активів та в підприємницькій діяльності. /Укладач Пирятинська С. Ф. – К.: УкрІНТЕІ, 2000.

РЕЗЮМЕ

Майбрда Михаил, Ильчук Павел

Интеллектуальный капитал как инструмент оценки финансового состояния предприятия

Рассмотрен интеллектуальный капитал из позиции оценки финансового состояния предприятия.

RESUME

Maybroda Mykhaylo, Il'chuk Pavlo

Intellectual capital as instrument of estimation of the financial state of enterprise

An intellectual capital is considered from position of estimation of the financial state of enterprise.

Стаття надійшла до редакції 15.04.2011 р.

Вікторія ФАТЮХА

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів,
Запорізька державна інженерна академія

Юлія СІНЯКОВА

Запорізька державна інженерна академія

УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Статтю присвячено питанням щодо оптимізації структури капіталу підприємства та його раціонального використання. Визначено та охарактеризовано структуру джерел фінансування підприємства. Запропоновано шляхи удосконалення управління їх структурою.

Ключові слова: джерела фінансування підприємства, власні, залучені, позикові кошти.

На сучасному етапі розвитку дедалі вагомішого значення набуває саме управління структурою джерел фінансування підприємства, оскільки фінансові ресурси є базисом, без якого неможливе функціонування й подальший розвиток підприємства. Від їх повноти та структури безпосередньо залежить діяльність в умовах ринкової економіки підприємств будь-якої форми власності, організаційно-правового статусу і галузевої спрямованості. Досягнення стратегічних цілей також значно залежить від ефективності управління фінансовим забезпеченням діяльності підприємства та його структурою, яке потребує точного визначення загальної потреби в фінансових ресурсах.

Способи управління структурою джерел фінансування підприємства досліджуються у працях провідних вітчизняних та зарубіжних вчених і практиків, серед яких: Р. Вестерфілд, Б. Джоржан, М. Міллер, Ф. Модільяні, С. Росе та ін. Але деякі питання управління структурою капіталу й досі залишаються поза увагою дослідників.

Мета статті полягає в розробці рекомендацій щодо удосконалення структури джерел фінансування підприємства.

Мета зумовила постановку та вирішення наступних завдань: визначити та охарактеризувати структуру джерел фінансування підприємства; запропонувати шляхи їх удосконалення.

Джерелами фінансування діяльності підприємства є власні і позикові кошти. Власні кошти підприємства формуються з початкових внесків засновників, накопиченого зносу основних виробничих фондів і прибутку.

До залучених коштів можуть належати внески членів трудового колективу, інших організацій і фізичних осіб.

До позикових коштів - довгострокові і короткострокові позички банків, придбання основних засобів за рахунок лізингу, інвестиційний податковий кредит [1].

Структура джерел фінансування підприємства залежить від багатьох факторів: від оподаткування доходів підприємства; темпів зростання реалізації товарної продукції та їхньої стабільності; структури активів підприємства; стану ринку капіталу; відсоткової

політики комерційних банків; рівня управління фінансовими ресурсами підприємства, тощо [2].

У цілому джерела коштів, що становлять капітал підприємства, мобілізований на фінансовому ринку та такий, що є зовнішнім джерелом фінансування, може бути поділений на три групи: акціонерний капітал, облігаційні позики, банківські кредити [3].

Залучення позикового капіталу в оборот підприємства є нормальним явищем. Це сприяє тимчасовому поліпшенню фінансового стану за умови, що кошти не заморожуються на тривалий час в обороті і своєчасно повертаються. У протилежному випадку може виникнути прострочена кредиторська заборгованість, що в остаточному підсумку призводить до виплати штрафів, застосуванню санкцій і погіршення фінансового стану підприємства.

Отже, розумні розміри розміри позикового капіталу спроможні поліпшити фінансовий стан підприємства, а надмірні – погіршити його.

Тому в процесі аналізу фінансового стану підприємства необхідно вивчити склад, терміни появи кредиторської заборгованості, наявність, частоту і причину утворення простроченої заборгованості постачальникам ресурсів, персоналу підприємства з оплати праці, бюджету, встановити суму виплачених санкцій за прострочку платежів [4].

Що стосується ще одного традиційного джерела довгострокового фінансування – банківських кредитів, то роль їх у фінансуванні діяльності підприємств досить обмежена. Причини полягають у нестабільності економічної ситуації в країні, можливості банків заробляти гроші більш легким шляхом за рахунок менш ризикованих короткострокових операцій спекулятивного характеру [5].

Необхідно враховувати, що кредити потребують витрат у вигляді процентів, а кредиторська заборгованість з деякою умовністю може бути названа безплатним джерелом фінансування.

Необґрунтоване зростання кредиторської заборгованості є негативним фактором для підприємства. Тому необхідно впроваджувати механізм реструктуризації і конвертації кредиторської заборгованості [6].

Позиковий капітал як довгострокове джерело

фінансування поділяється на три види: банківські кредити, облігаційні позики і фінансовий лізинг.

У фінансуванні західних компаній за рахунок позикових коштів саме два останні джерела відіграють основну роль. В Україні ситуація складається дещо в іншому плані, що пов'язано з існуванням підприємств в умовах інфляції або нестійкої економіки. Підприємства, що мають довгострокові пасиви, використовують в основному як позикові кошти банківські кредити. Треба зазначити, що в міру стабілізації економіки типова структура джерел коштів великих вітчизняних компаній зазнає істотних змін у бік гармонізації із загальносвітовими тенденціями [7].

Питання можливості і доцільності управління структурою капіталу давно обговорюються серед вчених і практиків. Виділяють два основних підходи до цієї проблеми: традиційний і теорія Модільяні-Міллера [8].

В умовах України західні теорії не можуть бути використані без відповідної адаптації. Проте розуміння фінансового механізму функціонування капіталу, безумовно, становить інтерес для бізнесу [9].

Отже, підприємство має право використовувати позиковий капітал доти, поки податкові пільги від додаткової суми боргу не дорівнюватимуть витратам, пов'язаним зі збільшеною можливістю фінансового виснаження. Ця теорія називається статистичною теорією структури капіталу; її розробниками є С. Росе, Р. Вестерфілд, Б. Джоржан [10].

Наведемо приклад. Підприємство "Запорожжко" має у своєму розпорядженні власний капітал у 446711 грн., а позиковий – 759498 грн. і передбачає збільшити обсяг продажів за рахунок залучення позикових коштів. Рентабельність активів дорівнює 30%. Мінімальна процентна ставка за кредит - 15%. Потрібно встановити, при якій структурі капіталу буде досягнуто найбільшого приросту рентабельності власного капіталу. Варіанти розрахунку цього показника наведено в табл. 1.

Як виходить з даних табл. 1, найбільший приріст рентабельності власного капіталу (0,51%) отримано у

варіанті IV та VI. Надалі він відсутній, тому що коефіцієнт заборгованості досяг свого оптимального значення 1,0 (446711/446711) і нові запозичення недоцільні.

Отже, здійснення різних розрахунків з використанням зазначених показників дозволяє встановити оптимальну структуру капіталу підприємства, при якій утворюється максимальний приріст рентабельності власного капіталу.

Оптимізація структури капіталу є однією з найскладніших процедур в управлінні формуванням капіталу. Вона втілює таке співвідношення використання власного і позикового капіталу, при якому забезпечується найбільш ефективний взаємозв'язок між коефіцієнтом фінансової рентабельності і коефіцієнтом фінансової стійкості і тим самим максимізується ринкова вартість підприємства.

Отже, ми пропонуємо визначити таке оптимальне співвідношення власного та запозиченого капіталу, при якому підприємство підвищує фінансову стійкість, забезпечує прийнятний рівень рентабельності й має максимізує вартість. Вирішення цього завдання у сукупності має призвести до підвищення інвестиційної привабливості підприємства, а отже й до збільшення можливостей залучення необхідного рівня фінансових ресурсів.

Вирішення цього завдання пропонуємо проводити за наступним алгоритмом:

1. Проаналізувати структуру капіталу підприємства за попередні роки з погляду ефекту фінансового левириджу: коливання рентабельності власного капіталу внаслідок зростання залучених коштів.

2. Розрахувати вартість підприємства за методом капіталізації доходів. Для цього перемножити середню вагову вартість капіталу (WACC) на середньорічний грошовий потік (капіталізація грошового потоку). Це можливо виконати за умов розрахунку середньої вагової вартості капіталу за даними пасиву балансу та аналізу „Звіту про рух грошових коштів” з метою визначення чистого грошового потоку.

3. Проаналізувати структуру капіталу підприємства

Таблиця 1. Варіанти розрахунку чистої рентабельності власного капіталу при різних значеннях коефіцієнта рентабельності

Показник	Варіант				
	I	II	III	IV	V
1. Власний капітал, тис. грн.	446711	446711	446711	446711	446711
2. Позиковий капітал, тис. грн.	759498	779498	799498	819498	839498
3. Загальний обсяг капіталу (ряд. 1+ ряд. 2), тис. грн.	1206209	1226209	1246209	1266209	1286209
4. Коефіцієнт заборгованості (ПК/ВК)	1,70	1,74	1,79	1,83	1,88
5. Рентабельність активів, %	30	30	30	30	30
6. Мінімальна ставка відсотка за кредит, %	15	15	15	15	15
7. Мінімальна процентна ставка з урахуванням премії за кредитний ризик, %	15	15,5	16	16,5	17
8. Бухгалтерський прибуток з урахуванням відсотків за кредит (ряд. 3 x ряд. 5 : 100), тис. грн.	361863	367863	373863	379863	385863
9. Сума відсотків за кредит (ряд. 2 x ряд. 6 : 100), тис. грн.	113925	116925	119925	122925	125925
10. Бухгалтерський прибуток без урахування суми відсотків за кредит (ряд. 8 - ряд. 9), тис. грн.	247938	250938	253938	256938	259938
11. Ставка податку з прибутку, частки одиниці	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
12. Сума податку з прибутку (ряд. 10 x ряд. 11)	61984,5	62734,5	63484,5	64234,5	64984,5
13. Чистий прибуток (ряд. 10 - ряд. 12)	185953,5	188203,5	190453,5	192703,5	194953,5
14. Чиста рентабельність власного капіталу (ряд. 13 : ряд. 1 x 100), %	41,63	42,13	42,63	43,14	43,64
15. Приріст рентабельності власного капіталу, %	-	0,50	0,50	0,51	0,50

за критерієм мінімізації фінансового ризику і визначити напрямки використання окремих груп пасивів у фінансуванні різних груп активів.

4. Методом імітаційного моделювання визначити оптимальну структуру капіталу підприємства, яка відповідає наступним вимогам: поєднання в одній точці заданої рентабельності власного капіталу, максимізації вартості підприємства за методом капіталізації доходів та визначення найбільш поміркованого підходу до фінансування активів окремими групами пасивів.

Ми вважаємо, що раціональна структура формування фінансових ресурсів залежить не тільки від співвідношення власних і залучених коштів, а також від дієвого використання, загальної суми фінансових ресурсів.

Отже, з поданого матеріалу можна зробити висновок, що наявність у достатньому розмірі фінансових ресурсів, їхнє ефективне використання визначають добрий фінансовий стан підприємства: платоспроможність, фінансову стійкість, ліквідність. У цьому зв'язку найважливішим завданням підприємств є пошук резервів збільшення власних фінансових ресурсів і найдоцільніше їх використання з метою підвищення ефективності роботи підприємства загалом.

Список літератури

1. Волькович, Д. В. Удосконалення механізму реорганізації управління фінансовими ресурсами підприємства [Текст] / Д. В. Волькович // Фінанси України. - 2004. - №9. - С. 112.
2. Опачанський, Д. Методи визначення приросту фінансових ресурсів підприємства, напрямків та ефективності їх використання [Текст] / Д. Опачанський // Економіст. - 2006. - №12. - С. 44-47.
3. Хрущ, Н. Аналіз та оцінка рівня прибутковості фінансових ресурсів підприємства [Текст] / Н. Хрущ // Економіст. - 2007. - №7. - С. 28-31.
4. Васюренко, О. В. Фінансове управління потребує точного визначення окремих понять [Текст] / О. В. Васюренко, Г. М. Азаренкова // Економіка України. - 2002. - №3. - С. 28.
5. Воробійов, Ю. М. Теоретичні особливості капіталу підприємств [Текст] / Ю. М. Воробійов // Фінанси України. - 1997. - №1.
6. Спасів, Н. Я. Прагматизм фінансування відтворення основного капіталу підприємницьких структур [Текст] / Н. Я. Спасів // Фінанси України. - 2005. - № 2. - С. 129-134.
7. Єлець, О. П. Джерела фінансування підприємства і вибір найбільш ефективного з них [Текст] / О. П. Єлець // Економіка та підприємництво. - 2006. - №5. - С. 109-114.
8. Нікбахт, Е. Фінанси [Текст] / Е. Нікбахт, А. Гропеллі. - Київ, "Основи", 1993.
9. Поліщук, Н. Методи аналізу діяльності підприємства [Текст] / Н. Поліщук // Фінанси України. - 2001. - № 1. - С. 61-66.
10. Бандурка, О. М. Фінансова діяльність підприємства [Текст] / О. М. Бандурка, М. Я. Коробов та ін. - К. : ЛИБІДЬ. 2000.

РЕЗЮМЕ

Фатюха Вікторія, Сіякова Юлія
Управление структурой источников
финансирования предприятия

Статья посвящена вопросам относительно оптимизации структуры капитала предприятия и его рационального использования. Определена и охарактеризована структура источников финансирования предприятия. Предложены пути усовершенствования управления структурой источников финансирования предприятия.

RESUME

Fatyuha Viktoria, Sinyakova Yulia
Management of structure of sources of financing of enterprise

The article is devoted to the questions related to optimization of capital of enterprise and its rational use. The structure of sources of financing of enterprise is determined. The ways of improvement of structure of sources of financing of enterprise are offered.

Стаття надійшла до редакції 30.03.2011 р.

Вікторія ФАТЮХАкандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів,
Запорізька державна інженерна академія**Анастасія МАЛОВІЧКО**

Запорізька державна інженерна академія

АНАЛІЗ ПЕРЕДУМОВ НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто передумови неплатоспроможності та банкрутства підприємства, запропоновано заходи для виходу підприємства з несприятливої ситуації.

Ключові слова: банкрутство, неплатоспроможність, суб'єкт господарювання, конкурентоспроможність, санація.

Наявність суб'єктів різних форм власності та різних організаційно-правових форм господарювання припускає не лише спільно-економічні відносини, але й конкурентні відносини у боротьбі за споживача. Суб'єкт, який не витримує конкуренції, зазвичай стає банкрутом.

Підприємець відчуває свою недостатню компетентність щодо оцінки свого реального фінансового становища та недоступних йому інструментів управління його стабільністю. Значною мірою ця проблема вирішується в умовах застосування дієвого фінансового аналізу. Тому достатньо актуальною бачиться проблема вибору для практичного застосування системи простих у розрахунку показників – індикаторів стабільності фінансового стану із значного числа праць пропонує сучасною наукою вчених: К. В. Ізмайлової, М. Я. Коробова, Г. О. Крамаренко, Л.А. Лахтіонової, Г. В. Савицької.

Основна мета нашої статті проведення аналізу фінансових передумов неплатоспроможності та банкрутства підприємства – обґрунтування рішення про визначення структури балансу незадовільною, а підприємства – неплатоспроможним згідно з чинним законодавством (рішення про неплатоспроможність підприємства приймаються за умови визначення структури балансу незадовільною).

Виходячи з мети дослідження, ми у роботі поставили наступні завдання: запропонувати показники, які сприятимуть більш чіткому уявленню підприємця про його реальний фінансовий стан та визначити основні напрямки його зміцнення.

Нині більшість підприємств України перебувають у складному фінансовому стані. Взаємні неплатежі між суб'єктами господарювання, високі податкові й банківські процентні ставки призводять до їх неплатоспроможності. Зовнішньою ознакою неспроможності (банкрутства) підприємства виступає припинення його поточних платежів і нездатність задовольнити вимоги кредиторів протягом трьох місяців від дня настання строку їх виконання.

Необхідно розрізняти поняття «неплатоспроможність» і «банкрутство».

Неплатоспроможність – неспроможність підприємства виконати після настання встановленого строку їх сплати грошові зобов'язання перед кредиторами (у тому числі із заробітної плати), а також

щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) не інакше як через відновлення платоспроможності [1].

Банкрутство – це визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування ліквідаційної процедури [2].

Рішення про проведення санації приймаються, як правило, в таких випадках:

- з ініціативи суб'єкта господарювання, що потрапив у кризові умови, коли існує реальна загроза неплатоспроможності та оголошення його банкрутом у недалекому майбутньому;
- після звернення боржника з власної ініціативи до арбітражного суду із заявою про відкриття справи про своє банкрутство. При цьому право вибору способів санації (реорганізації) залишається за боржником. Одночасно з заявою боржник повинен подати до арбітражного суду такі дані: список кредиторів і кредиторів; бухгалтерський баланс підприємства; іншу необхідну інформацію, яка характеризує фінансово-економічний стан підприємства, а також обрані ним варіанти санації. Після закінчення місячного строку від дня опублікування в офіційному друкованому органі Верховної Ради або кабінету Міністрів України оголошення про відкриття справи про визнання банкрутства сказаного підприємства у разі, якщо надійність пропозиції від фізичних або юридичних осіб, котрі бажають задовольнити вимоги кредиторів до боржника і подали акцентовані комітетом кредиторів та арбітражним судом пропозиції щодо санації (реорганізації) неплатоспроможного підприємства, арбітражний суд приймає рішення про припинення процедури оголошення банкрутства і про проведення фінансової санації юридичної особи;
- з ініціативи фінансово-кредитної установи. Відповідно до закону України «Про банки і банківську діяльність», банківська установа має право до клієнта, оголошеного неплатоспроможним, вживати комплекс таких санаційних процедур: передати оперативне управління підприємством адміністрації, сформованій за участю банку; змінити порядок платежів; спрямувати на погашення

кредиторської заборгованості виручку від реалізації продукції [3];

- з ініціативи власника застави цілісного майнового комплексу підприємства. У разі невиконання зобов'язань, забезпечених іпотекою цілісного майнового комплексу підприємства, власник застави має право здійснити передбачені договором заходи для оздоровлення фінансового стану боржника, включаючи призначення своїх представників до керівних органів підприємства, обмеження права цього суб'єкта господарювання розпоряджатися випущеною продукцією та іншим майном;
- з ініціативи Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств, якщо мова йде про державні підприємства. Після внесення боржника до реєстру неплатоспроможних підприємств Агентство уповноважене здійснювати управління його власністю і розробляти пропозиції щодо проведення фінансової санації [4].

Рішення про неспроможність підприємства приймаються після визнання незадовільною структури балансу, тому особливою актуальності набуває питання оцінки структури балансу. Основні джерела аналізу – це форма № 1 «Баланс підприємства», форма № 2 «Звіт про фінансові результати».

Одним з основних завдань аналізу є оцінка ступеня близькості підприємства до банкрутства. Існує чотири основних підходи до оцінки й прогнозування ймовірності банкрутства: експертні методи; економіко-математичні методи; штучні інтелектуальні системи; методи оцінки фінансового стану [5].

З економіко-математичних методів, використовуваних для прогнозування банкрутства підприємств, найчастіше застосовуваним на практиці є дискримінантний аналіз [6].

Найбільш відомими дослідниками, що використовують для діагностики банкрутства підприємств метод побудови дискримінантної функції, є Е. Альтман (США), Р. Ліс, Таффлер, Тишоу (Великобританія), М. Гольдер, Конан (Франція). Відповідно до цієї методики метою дослідження фінансового стану підприємства є використання методології дискримінантного аналізу на основі фінансових показників сукупності підприємств, що перебувають у кризовому стані, і побудові оптимальної дискримінантної функції (моделі), за допомогою якої можна з певним ступенем точності прогнозувати ймовірність банкрутства підприємства. [7,9,10].

Детальніше розглянемо такі тести на ймовірність банкрутства як модель Ліса, Таффлера, R-модель прогнозу ризику банкрутства [8].

Модель Таффлера

$$Z = 0,53*X1 + 0,13*X2 + 0,18*X3 + 0,16*X4, \quad (1)$$

де $X1$ – відношення прибутку від реалізації до короткострокових зобов'язань;

$X2$ – відношення оборотних активів до сумарних зобов'язань;

$X3$ – відношення короткострокових зобов'язань до сумарних активів;

$X4$ – відношення витрат від реалізації продукції до сумарних активів.

Дискримінантна модель, яка розроблена Лісом отримала наступне відображення:

$$Z = 0,063*X1 + 0,092*X2 + 0,057*X3 + 0,001*X4, \quad (2)$$

де $X1$ – відношення оборотних активів до сумарних активів;

$X2$ – відношення прибутку від реалізації продукції до сумарних активів;

$X3$ – відношення нерозподіленого прибутку до сумарних активів;

$X4$ – відношення власного капіталу до позикового капіталу.

Згідно із цією моделлю гранична величина Z дорівнює 0,037.

R-модель прогнозу ризику банкрутства

$$R = 8,38*X1 + X2 + 0,054*X3 + 0,63*X4 \quad (3)$$

де $X1$ – відношення оборотного капіталу до загальної вартості активів;

$X2$ – відношення чистого прибутку до власного капіталу;

$X3$ – відношення витрат від реалізації до активів;

$X4$ – відношення чистого прибутку до інтегральних витрат.

Для уточнення скористаймося вищеперерахованими моделями для оцінки ймовірності банкрутства ВАТ «Київський завод експериментальних конструкцій» (табл. 1).

Дані таблиці 1 свідчать про те, що на цьому підприємстві у 2007 та 2008 роках мінімальна ймовірність банкрутства, а у 2009 році підприємство вже є потенційним банкрутом, ймовірність чого становить 90-100%.

У разі надходження сигналів про ймовірність настання банкрутства підприємству слід зробити заходи для виходу з несприятливої ситуації. До них належать:

- впровадження нових, ефективних, ресурсозберігаючих та економічно безпечних технологій;
- експорт конкурентноздатної продукції;
- розробка нових видів продукції, які користуються попитом у покупців;
- проведення маркетингової компанії;
- цінова конкуренція;
- ефективна організація збуту, висока якість обслуговування;
- зниження виробничих витрат;
- удосконалення управління на підприємстві.

Отже, систематизовані у цій статті категорії та запропоновані показники сприятимуть більш чіткому уявленню підприємця про його реальний фінансовий стан та основні напрямки його зміцнення.

Безумовно беручи до уваги подальший розвиток бізнесової та фінансової практики, ми вважаємо, що наукові розробки у цьому напрямку мають значну перспективу.

Таблиця 1. Оцінка ймовірності банкрутства ВАТ «Київський завод експериментальних конструкцій»

Модель визначення вірогідності банкрутства	X1	X2	X3	X4	Z	Знак	Граничне значення Z	Висновок
2009								
Модель Ліса	0,09	-0,07	0,02	2,07	0,00244	<	0,037	потенційний банкрут
R-модель прогнозу банкрутства	-0,07	-0,12	1,32	-0,06	-0,6731	<	0	ймовірність банкрутства 90-100%
Модель Таффлера	-0,75	0,27	0,33	1,32	-0,0918	<	0,2	банкрутство можливе
2008								
Модель Ліса	0,14	0,001	0,12	5,42	0,02117	<	0,037	потенційний банкрут
R-модель прогнозу банкрутства	0,001	1,1	2,16	0,00005	1,2250	>	0,42	ймовірність банкрутства мінімальна
Модель Таффлера	0,01	0,91	0,16	2,16	0,498	>	0,3	непогані довгострокові перспективи
2007								
Модель Ліса	0,2	0,15	0,12	4,73	0,03797	>	0,037	не банкрут
R-модель прогнозу банкрутства	0,15	0,15	1,5	0,11	1,5573	>	0,42	ймовірність банкрутства мінімальна
Модель Таффлера	0,78	1,12	0,17	1,5	0,8296	>	0,3	непогані довгострокові перспективи

Список літератури

1. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства [Текст] : затверджені наказом Міністерства економіки України від 19 січня 2006 р. № 14.
2. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом [Текст] : закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР) - 1992 - № 31 - С. 440.
3. Про банки і банківську діяльність [Текст] : закон України від 7 грудня 2000 року № 2121-III. - 88 с.
4. Мойсеєнко Т. А. Санація як основний інструмент оздоровлення економіки [Текст] / Т. А. Мойсеєнко // Актуальні проблеми економіки (укр.). - 2004. - № 12. - 140 с.
5. Кизим, Н. А. Оцінка и прогнозирование неплатежеспособности предприятий [Текст] : монографія / Н. А. Кизим, И. С. Блазун, Ю. С. Копчак. - Х. : Издательский Дом «ИНЖЭК», 2004. - 144 с.
6. Панасенко, О. В. Вдосконалення фінансового планування на підприємстві з використанням економіко-математичних моделей [Текст] / О. В. Панасенко // Актуальні проблеми економіки. - 2008. - №7 (85). - С. 219-228.
7. Виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та можливого його банкрутства [Текст] / О. І. Черняк, О. В. Крехівський, В. О. Монаков, Д. В. Ячук // Статистика України. - 2003. - № 4. - с. 87 - 94.
8. Мержа, Н. В. Аналіз ймовірності банкрутства підприємств в економіці України [Текст] / Н. В. Мержа // Актуальні проблеми економіки. - 2005. - №9(51). - С. 65-69.
9. Фокіна, Н. П. Методика виявлення загрози банкрутства підприємств за оцінкою показників фінансового стану [Текст] / Н. П. Фокіна // Актуальні проблеми економіки. - 2003. - №7(25). - С. 56-62.
10. Рибалка, О. В. Формування системи показників фінансового стану підприємства для оцінки ймовірності банкрутства [Текст] / О. В. Рибалка // Економіст. - 2005. - № 9. - С. 63-66.

РЕЗЮМЕ

Фатюха Вікторія, Маловичко Анастасія
Аналіз передпосылок неплатежеспособности и банкрутства предприятия

В статье рассмотрены предпосылки неплатежеспособности и банкрутства предприятия, предложены меры по выходу предприятия из неблагоприятной ситуации.

RESUME

Fatyuha Viktoria, Malovichko Anastasia
Analysis of conditions of insolvency and bankruptcy
 The article deals with the prerequisites of insolvency and bankruptcy of enterprises, measures for the time factor of an unfortunate situation.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2011 р.

АНАЛІЗ СТАНУ, ПРОБЛЕМ І ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Здійснено аналіз сучасного стану інвестування заходів з розвитку персоналу в Україні. Розглянуто стратегії організації навчання персоналу, що використано-вуються на вітчизняних підприємствах та виявлено їх недоліки. Сформульовано пропозиції щодо активізації інвестицій на підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації працівників.

Ключові слова: інвестування, стратегія навчання персоналу, розвиток персоналу, витрати підприємства, аналіз заходів з розвитку персоналу.

Сучасний етап розвитку постіндустріального суспільства характерний впровадженням високотехнічного обладнання та нових технологій, скороченням некваліфікованої ручної праці, широким застосуванням інтелектуальних та творчих здібностей працівників. Все це вимагає робочої сили високої кваліфікації.

Аналіз діяльності вітчизняних підприємств з розвитку персоналу показує недооцінювання значення інвестування у своїх працівників як передумову формування високоякісної та конкурентоспроможної робочої сили.

Аналіз проблеми інвестування у розвиток персоналу підприємств досліджуються в наукових працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених як: Г. Беккера О. Грішнєвої, Кібанова, В. Савченка, М. Семикіної, А. С. Шекшні, Т. Шульца, та ін. Однак і сьогодні вони залишаються актуальними та потребують подальших пошуків.

Метою роботи є аналіз сучасного стану інвестування заходів із розвитку персоналу в Україні та формулювання пропозиції щодо активізації інвестицій на підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації працівників.

У період з 1991 по 2003 рр. спостерігалось постійне зменшення обсягів підготовки та підвищення кваліфікації кадрів на підприємствах. Пожвавлення виробництва відбулося у 2003 по 2008 роки. А у 2009 році тенденція погіршилася. У 2008 році нові професії опанували 290,1 тис. осіб, а підвищили кваліфікацію 1022,7 тис. осіб, що разом складає 11,6% облікової чисельності штатних працівників. У наступному 2009 році відбувалося зниження загальної кількості кадрів, що пройшли навчання на 27,8% проти 2008 року. Варто зауважити, що частка працівників, які опанували нові професії та підвищили кваліфікацію упродовж періоду, що розглядається, є незначною у загальній кількості кадрів підприємств і не перевищила одинадцяти відсотків [9, с. 384].

Темпи зростання обсягів професійного навчання та підвищення кваліфікації персоналу є недостатніми (складають 1-2% на рік) й суттєво відстають від темпів приросту обсягів ВВП і обсягів реалізації промислової продукції. Названі показники у 2009 році порівняно із 2008 роком склали відповідно: 17,4% та 17% [9, с. 30].

Аналіз структури персоналу, який проходить підготовку, перепідготовку чи підвищення кваліфікації

показав, що у 2008 році було підготовлено 1312,8 тисяч осіб, серед яких 633,9 тисяч осіб або 48,2% складають працівники промисловості, частка ж працівників інших галузей – лише 51,8%. Кадри, що підвищили кваліфікацію у промисловості, складають 42,1% усіх працівників, що проходили цей вид навчання. Незначною є і частка працюючих, що навчалися новим професіям, у загальній кількості найманих працівників підприємств, установ та організацій [8, с. 382-387]. Якщо у 2009 році в промисловості було зайнято 2851 тис. найманих працівників підприємств, установ та організацій, то у заходах з розвитку персоналу взяли участь 498,8 тис. або 17,4%. У сільському господарстві таке співвідношення склало 3,4%, у торгівлі – 1,9% і т. ін. [9, с. 376-383].

Найбільша кількість працівників навчилися новим професіям та підвищили кваліфікацію у Донецькій, Дніпропетровській, Луганській, Запорізькій, Харківській, Полтавській областях та місті Києві. Отже, заходи з розвитку персоналу найбільш поширені у східній частині України, що обумовлено розміщенням там найбільшої кількості промислових підприємств. Проте навчені працівники цього регіону складають незначну частку у загальній кількості штатних працівників підприємств. Так у Донецькій області упродовж 2009 року пройшли підготовку 36,3 тисяч осіб, а підвищили кваліфікацію 123,6 тисяч осіб, що склало всього 3,0% та 10,4% відповідно, від облікової кількості штатних працівників даної області.

У 2009 році пройшли підготовку 54,8 тисячі жінок та 154,5 тисяч чоловіків, а підвищили кваліфікацію 401,3 тисяч жінок та 489,1 тисяч чоловіків. Отримані дані вказують, що на вітчизняному ринку праці існує суттєва гендерна нерівність, адже при здійсненні заходів з розвитку персоналу перевага віддається саме чоловікам [9, с. 383].

Проведений аналіз свідчить, що обсяги підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників у державі є недостатніми для того, щоб забезпечити постійне зростання продуктивності праці, якості та конкурентноздатності продукції і в кінцевому рахунку - забезпечення сталого економічного зростання.

Причиною такої складної ситуації, перш за все, є те, що підприємства не вважають за потрібне навчати своїх працівників, оскільки вони працюють переважно на основі старих технологій та використовують застарілі методи організації та управління.

Аналіз рівня фінансування вітчизняними підприємствами заходів з розвитку персоналу за видами економічної діяльності показує, що найбільші витрати в розрахунку на одного працівника здійснюють підприємства авіаційного транспорту. Вони витрачають на навчання одного працівника у 10 разів більше, ніж в середньому усі інші українські підприємства. На другому місці - установи, які займаються фінансовою діяльністю, на третьому - підприємства гуртової та роздрібною торгівлі [10].

Динаміка загальних витрат на підготовку та підвищення кваліфікації кадрів упродовж 2008-2009 рр. мала позитивну тенденцію. Якщо у 2008 році підприємства затратили на такі заходи 5058,4 тис. грн., то у 2009 - 3308,6 тис. грн. [9, с. 205].

Аналіз витрат на розвиток персоналу за місцем навчання протягом аналізованого періоду свідчить, що більше коштів вкладається в освіту в навчальних закладах (більше ніж в три рази) проти витрат на виробництві.

Найнижчими витрати на навчання працівників є на підприємствах приватної власності, дещо вищими - на підприємствах державної, та найвищими - на підприємствах, що знаходяться у власності юридичних осіб та інших держав.

Основними чинниками, що стримують збільшення витрат на професійне навчання підприємствами, є:

- нерозуміння багатьма керівниками (роботодавцями) ролі та значення професійного навчання у забезпеченні ефективної діяльності підприємства;
- недосконалість чинного законодавства та відсутність комплексної державної політики у сфері розвитку персоналу на підприємстві;
- недостатні обсяги фінансових ресурсів підприємств, що не дозволяють здійснювати витрати на навчання в повному обсязі;
- постійне зростання цін на освітні послуги;
- використання багатьма підприємствами застарілих технологій;
- відсутність стимулів роботодавців у здійсненні безперервного професійного навчання персоналу;
- відсутність на підприємствах багатофункціональних служб управління персоналом.

Поряд із чинниками, які стримують вкладання коштів у розвиток персоналу, діють протилежні, які стимулюють необхідність безперервного підвищення якості робочої сили, а саме:

- впровадження нової техніки, широкий розвиток нових технологій, збільшення комунікаційних можливостей, які впливають на характер та структуру виробництва і сервісу;
- кардинальні зміни попиту й поведінки споживачів під впливом НТП;
- глобалізація економічного розвитку та висока конкуренція з боку товарів іноземного виробництва;
- формування сучасних концепцій корпоративного управління [1, с. 32].

Залежно від того, яка з вищенаведених груп чинників діє на роботодавців потужніше, останні формують свої особливі стратегії щодо реалізації заходів з розвитку персоналу або ж відмовляються від них взагалі. Так велика частина підприємств (зокрема малі підприємства) працює на ринку протягом порівняно невеликого проміжку часу і тому намагається економити кошти на своїх працівниках. Деякі

роботодавці неохоче інвестують у заходи з розвитку персоналу, так як бояться втратити підготовлені кадри та витрачені на них кошти через перехід працівників на нові місця роботи. Водночас роботодавець може взяти на роботу висококваліфікованих працівників, не спрямовуючи інвестицій у людський капітал.

Основні стратегії організації навчання персоналу на підприємствах:

1. Стратегія безперервного навчання персоналу передбачає залучення до заходів з його розвитку усіх працівників підприємства. Саме ця стратегія реалізує концепцію безперервного навчання останніх і є чітко структурованою. Впровадженням та реалізацією програм з навчання персоналу займаються спеціально створені відділи кадрових служб, які мають складну структуру та виконують широкий спектр функцій, спрямованих не лише на підбір та облік кадрів, але й на їх атестацію, оцінку, навчання, підвищення кваліфікації, кар'єрний ріст, психологічну підтримку та інше.

На жаль, лише невелика частка вітчизняних ринкових структур орієнтується саме на таку систему навчання та підвищення кваліфікації кадрів. Нею користуються фінансово-кредитні та банківські структури, страхові компанії та компанії з іноземними інвестиціями. Перші володіють великими капіталами і мають змогу здійснювати масове навчання працівників. Інші, які повністю чи частково засновані на іноземному капіталі, орієнтуються на західні стандарти кадрової політики та активно впроваджують передові технології у сфері кадрового менеджменту.

2. Використання готової робочої сили. Ця стратегія має два основні напрямки реалізації:

а) використання висококваліфікованої робочої сили, що притаманне підприємствам первинного ринку праці, які пропонують престижну роботу і високий рівень заробітної плати, із залученням працівників високої кваліфікації із значним досвідом роботи. Маючи високі доходи, вони цінують свою роботу та самостійно дбають про належний рівень знань і вмінь (досить часто шляхом самоосвіти). Такий підхід дозволяє підприємству сформувати відповідний колектив, не затрачаючи коштів на розвиток персоналу.

б) використання дешевої робочої сили практикується підприємствами вторинного ринку праці, стратегічним завданням яких є, перш за все, виживання на ринку. Такі фірми не орієнтуються на довготривалу перспективу, а тому наймають працівників без спеціальної підготовки, висуваючи лише певні вимоги щодо віку, фізичної форми, дисциплінованості, комунікабельності і т. ін. Робота, що не потребує високого професіоналізму, дозволяє втримувати заробітну плату на мінімальному рівні. Проте відсутність основних мотиваційних чинників (економічних) призводить до високої плинності кадрів та погіршення якості праці.

3. Підготовка персоналу безпосередньо в процесі роботи. Згідно з такою стратегією нові працівники відразу ж приступають до виконання своїх обов'язків та поступово набувають необхідних знань, вмінь та навичок на робочих місцях під керівництвом досвідчених колег. Як правило, їх зараховують з випробувальним терміном та встановлюють зменшені розміри заробітної плати. Цю стратегію найчастіше використовують у торгівлі, будівництві та сфері послуг. Недоліком є відсутність педагогічних навичок у працівників, які здійснюють інструктаж або їх небажання проводити навчання нових кадрів. У такому

випадку секрети професійної майстерності новим працівникам доводиться опанувати самостійно.

З вищеперелічених стратегій найкращою та найефективнішою є стратегія суцільного навчання персоналу, проте вона потребує значних обсягів фінансових ресурсів, які, на думку багатьох керівників підприємств, є зайвими. Взагалі в економіці держави практика, коли підприємство бере на себе турботу про кваліфікацію працівників, швидше виняток, ніж правило. На більшості вітчизняних підприємств, окрім найуспішніших та найпотужніших, практично не використовується стратегія суцільного навчання та підвищення кваліфікації персоналу.

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні інвестування заходів з розвитку персоналу не є пріоритетним завданням для абсолютної більшості підприємств, тому що вони переважно орієнтовані на просте виживання, а не на прогрес, не мають ні стимулів, ні коштів для розвитку персоналу. А тому стратегія безперервного навчання персоналу на підприємствах практично не діє і без цілеспрямованого втручання держави діяти не почне. У зв'язку з цим пропонуємо:

- розробити та прийняти доповнення до Кодексу законів про працю, що стимулюватимуть інвестицій підприємницьких структур у розвиток своїх працівників;
- створити належне нормативно-правове забезпечення для сертифікації персоналу, запровадження якого сприятиме активізації процесів з навчання персоналу;
- розбудувати систему координації різних форм професійної освіти;
- прийняти спеціальний закон що регулюватиме професійне навчання персоналу на виробництві.

Подальші наукові дослідження повинні бути спрямовані на пошук нових і удосконалення запропонованих стратегій розвитку працівників на підприємствах.

Список літератури

1. Грішнова А. О. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки / О. А. Грішнова. - К.; Т-во "Знання", КОО, 2001. - 254 с.
2. Грішнова О. А. Розвиток персоналу на підприємствах: вітчизняні проблеми та шляхи їх розв'язання / О. А. Грішнова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сер.: Економіка. - 2002. - Вип. 58. - С. 30-38.
3. Грішнова О. А. Розвиток персоналу на підприємствах України як предмет соціально-трудова відносин / О. А. Грішнова, А. В. Василик // Вісник Технологічного університету Поділля (Хмельницький національний університет). - 2004. - № 3, т.1. - С. 45-53.
4. Праця в Україні у 2002 році: Стат. збірник / Держкомстат України. - К.; 2001.- 568 с.
5. Праця України 2006: Статистич-ний збірник / Держкомстат України. - К.; 2005.- 568 с.
6. Праця України 2007: Статистич-ний збірник / Держкомстат України. - К.; 2006.-568 с.
7. Праця України 2008: Статистич-ний збірник / Держкомстат України. -К.; 2007.-568 с.
8. Статистичний щорічник України за 2008 рік / Держкомстат України. -К.; «Інформаційно-аналітичне агенство», 2009.- 568 с.
9. Статистичний щорічник України за 2009 рік / Держкомстат України. -К.; «Інформаційно-аналітичне агенство», 2010.- 568 с.
10. www.ukrstat.gov.ua. - Офіційний сайт Державного комітету

статистики України.

РЕЗЮМЕ

Берега Михайл

Анализ инвестиционных мероприятий по развитию персонала на украинских предприятиях

Проведен анализ состояния инвестиционных мероприятий по развитию персонала в Украине. Рассмотрены стратегии организации обучения персонала, которые используются на отечественных предприятиях и обнаружены их недостатки. Сформулированные предложения, направленные на активизацию инвестиций в подготовку, переподготовку и повышение квалификации работников.

RESUME

Bereza Mykhaylo

The Analysis of Investment Actions on the Development of the Staff at the Ukrainian Enterprises

The modern conditions of analysis of measures of investing on personnel development in Ukraine are carried out. The strategies of personnel studies organization which are used on domestic enterprises and their disadvantages are considered. The suggestions in reference to multiplying the volumes of investments on preparation, retraining and heightening of employee's qualification are formulated.

Стаття надійшла до редакції 25.03.2011 р.

Костянтин САЛИГАдоктор економічних наук,
доцент кафедри фінансів,
Запорізька державна інженерна академія**Анастасія СТРИНАДКО**

Запорізька державна інженерна академія

ДИВІДЕНДНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК НАПРЯМ ПОКРАЩЕННЯ ЙОГО ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

У статті розглянуто сутність дивідендів та дивідендної політики підприємства в сучасних умовах господарювання. Обґрунтовано теоретичні аспекти та розглянуто основні проблеми формування дивідендної політики підприємства. Запропоновано напрями оптимізації дивідендної політики підприємства та підвищення його інвестиційної привабливості.

Ключові слова: дивіденд, дивідендна політика, акція, дивідендний потенціал, інвестор.

Розвиток акціонерної форми власності в Україні в умовах світових інтеграційних процесів потребує вдосконалення теоретичної бази регулювання та оптимізації корпоративних відносин. Важливим індикатором прозорості та ефективності функціонування акціонерних товариств (АТ) виступає їх дивідендна політика, що характеризує розподіл прибутку підприємства. Формування ефективної дивідендної політики АТ передбачає встановлення розміру дивідендних виплат на рівні, що, з одного боку, задовольняє права акціонерів на частину прибутку АТ, а з іншого – дозволяє залишити власні інвестиційні ресурси для подальшого розвитку підприємства [9, с.15].

Формування дивідендної політики підприємства є одним із найбільш складних завдань фінансового менеджменту в сучасних умовах. Необхідність його вирішення пов'язана із задоволенням вимог фінансової стратегії щодо підвищення ринкової вартості підприємства, інвестиційної політики, політики формування власних фінансових ресурсів та деяких інших аспектів фінансової діяльності підприємства. Вищезазначені проблеми визначають актуальність вибраної теми дослідження. [4, с. 245].

Про гостру необхідність досліджень дивідендної політики свідчить рівень її розгляду в наукових працях. Серед видатних вчених, які здійснили вагомий внесок у розвиток даної проблеми на різних історичних етапах, слід назвати: Ф. Модільяні, М. Міллера, М. Гордона, Д. Літера, Е. Ніктбохт. [3, с. 298]. Існує низка праць П. І. Гайдуцького, В. Б. Моссаковського, П. Т. Саблука, А. М. Стельмашука та інших науковців, в яких доволі чітко описано концепцію дивідендної політики вітчизняних та зарубіжних підприємств. Питанням формування ефективної дивідендної політики підприємства присвячено багато наукових пошуків українських вчених-економістів: О. Башинського, Д. Богодухова, М. Колісника, та ін., які зробили значний внесок у розвиток цієї проблеми.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних засад визначення дивідендної політики підприємства та виявлення напрямків її оптимізації. Для досягнення мети необхідно розглянути теоретичні та методологічні

засади, проаналізувати дивідендну політику підприємств в сучасних умовах господарювання, виявити напрямки її удосконалення та підвищення інвестиційної привабливості.

Одним з важливих завдань фінансового менеджменту є формування та реалізація політики підприємства в галузі виплати дивідендів. Дивіденди – частина чистого прибутку, розподілена між учасниками (власниками) відповідно до частки їх участі у статутному капіталі підприємства.

Дивідендна політика – це набір цілей і завдань, які ставить перед собою керівництво підприємства у галузі виплати дивідендів, а також сукупність методів і засобів їх досягнення. Дивідендна політика – складова загальної фінансової політики акціонерного товариства, спрямована на зростання ринкової вартості акцій. Полягає в оптимізації пропорцій між тією частиною отриманого прибутку, що йде на споживання, і тією, яку капіталізують.

Дивідендна політика є одним із найскладніших питань у теорії і практиці управління фінансами суб'єктів господарювання. Вона відіграє важливу роль у визначенні вартості підприємства, реалізації його фінансової стратегії. Крім того, дивідендна політика впливає на рівень добробуту інвесторів (вкладників капіталу) у поточному періоді, визначає розміри формування власних фінансових ресурсів, а відповідно – й темпи виробничого розвитку підприємства на основі самофінансування, впливає на фінансову стійкість підприємства, на вартість використовуваного капіталу і ринкову вартість підприємства (акцій) тощо.

Слід зазначити, що в економічній літературі наводяться різні підходи до визначення значущості дивідендної політики підприємств. Одна з поширених точок зору полягає в тому, що дивіденди опосередковано впливають на вибір варіантів інвестиційних рішень, оскільки визначають можливості фінансового забезпечення розвитку виробництва: виплата високих дивідендів призводить до зменшення самофінансування. Така політика може сприяти зростанню інвестиційної привабливості підприємства. Згідно з іншою точкою зору вибір інвестиційних

проектів, котрі визначають перспективи розвитку підприємства, його прибутковість і привабливість для акціонерів, можуть справді мало залежати від дивідендної політики, бо дивіденди розглядаються як остаточний платіж після прийняття рішення про капіталовкладення

Отже, дивідендна політика означає прийняття рішень керівництвом підприємства виплачувати прибутки у вигляді дивідендів або утримувати їх для інвестування.

Оптимізація дивідендної політики — це оптимізація співвідношення між прибутком, що виплачується у вигляді дивідендів, і тим, який реінвестується з метою максимізації доходів власників.

Оптимальна дивідендна політика – це така політика, яка максимізує ціну акцій підприємства.

Знаходження цього оптимуму є винятково важким завданням, і неможливо створити ідеальну модель дивідендної політики. Але можна виділити основні моменти, які враховують при виробленні такої політики.

Під час прийняття рішень щодо дивідендної політики керівництво підприємства повинно враховувати:

- заборгованість за раніше випущені облігації;
- виплату дивідендів по привілейованих акціях, тому що вона здійснюється до виплати по звичайних акціях;
- достатність грошових коштів підприємства для виплати дивідендів;
- норми податкового законодавства.

Приймаючи рішення в галузі дивідендної політики, слід враховувати, що вони впливають на ряд ключових параметрів фінансово-господарської діяльності підприємства: величину самофінансування, структуру капіталу, ціну залучення фінансових ресурсів, ринковий курс корпоративних прав, ліквідність та ряд інших. Найбільш чітко вираженим є зв'язок між дивідендною політикою та самофінансуванням підприємства: чим більше прибутку виплачується у вигляді дивідендів, тим менше коштів залишається у підприємства для здійснення реінвестицій. Якщо ж приймається рішення про тезаврацію прибутку, то збільшується величина власного капіталу, а отже, змінюється загальна структура капіталу підприємства, що за певних обставин впливає на його вартість.

Зв'язок між дивідендною політикою і ринковим курсом корпоративних прав описується класичним алгоритмом: курс акцій прямо пропорційний дивіденду та обернено пропорційний процентній ставці за альтернативними вкладеннями капіталу на ринку.

Стабільний рівень дивідендних виплат може сигналізувати про те, що вкладений інвесторами в підприємство капітал працює ефективно. Отже, за інших рівних умов дивідендні виплати позитивно впливають на ринковий курс корпоративних прав. З іншого боку, відсутність дивідендів або їх різке коливання свідчить про нестабільність і ризиковість підприємства-емітента корпоративних прав. Як наслідок — ринковий курс падає. Щоправда, інвестори можуть високо оцінити вартість акцій підприємства навіть і без виплати дивідендів, якщо вони добре поінформовані про його програму розвитку, причини невиплати або скорочення виплати дивідендів і напрямки реінвестування прибутку.

Важливим є також обернений зв'язок між ринковим

курсом корпоративних прав і фінансово-господарською діяльністю емітента. Вплив низького ринкового курсу виявляється під час залучення підприємством фінансових ресурсів. За низького ринкового курсу корпоративних прав емісія може або взагалі не відбутися, або з мінімальним курсом емісії, відповідно і мінімальним емісійним доходом. Отже, якщо підприємство планує залучати кошти за рахунок додаткової емісії, йому слід реалізувати дивідендну політику, спрямовану на підвищення ринкового курсу корпоративних прав.

Інвестиційна політика підприємства вимагає визначення і проведення підприємством дивідендної політики. Підвищена увага вітчизняних і зарубіжних вчених до різних аспектів дивідендної політики визначається рядом обставин:

- по-перше, дивідендна політика чинить вплив на відносини з інвесторами. Акціонери негативно відносяться до компаній, які скорочують дивіденди, тому що пов'язують таке скорочення з фінансовими труднощами компанії і можуть продати свої акції, впливаючи на зниження їх ринкової ціни;
- по-друге, дивідендна політика зачіпає на фінансову програму і бюджет капіталовкладень підприємства;
- по-третє, дивідендна політика втручається у рух грошових коштів підприємства (компанія з поганою ліквідністю може бути вимушена обмежити виплати дивідендів);
- по-четверте, дивідендна політика скорочує власний капітал, оскільки дивіденди виплачуються з нерозподіленого прибутку. В результаті це призводить до збільшення коефіцієнта співвідношення боргових зобов'язань і акціонерного капіталу.

Загальнення світового та вітчизняного наукового досвіду розробки ефективної дивідендної політики АТ дозволили окреслити основні положення формування дивідендної політики в умовах вітчизняної економіки, поєднавши твердження традиційної і біхевіористичної фінансової теорії. Насамперед доцільно будувати дивідендну політику АТ, керуючись збереженням і зміцненням економічної безпеки підприємства та його фінансової стійкості, що сприятиме доступності власних та кредитних інвестиційних ресурсів. З іншого боку, стабільні дивідендні виплати мають підвищити інвестиційну привабливість акцій підприємства на фондовому ринку завдяки психологічному ефекту в умовах відсутності інформаційної прозорості. Тому дивідендна політика, що сприятиме розвитку та підвищенню інвестиційного потенціалу підприємства, має бути розроблена з урахуванням таких його характеристик:

1. Фінансова стійкість та платоспроможність підприємства. Надмірні дивідендні виплати на фоні незначних фінансових результатів діяльності та дефіциту грошових коштів можуть призвести до зниження платоспроможності та ліквідності підприємства, а на тривалому проміжку часу - навіть до банкрутства.

2. Наявність інвестиційних ресурсів для розвитку та оновлення технологічної бази підприємства. З одного боку, після виплати дивідендів у розпорядженні підприємства мають залишатися власні інвестиційні ресурси, з іншого – дивідендні виплати розширюють можливості залучення зовнішніх джерел фінансування, оскільки стабільність та прозорість дивідендної

політики свідчить не тільки про позитивні фінансові результати діяльності та перспективи розвитку АТ, а й про легалізацію його діяльності та дотримання норм корпоративної етики. Тому існує пряма залежність між розміром дивідендних виплат і можливістю залучення зовнішніх інвестиційних ресурсів як на фондовому ринку, так і в кредитних установах.

3. Корпоративний контроль. Задоволеність акціонерів дивідендною політикою і відсутність передумов до продажу акцій АТ знижують ймовірність ворожого поглинання. Розумна дивідендна політика перешкоджає скупці акцій рейдерами, оскільки в акціонерів просто не виникне бажання їх продавати.

До основних завдань, які слід вирішити в ході формування та реалізації дивідендної політики, слід зарахувати:

- виявлення основних факторів, які впливають на прийняття рішення щодо виплати дивідендів чи реінвестування прибутку;
- визначення оптимального співвідношення між розподіленим і тезаврованим прибутком;
- оцінку впливу рішення щодо порядку розподілу чистого прибутку на ринкову вартість корпоративних прав підприємства та його інвестиційну привабливість;
- визначення оптимальної для підприємства величини статутного і власного капіталу;
- узгодження стратегії виплати дивідендів із податковим законодавством;
- вибір найприйнятнішого методу та форми нарахування і виплати дивідендів;
- оцінку впливу дивідендної політики на вирішення конфлікту інтересів між власниками, кредиторами та керівництвом підприємства.

Ми вважаємо, що запорукою успішної роботи підприємства є підвищення ефективності його дивідендної політики. В процесі її розробки та формування керівництво підприємства повинно керуватися власними цілями. При цьому необхідно врахувати дві прямо протилежні економічні мотивації інвесторів (акціонерів, власників) – одержання високих поточних доходів або значне збільшення їхніх доходів у перспективному періоді.

Розробка дивідендної політики має ґрунтуватися на індивідуальному підході до кожного АТ, спираючись на його фінансово-економічні показники, можливість й потреби залучення інвестиційних ресурсів та загрози щодо втрати контролю над АТ. При цьому головною метою має стати сприяння економічній безпеці та підвищенню інвестиційної привабливості АТ у довгостроковому періоді.

Дивідендна політика відіграє велику роль у реалізації фінансової стратегії підприємства. Вона впливає на рівень добробуту інвесторів у поточному періоді, визначає розміри формування власних фінансових ресурсів, відповідно і темпи виробничого розвитку підприємства на основі самофінансування, впливає на фінансову стійкість підприємства, на вартість використовуваного капіталу та ринкову вартість підприємства (акцій). Слід зазначити, що однією з найпоширеніших в Україні є політика залишкового дивіденду, котра порівняно з іншими видами є найпривабливішою, оскільки максимально враховує можливості підприємств. Це дозволяє нам виділити ті проблеми, вирішення яких обумовлює необхідність вироблення ефективної дивідендної політики. Вони

зводяться до наступного формулювання: з одного боку, виплата дивідендів повинна забезпечити захист інтересів власників і створити передумови для зростання курсової ціни, і в цьому розумінні їхнє збільшення є позитивною тенденцією, а з іншого боку, збільшення виплати дивідендів скорочує частку прибутку підприємства, реінвестованого в розвиток виробництва.

Отже, для вітчизняних підприємств вироблення оптимальної дивідендної політики повинно стати одним із першочергових завдань, від успішного вирішення якого залежить оцінка ефективності їхньої діяльності, підвищення рейтингу та інвестиційної привабливості. Ми вважаємо, що слід дотримуватися активної дивідендної політики. При цьому необхідно утримувати дивіденди на низькому рівні, а при зростанні доходів – підвищувати їх, але не настільки, щоб у майбутньому при зменшенні доходів необхідно було здійснювати їх різке зниження. Це дасть змогу спрямувати дивідендну політику на задоволення інтересів акціонерів та розвиток підприємства, що стане передумовою підтримання і зростання інвестиційної привабливості емітованих цінних паперів і відповідно підвищення можливостей отримання нових зовнішніх джерел фінансування.

Список літератури

1. Абрамов, А. Е. Дивиденды: особенности национального законодательства [Текст] / А. Е. Абрамов // Финансист. - 2001. - № 10. - С. 34-37.
2. Бланк, І. О. Управління фінансами підприємств [Текст] : підручник / І. О. Бланк, Г. В. Ситник. - К.: Київський національний торгово-економічний університет, 2006. - 780 с.
3. Брігхем Е. Основи фінансового менеджменту [Текст] / Е. Брігхем; Пер. з англ. - К.: Молодь, 2000. - 650 с.
4. Грідчина, М. В. Корпоративні фінанси (зарубіжний досвід і вітчизняна практика) [Текст] : навч. посіб. / М. В. Грідчина. - 2-ге вид., стереотип. - К.: МАУП, 2002. - 232 с.
5. Дегтярев, А. А. Фактори дивідендної політики і їх класифікація [Текст] / А. А. Дегтярев // Финансовый менеджмент. - 2005. - №3. - С. 34-41.
6. Коваленко, Л. О. Фінансовий менеджмент [Текст] : навч. посіб. / Л. О. Коваленко, Л. М. Ремньова. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: Знання, 2005. - 510 с.
7. Колісник, М. Дев'ять видів дивідендної політики [Текст] / М. Колісник // Києво-Могилянська Бізнес Студія. - 2002. - №2. - С. 15-37.
8. Краснова, В. В. Фінансовий менеджмент підприємства [Текст] : навчальний посібник / В. В. Краснова, Б. О. Жнякін. - Донецьк: Альфа-прес, 2005. - 208 с.
9. Нестерова С. В. Управління прибутком і дивідендна політика на підприємствах колективної форми власності в умовах переходу до ринкової економіки [Текст] : Автореф. дис. канд. екон. наук. / Нестерова С. В. - Хмельницький, 2000. - 18 с.
10. Терещенко, О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання [Текст] : навч. Посібник / О. О. Терещенко. - К.: КНЕУ, 2003. - 335 с.
11. Чечетов, М. Корпоративне управління в умовах економічної трансформації [Текст] / М. Чечетов, О. Мендрул // Економіка України. - 2001. - №4. - С. 10-19.

РЕЗЮМЕ

Салыга Константин, Стринадко Анастасия

Дивидендная политика предприятия как направление улучшения его инвестиционной привлекательности

В статье рассмотрена сущность дивидендов и дивидендной политики предприятия в современных условиях хозяйствования. Обоснованы теоретические аспекты и рассмотрены основные проблемы формирования дивидендной политики предприятия. Предложены направления оптимизации дивидендной политики предприятия и повышения его инвестиционной привлекательности.

RESUME

Salyga Kostyantyn, Strynadko Anastasia

Dividend policy of the enterprise as the direction of improving of its investment appeal

The article describes the nature of dividends and dividend policy of the enterprise in today's economic conditions. The theoretical aspects and the basic problems of the formation of the company's dividend policy are founded. Directions to optimize the dividend policy of the enterprise and enhance of its investment attractiveness have been proposed.

Стаття надійшла до редакції 17.03.2011 р.

**ЕКОНОМІЧНІ І ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ РЕКРЕАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
НА ПРИНЦИПАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

В статті на принципах сталого розвитку розглядаються загальні правові і економічні проблеми управління рекреаційною діяльністю.

Ключові слова: управління, рекреаційна діяльність, економічні проблеми, правові проблеми.

В сучасних умовах рекреаційна сфера посідає особливе місце в системі господарського комплексу держави, оскільки в ній відбувається відтворення трудових ресурсів і оздоровлення населення країни, що робить її економічно і соціально значущою.

Рекреаційну діяльність можна виділити як окрему і самостійну галузь економіки, характер впливу якої специфічно виявляється в усіх фазах суспільного виробництва, входить в умови відтворення робочої сили і здійснює стимулюючий вплив на інші галузі економіки, має найбільший потенціал, що ініціює високий рівень економічного розвитку регіону і якості життя населення.

Метою роботи є вивчення економічних і правових проблем управління рекреаційною діяльністю, що спираються на принципи сталого розвитку.

Україна володіє чисельними природними рекреаційними ресурсами (табл. 1) [7], що дозволяє розвивати їй потужний туристично-рекреаційний комплекс. Територіально об'єкти даного комплексу розташовані таким чином: біля 30 % розташовані в Автономній Республіці Крим, 9 % - Одеська область, 8 % - Донецька, 7 % - Львівська, 6 % - Запорізька, 5 % - Дніпропетровська і Херсонська, 4 % - Миколаївська (рис. 1) [7].

Таблиця 1. Природно-рекреаційний потенціал і земельні рекреаційні ресурси в регіонах України

Регіони	Індекс рівня концентрації		Індекс забезпеченості регіону		Індекс рівня забезпеченості землями рекреаційного призначення
	природно-рекреаційний потенціал	рекреаційні землі	мінеральні води	лікувальні грязі	
АР Крим	0,494	0,536	0,047	0,173	0,072
Вінницька область	0,474	0,152	0,142	0,143	0,102
Волинська область	1,236	1,396	0,030	0,498	0,566
Дніпропетровська область	0,106	0,102	0,043	0,001	0,042
Донецька область	0,101	0,274	0,185	0,000	0,091
Житомирська область	1,588	0,551	0,116	0,001	0,264
Закарпатська область	2,268	1,301	0,661	0,146	0,202
Запорізька область	0,050	0,270	0,055	0,002	0,119
Івано-Франківська область	0,965	2,066	0,520	0,350	0,432
Київська область	0,589	0,204	0,059	0,003	0,025
Кіровоградська область	0,421	0,119	0,163	0,000	0,044
Луганська область	0,358	0,338	0,089	0,000	0,316
Львівська область	0,919	0,513	0,844	1,000	0,173
Миколаївська область	0,087	0,360	0,063	0,000	0,216
Одеська область	0,160	0,418	0,087	0,004	0,312
Полтавська область	0,400	0,643	0,285	0,134	0,337
Рівненська область	0,625	1,459	0,081	0,228	0,827
Сумська область	0,999	1,396	0,028	0,000	0,495
Тернопільська область	0,693	1,196	1,000	0,009	0,517
Харківська область	0,464	0,233	0,106	0,000	0,057
Херсонська область	0,046	1,010	0,081	0,004	0,588
Хмельницька область	0,777	2,586	0,266	0,002	1,000
Черкаська область	0,584	0,238	0,063	0,000	0,069
Чернівецька область	1,444	1,777	0,039	0,000	0,274
Чернігівська область	0,941	1,871	0,283	0,033	0,380

Однак індивідуалізація споживчого попиту, використання масово-стандартизованої і диференціальної пропозицій санаторно-курортних товарів і послуг, концентрація капіталу і технологічні процеси в індустрії рекреаційних послуг обумовлюють необхідність детального вивчення проблем в рекреаційній сфері. Однією з проблем в рекреаційній

діяльності є низький рівень, на відміну від світової матеріально-технічної бази, рекреаційних установ, асортимент і якість послуг, що знижує конкурентоздатність на міжнародному ринку відпочинку, оздоровлення, санаторно-курортного лікування і туристичних послуг.

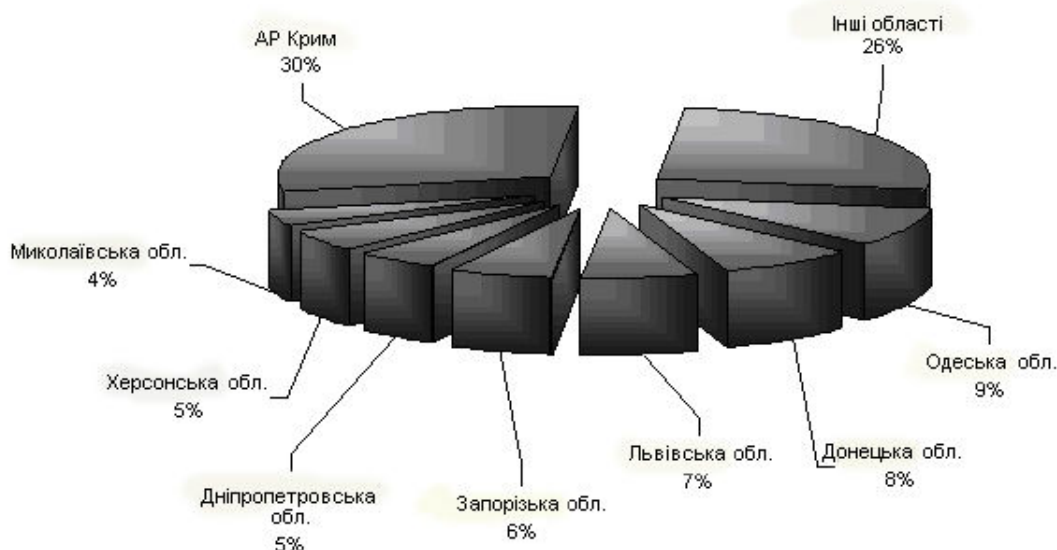


Рис. 1. Територіальне розташування санаторно-курортних об'єктів України (2008 р.)

Наявна лікувально-оздоровча база, цінні і унікальні природні лікувальні ресурси, нові науково-методичні розробки в галузі реабілітаційної, відновлювальної та профілактичної діяльності використовуються недостатньо ефективно. Так, аналізуючи Крим за рейтингом, можна виділити 5 районів. На першому місці м. Саки, на другому – м. Ялта, на третьому – м. Судак і м. Феодосія, на четвертому – м. Євпаторія і на п'ятому – м. Алушта [11]. В той же час в районах західного і східного берегів Криму розвинуті вогнищеві стихійні форми пляжного відпочинку, в гірських і передгірських – самодіяльний спортивний туризм, а через рівнинний Крим здійснюється транзит туристичних потоків.

Отже, необхідна науково обгрунтована схема функціонального зонування, яка б враховувала роль екологічних факторів у функціонуванні рекреаційних територій. Станом на сьогодні система управління рекреаційною діяльністю не відповідає сучасним вимогам:

- через перевагу відомчого підходу до освоєння природно-ресурсного потенціалу відсутня необхідна нормативно-методична база для управління рекреаціями як регіональним економічним комплексом;
- відсутні адекватні статистичні дані і методики оцінки економічного ефекту, що виникає в суміжних видах діяльності, відповідні позиції в класифікаторі галузей виробництва;
- відсутня ефективна організаційна вертикаль управління, яка об'єднує суб'єктів різних форм власності і відомчого підпорядкування;
- органи управління рекреаціями практично не

використовують сучасні управлінські технології (геоінформаційні та експертні системи, бази і банки даних), що не дозволяє організувати ефективний облік об'єктів управління, створювати кадастри природних лікувальних ресурсів і природних територій курортів;

- рівень науково-методичного забезпечення органів управління не дозволяє їм приймати науково обгрунтовані рішення (як стратегічного, так і тактичного плану), що нерідко призводить до неефективного використання фінансових коштів.

Ситуація, що склалася, ускладнюється непростою соціально-економічною ситуацією в Україні, недостатнім рівнем фінансування державних і республіканських програм розвитку рекреаційної сфери, охорони і раціонального використання природних ресурсів, а також розвитку інженерної інфраструктури рекреаційних районів.

Стосовно правових питань в управлінні рекреаційною діяльністю, то відповідно до Положення про рекреаційну діяльність в межах територій і об'єктів природно заповідного фонду України суб'єкти рекреаційної діяльності (фізичні і юридичні особи-підприємці, що надають рекреаційні послуги) повинні здійснювати свою діяльність відповідно до вимог діючого природоохоронного законодавства та інших нормативно-правових актів і нормативних документів (табл. 2).

Аналізуючи законодавство України, можна зауважити, що під правовий захист підпадають тільки найбільш важливі для суспільства, життя і здоров'я людини природні об'єкти і процеси, однак не враховується стан екологічних систем, тобто

Таблиця 2. Нормативно-правові акти, що регулюють рекреаційну діяльність

Назва законодавчого акту	Стаття та її короткий зміст
1	2
Основні законодавчі акти України з питань регулювання рекреаційною діяльністю	
Конституція України [5]	Ст. 13 - про право на користування природними об'єктами; Ст. 33 - про право свободи пересування; Ст. 45 - про право на відпочинок з наданням щотижневого відпочинку, щорічно оплачуваної відпустки і встановленням скороченого робочого дня для деяких професій; Ст. 49 - про право на охорону здоров'я, медичну допомогу; Ст. 50 - про право на безпечне для життя і здоров'я оточуюче середовище
Господарський кодекс України [14]	Ст. 413 - про особливості здійснення господарської діяльності в санітарно-захищених та інших охоронних зонах, на територіях, що особливо охороняються; регламентуванні господарської діяльності на територіях і об'єктах природно-заповідного фонду України, курортних, лікувально-оздоровчих, рекреаційних та інших територіях і об'єктах
Земельний кодекс України [2]	Ст. 19 - про класифікацію землі України з цільового призначення (дев'ять категорій, п'ять з яких землі оздоровчого, рекреаційного, історико-культурного, природно-заповідного та іншого природоохоронного призначення) Ст. 50-52 - про склад і права власності земель рекреаційного призначення
Водний кодекс України [1]	Ст. 36 - про відношення нормативної екологічної безпеки водокористування; Ст. 64 - про спеціальне водокористування і використання водних об'єктів для лікувальних, курортних та оздоровчих цілей, охорону вод і користування землями водного фонду
Лісовий кодекс України [8]	Ст. 1 - про ліси як національне багатство, які за своїм призначенням і місцем розташування виконують водоохоронну, захисну, санітарно-гігієнічну, оздоровчу, рекреаційну, естетичну, виховну та інші функції та є джерелом для задоволення потреб суспільства у лісових ресурсах; Ст. 18, 37, 39, 74 - про правові аспекти використання лісів та їх корисних властивостей
Закон України «Про охорону оточуючого природного середовища» [12]	Ст. 38 - про основи загального і спеціального використання природних ресурсів, про право людини безкоштовно використовувати природні ресурси для задоволення життєво необхідних потреб (естетичних, оздоровчих, рекреаційних, матеріальних і т.д.), без закріплення цих ресурсів за окремими особами і надання їм відповідних дозволів, за винятком обмежень, передбачених законодавством України; Ст. 60 - про систему природних територій і об'єктів, які знаходяться під особливою охороною і складаються з територій і об'єктів природно-заповідного фонду, курортних і лікувально-оздоровчих, рекреаційних, водозахисних, полезахисних та інших типів територій і об'єктів, що визначені законодавством України; Ст. 62,63 - про організаційно-правові стосунки з використання курортних, лікувально-оздоровчих і рекреаційних зон
Галузеве законодавство і документи, що регламентують рекреаційну діяльність на національному рівні	
Закон України «Про туризм»	Про стратегію і конкретні завдання розвитку туристичної сфери
Закон України «Про внесення змін в Закон України «Про туризм» [12]	Про загальні правові, організаційні і соціально-економічні принципи реалізації державної політики України в галузі туризму, про основи раціонального використання туристичних ресурсів і регулювання стосунків, пов'язаних з організацією та функціонуванням туризму на території України
Закон України «Про курорти»	Про суспільні відносини в сфері організації та розвитку курортів, виявлення та облік природних лікувальних ресурсів, використання і охорону з метою створення сприятливих умов для лікування, профілактики захворювань і відпочинку
Послання Президента України до ВР України «Європейський вибір. Концептуальні принципи стратегії економічного і соціального розвитку України на 2002-2011р.р.»	Про суттєві можливості для динамічного розвитку туристичної та рекреаційної галузі

1	2
Указ Президента України «Про деякі заходи з розвитку туристичної і курортно-рекреаційної сфер України» від 11 березня 2003 р. №207/2003	Про впровадження механізмів стимулювання, будівництва нових та реконструкції діючих об'єктів туристичної та курортно-рекреаційної сфер за рахунок пільгового довгострокового кредитування будівництва та реконструкції житла, що використовується для надання послуг сільського зеленого туризму
Конституційне і галузеве законодавство, що регламентує питання рекреації на регіональному рівні	
Конституція АР Крим [4]	Ст. 16 – про створення безпечних і здорових умов життя населення в АР Крим (організація і розвиток охорони здоров'я, санаторно-курортного лікування і відпочинку); Ст. 17 – про забезпечення природних комплексів, включаючи природно-заповідний фонд, курортні, рекреаційні, лікувально-оздоровчі, водозахисні та інші типи територій і об'єктів; Ст. 18 – про нормативне регулювання і здійснення організаційно-розпорядчих повноважень з питань курортно-рекреаційної сфери, туризму, готельної справи; розробки і затвердження програм соціально-економічного, культурного розвитку, раціонального природокористування; вирішення питань організації та розвитку туристичної та курортно-рекреаційної галузей
Постанова ВР АР Крим «Положення про малі готелі, мотелі, пансіонати» від 19 березня 2003 р. №487-3/03	Про визначення статусу малих готелів, мотелів, пансіонатів з урахуванням їх функціонального призначення, розвитку малого і середнього бізнесу, розширення видів відпочинку, туристичних послуг і підвищення культури обслуговування туристів
Постанова ВР АР Крим «Про основні напрями розвитку санаторно-курортного і туристичного(рекреаційного) комплексу АР Крим до 2010 року» від 17 березня 2004 р. № 849-3/04	Характеризується і санаторно-курортний, і туристичний (рекреаційний) комплекс як сукупність пов'язаних між собою галузей і підприємств господарського комплексу, діяльність яких скерована на задоволення потреб в санаторно-курортному лікуванні, реабілітації, оздоровленні та відпочинку громадян України, ближнього та далекого зарубіжжя.
Документи з питань регулювання рекреаційної діяльності та надання рекреаційних послуг	
Указ Президента України «Про Міністерство курортів і туризму України»	Про реалізацію державної політики у сфері культури і рекреаційного комплексу
Постанова ВР АР Крим «Про Постійну комісію ВР АР Крим з рекреаційного, санаторно-курортного комплексів і туризму»	Про розробку проектів нормативно-правових та інших актів регіону з рекреаційного і санаторно-курортного комплексів, про збір, вивчення та аналіз інформації з питань роботи об'єктів рекреаційного і санаторно-курортного комплексів
Положення «Про Міністерство курортів і туризму АР Крим»	Про координаційну діяльність, міжгалузеве регулювання, виконавчі функції і повноваження у сфері курортів і туризму з питань, що віднесені до самостійного видання АР Крим, а також державних виконавчих функціях, що забезпечують реалізацію державної політики в цій галузі
Міжнародні інституції і акти міжнародного права	
Етичний кодекс туризму	Ст. 2. - про комплекс орієнтирів для відповідального і сталого розвитку світового туризму, про планування і практику туризму як привілейованого засобу індивідуального і колективного вдосконалення
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	Ст. 4 - про надання туристичних послуг іноземним суб'єктам

охороняється не вся система (оточуюче середовище), а тільки його частина, необхідна і корисна суспільству. Хоча на першому місці має бути не тільки збереження природи, а і запобігання руйнації екологічної системи від антропогенної діяльності людини [10].

Внаслідок діяльності людини функціональні особливості і властивості екологічних систем змінюються, модифікуються і трансформуються, що необхідно враховувати при управлінні рекреаціями. Управління рекреаційною діяльністю має базуватись на принципах сталого розвитку, основним завданням яких є пошук засобів існування людства, що дозволили б забезпечити гідні умови існування теперішнього покоління людей на Землі, не піддаючи небезпеці життя майбутніх поколінь [3].

Так, одним із засобів зменшення техногенного навантаження на екосистеми природних територій є створення правових механізмів, що дозволяють економічно зацікавити підприємців запровадити малозбиткове, енерго- і ресурсозберігаюче виробництво. Вирішення даної проблеми залежить багато в чому і від рівня наукових знань, сучасних технологій, що дозволяють використовувати ці знання і застосовувати їх на практиці.

Серед основних завдань управління рекреаційною діяльністю можна виділити наступні:

- збалансоване використання природно-ресурсного потенціалу країни
- забезпечення екологічної сталості природних систем
- структурна перебудова економіки і соціальної сфери

- на сталий розвиток
- розробка і реалізація регіональної політики сталого розвитку
 - координація дій в усіх сферах суспільного життя
 - переорієнтація соціальних, екологічних і економічних інститутів держави

Таким чином, правові проблеми управління рекреаційною діяльністю тісно пов'язані з економічними, їх рішення є економічно доцільним і соціально значущими для розвитку країни загалом.

Список літератури

1. Водний кодекс України від 6 червня 1995 р. № 215/95-ВР // ВВР України. -1995. - № 24.-Ст. 189.
2. Земельний кодекс України від 25 жовтня 2001 року № 2768-III//ВВР України. - 2001. - №3-4.-25 січня.-Ст. 27.
3. Информационно-географическое обеспечение планирования стратегического развития Крыма / под. редакцией Багрова Н.В., Бокова В.А., Карпенко С.А. - Симферополь: ДиАйПи, 2006. - 188 с.
4. Конституция АР Крым. - Симферополь: Таврида, 1998. - 139 с.
5. Конституция Украины. - Симферополь: Таврида, 2005. - 48 с.
6. Концепция развития курортно-рекреационного и туристического комплекса АР Крым до 2010 года // Крымская газета. - 2002. - № 144. - 7 авг.
7. Куценко В.І. Соціальний вектор економічного розвитку / В.І. Куценко. - Київ: Наукова думка, 2010. - С. 342-373.
8. Лісовий кодекс України від 21 січня 1994 р. № 3852-XII//ВВР України. - 1994.-№ 17.- Ст. 99.
9. Нудельман М.С. Социально-экономические проблемы рекреационного природопользования/М.С. Нудельман - Киев: Наукова думка, 1987. - 128 с.
10. Орлов Н.А. Методические рекомендации по использованию научной литературы и нормативно-правовых актов, отражающих правовые проблемы обеспечения устойчивого развития Украины в сфере охраны окружающей среды/ Н.А. Орлов; под общ. ред. А.И. Башты. - Симферополь: ИО КНЦ НАН Украины и МОН Украины, 2010. - 44 с.
11. Павленко И.Г. Управление развитием предприятий рекреационного комплекса АР Крым: монография/ И.Г. Павленко. - Симферополь: ДИАЙПИ, 2009. - 236 с.
12. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18 листопада 2003 р. №1282-IV//Нормативні документи та коментарі. -2004.№7(918). - С. 12-25.
13. Про охорону навколишнього природного середовища: закон України від 25 червня 1991 р. № 1264-XII //ВВР України.-1991. -№ 41.-Ст. 546.
14. Хозяйственный кодекс Украины. - Х.: Одиссей, 2001. - 256 с.
15. Цехла С.Ю., Башта А.И. Инновационное развитие рекреационных объектов на базе энергосбережения / С. Ю. Цехла, А.И. Башта // Развитие туристического бизнеса: I Міжнародна науково-практична конференція, 17-19 березня, 2011 р.: матеріали. - Донецьк, 2011. - С. 167-169.

РЕЗЮМЕ

Башта А.

Экономические и правовые проблемы управления рекреационной деятельностью на принципах устойчивого развития

В статье на принципах устойчивого развития рассматриваются общие правовые и экономические проблемы управления рекреационной деятельностью.

Bashta A.

Economic and legal aspects of recreational activities on the principles of sustainable development

The general legal and economic problems of recreational activities are considered on the principles of sustainable development.

Стаття надійшла до редакції 15.04.2011 р.

СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ КРИЗИ

Визначено суть і важливість формування відповідної стратегії розвитку підприємства у кризових умовах. Здійснено критичний аналіз підходів щодо розуміння стратегії підприємства. Обґрунтовано необхідність своєчасного розроблення та реалізації заходів, спрямованих на попередження кризових явищ на підприємстві. Висвітлено особливості розроблення та реалізації окремих стратегій управління підприємством в умовах кризи.

Ключові слова: стратегія, криза, зростання, інтеграція, диверсифікація, стратегічне партнерство, даунсайзинг.

У ситуації кризи більшість власників та менеджерів думають лише про те, як елементарно вижити. В складні часи їм це здається єдиною можливою стратегією. Необхідно зазначити, що більшість керівників навіть не змогли вести бізнес в інших, жорсткіших умовах. Він виявився не лише не готовий до кризи, а й не реагував на неї, доки не впали обсяги продажу, контрагенти перестали виконувати свої зобов'язання, а гроші не зависли на банківських рахунках. В Україні криза почалася наприкінці 2008-го, однак у світі вона вирувала вже понад рік. За даними політико-економічного дайджесту «Горизонти», для економіки України показові такі статистичні дані:

- до 98% великих комерційних підприємств не мали антикризових планів;
- близько 80% з них не мали стратегії розвитку в період кризи [4].

Під тиском зовнішніх обставин підприємства змушені змінювати власні стратегії, системи і структури управління. Той, хто встигає випередити конкурентів і першим запропонувати ринку нові, ефективніші управлінські рішення, як правило, отримує додаткові конкурентні переваги. Тому сміливіші керівники зрозуміли, що період повної невизначеності, коли фінансове та ринкове середовище змінюється чи не кожен день, дає шанс зробити серйозний стратегічний ривок. Саме під час кризи необхідно замислитись над тим, яким чином потрібно змінити корпоративну стратегію компанії не просто для того, щоб вижити, але щоб отримати з кризи вигоду. Тобто необхідно виробити стратегію управління кризою, а не констатувати кризу управління.

Сутність стратегії підприємства за умов посиленої нестабільності середовища розкрита у роботах чисельних вітчизняних та зарубіжних науковців, таких, як І. Ансофф, К. Боум, О. С. Віханський, О. П. Градов, Л. Г. Зайцев, Р. М. Кобринович, М. І. Круглов, В. Д. Маркова, Г. Мінцберг, В. Д. Немцов, С. В. Оборська, Г. В. Осовська, М. Портер, А. Д. Стрікленд, А. А. Томпсон, М. В. Туленков, Е. П. Уткін, Р. А. Фатхутдінов, Д. Хассі, З. Є. Шершньова та інших. Їх методичні підходи активно використовуються і дотепер.

Вагомий внесок у теорію стратегічного управління підприємством у кризових умовах зробили такі вчені як

Г. А. Александров, В. О. Василенко, Л. О. Лігоненко, Б. Райзберг, Е. О. Уткін, О. Д. Чернявський, О. М. Штангрет, Є. Янковський та інші.

Проте недостатньо висвітленою залишається проблема розробки антикризової стратегії підприємств у нестабільних умовах ринку. Адже головне завдання стратегічного антикризового управління - це не лише вироблення якнайменше ризикових управлінських рішень, які дозволили б досягти поставленої мети і результату з мінімумом додаткових засобів і при мінімальних негативних наслідках, але й розробка антикризових стратегій підприємства і перетворення їх на стратегічні фактори успіху в складному, рухливому, невизначеному середовищі.

Метою статті є формування стратегічного підходу до вибору варіантів розвитку підприємства у кризових умовах. На основі цього сформульовано наступні завдання:

- провести критичний аналіз підходів щодо розуміння стратегії підприємства;
 - обґрунтувати необхідність своєчасного розроблення та реалізації заходів, спрямованих насамперед на попередження кризових явищ на підприємстві, для чого повинна створюватися відповідна умовам функціонування підприємства та специфіці вияву кризових явищ система антикризових стратегій підприємства;
 - висвітлити особливості розроблення та реалізації окремих стратегій управління підприємством в умовах кризи.
- Якщо підприємство займає стійкі ринкові позиції і має на меті подальше зростання обсягів збуту, прибутку та масштабів діяльності, воно має три шляхи:
- інтенсифікація існуючих можливостей та ресурсів фірми – інтенсивне зростання;
 - об'єднання зусиль з іншими підприємствами – інтегративне зростання;
 - вихід в інші сфери бізнесу, які не пов'язані з основною діяльністю підприємства – диверсифікаційне зростання.

Класифікацію організаційних стратегій зростання наведено в табл. 1.

1. Стратегії інтенсивного зростання. Вибір стратегії

Таблиця 1. Класифікація організаційних стратегій зростання

Основний стратегічний напрямок зростання	Різновид основної стратегії
Інтенсивне зростання	Глибоке проникнення на ринок Розвиток ринку Розвиток товару
Інтегративне зростання	Пряма інтеграція Зворотна інтеграція Вертикальна інтеграція Горизонтальна інтеграція
Диверсифікація	Вертикальна (концентрична) диверсифікація Горизонтальна диверсифікація Конгломеративна диверсифікація

інтенсивного зростання має базуватися на наявності таких можливостей фірми:

- підвищення ринкової частки та обсягу збуту певних товарів на існуючих ринках; при наявності такої можливості – глибоке проникнення;
- знаходження нових ринків збуту для існуючих товарів фірми; при наявності – стратегія розвитку ринку;
- пропозиція нового товару на існуючому ринку – стратегія розвитку товару.

2. Стратегії інтегративного зростання охоплюють стратегії, які передбачають збільшення результатів діяльності підприємства внаслідок об'єднання зусиль з іншими підприємствами. Залежно від того, з ким об'єднується підприємство, виділяють наступні види стратегій: пряма інтеграція, зворотна інтеграція, вертикальна інтеграція, горизонтальна інтеграція.

3. Стратегія диверсифікації не належить до стратегій інтенсивного зростання, оскільки вихід на новий ринок з новим товаром не може бути здійснений за допомогою наявних ресурсів фірми й потребує змін у структурі та бізнесі фірми.

Стратегії диверсифікації застосовуються у випадках, коли підприємство відкриває для себе нові можливості в інших сферах бізнесу. В окремих випадках така стратегія може бути необхідною, коли ринок, на якому діє підприємство, скорочується, і фірма вимушена шукати для себе інші види діяльності. У теорії і практиці стратегічного менеджменту розрізняють вертикальну (або концентричну), горизонтальну та конгломеративну диверсифікацію.

Антикризові стратегії — це стратегії, які оптимізують поведінку корпорацій в умовах спаду в галузі, стійкого зниження основних фінансових показників діяльності корпорації і загрози банкрутства. Вони охоплюють комплекс заходів в області планування, управління персоналом, фінансів, взаємин з групами підтримки, а також юридичних і інших заходів з метою убезпечити фірму від загрози банкрутства або суттєвого спаду і створити умови для повороту до оздоровлення корпорації. Спад у виробничих, фінансових і інших важливих показниках, що визначають ефективність дії фірми на ринку, носить закономірний, детермінований характер; його причини можна досліджувати і зробити відповідні корективи.

Теоретичні дослідження та практичні результати діяльності вітчизняних та зарубіжних підприємств довели, що в умовах кризи практично не використовуються стратегії інтенсивного зростання, а досить ефективними є стратегії інтегративного зростання та стратегії диверсифікації.

У докризові часи компанії активно застосовували стратегії злиття та поглинання, які є однією з форм стратегій горизонтальної інтеграції. Фінансово-економічні кризи, як правило, прискорюють процеси консолідації. Компанії об'єднуються з метою отримати можливість економити за рахунок ліквідації дублюючих функцій, компенсації власних слабкостей за рахунок сильних сторін партнера, об'єднання ресурсів для реалізації масштабніших проектів. Підприємства, які диверсифікують свій бізнес через поглинання або створення нових бізнес-одиниць, комбінації різних напрямків бізнесу покликані забезпечити синергійний ефект.

Однак у період кризи ринок злиттів і поглинань загалом «впа» з погляду як кількості, так і сум угод. Пояснюється це тим, що повноцінне злиття – це процес досить дороговартісний, навіть якщо він відбувається шляхом обміну акціями, без здійснення готівкових платежів. А інтеграція двох компаній в єдину структуру – досить складний, тривалий і затратний крок, який не завжди гарантує успіх.

У 2010 році ринок злиттів і поглинань уже почав відновлюватися, хоча найближчим часом не варто очікувати шаленого зростання. Найбільша ж активність на ринку злиттів та поглинань має місце у секторі сировини. З початку 2010 року сировинні компанії оголосили про угоди на суму в 362 млрд. доларів. На сировинні угоди в припадає 28% ринку злиттів і поглинань, що в два рази вище за середню частку за останні десять років [3].

Саме тому у кризові часи більш популярними є стратегії зворотної інтеграції. Однак більшість стратегічних угод були укладені не у формі класичних злиттів чи поглинань, а у формі стратегічних партнерств, в рамках яких компанії можуть користуватися перевагами спільної діяльності, зберігаючи при цьому роздільне керівництво. При цьому такі угоди можуть укладатися як між компаніями однієї галузі, так і між компаніями різних галузей.

Основними технологічними та інноваційними причинами, які спонукають підприємства створювати стратегічні партнерства, є наступні:

- партнерство дозволяє створювати стійкі канали передачі передових знань;
- партнерства розширюють масштаби діяльності підприємств та спрощують доступ до невідомих технологій;
- спільні розробки та інноваційні проекти дозволяють знижувати витрати інноваційного процесу;
- партнерства забезпечують інтеграцію до мережі інноваційно-орієнтованих структур;

– партнерства дозволяють при збереженні диференціації та спеціалізації виходити на міжнародну арену [2, с. 102].

Часто стратегічне партнерство передбачає об'єднання зусиль в якомусь одному напрямку, що не заважає компаніям залишатися конкурентами на інших ринках. Це дає змогу економити на обсягах за рахунок виконання якихось дій спільно з роздільним отриманням доходів. Прикладом є створення спільного підприємства австралійськими гірничорудними корпораціями BHP Billiton та Rio Tinto в червні 2009 року. Їх співробітництво обмежується виключно виробничою сферою, далі вони конкурують одна з одною на світовому ринку залізної руди [7, с. 33].

Досить популярною в останні місяці формою партнерства є виконання компаніями спільних проектів, коли вони не тільки об'єднують ресурси для досягнення конкретних цілей, але й успішно доповнюють один одного завдяки можливості використання сильних сторін партнера. Прикладом є об'єднання автомобільних корпорацій Fiat та Chrysler, яке не має фінансових складових. В обмін на акції американської компанії італійці надали власні технології виробництва недорогих та економічних автомобілів. При цьому Fiat скористався широкою збутовою мережею американського партнера [7, с. 34].

В рамках стратегічного партнерства укладаються різноманітні угоди з проведення спільних маркетингових акцій та кобрендингу, що дає учасникам змогу економити на рекламному бюджеті та одночасно доносити власні пропозиції більшій кількості клієнтів. Однак при цьому в якості партнера бажано використовувати компанію, яка обслуговує одних і тих же клієнтів, але не є при цьому прямим конкурентом, має хорошу репутацію та подібні цінності. Такі заходи є поширеними у банківському бізнесі у сфері випуску та використання платіжних карт.

Також протягом кризи актуальним є такий напрям співробітництва, як виконання науково-дослідних та дослідницько-конструкторських робіт (НДДКР). У багатьох галузях це є просто необхідним і досить дорогим видом діяльності. Однак економія на дослідженнях сьогодні може обернутися втратами завтра, якщо конкуренти вийдуть на ринок з новими продуктами. Так, фармацевтичні компанії GlaxoSmithKline (Великобританія) та Pfizer (США) у квітні 2009 року заснували спільне підприємство, яке займається розробкою та комерціалізацією ліків проти СНІДу [7, с. 34].

Існує два основних підходи до оцінки ефективності партнерства: 1) на основі «прямого» порівняння результатів партнерства та ресурсів, залучених для їх досягнення, що передбачає фінансову оцінку вигод і витрат партнерської взаємодії як на рівні партнерства в цілому (ефективність стратегічного партнерства), так й на рівні окремого його учасника (ефективність участі підприємства в партнерстві). Особливим джерелом додаткового економічного ефекту функціонування є набуття партнерством конкурентних переваг, які дозволяють займати більш вигідні стратегічні позиції на ринку; 2) на основі «непрямої» оцінки досягнутих ефектів партнерських відносин його учасниками, у т. ч. у соціально-психологічному аспекті трактування ними набутих результатів спільної взаємодії, що, у свою чергу, позначається не тільки у врахуванні «неекономічних» ефектів (покращення ділової репутації, створення

атмосфери довіри між клієнтами та постачальниками тощо). Найпоширенішою та найрозвинутішою у теоретично-методологічному сенсі концепцією оцінки ефективності стратегічного партнерства слід визнати концепцію синергізму.

В умовах кризової ситуації стратегія диверсифікації господарської діяльності вирішує ряд проблем, з якими стикаються підприємства. Причинами, що спонукають підприємства до прийняття рішення про диверсифікацію, можуть бути такі: техніко-технологічні, економічні, фінансові, соціальні та ін.

До техніко-технологічних причин можна зарахувати такі: збереження виробничого потенціалу суб'єкта господарювання; підвищення рівня використання виробничої потужності; визначення найбільш прогресивних варіантів використання ресурсів; упровадження передових досягнень науково-технічного прогресу.

Економічні причини охоплюють: перенакопичення капіталу в наявних галузях виробництва; пошук нових напрямків капіталовкладень; розширення та захоплення нових ринків збуту; підвищення економічної доцільності у використанні ресурсів.

Фінансові причини передбачають: розподіл ризиків між напрямками діяльності та обсягами виробництва; фінансову стабілізацію.

Соціальні причини охоплюють: збереження робочих місць і висококваліфікованих працівників; створення нових робочих місць; інноваційну політику.

Для розробки напрямків диверсифікації постає необхідність вибору, який був би найбільш вигідним та мав дострокову перспективу розвитку. При цьому необхідно зосередити зусилля на вивченні впливу напрямку диверсифікації на витрати виробництва як ключового чинника у визначенні ефективності напрямку.

Важливим також є розуміння того, що диверсифікація не є головним чинником, який визначає ефективність діяльності підприємства. Умовою потенційного зростання ефективності діяльності є чітко визначений напрямок диверсифікації.

В аспекті міжгалузевої конкуренції диверсифікація розглядається передусім як вихід підприємства на нові товарні ринки. Унаслідок жорсткої конкуренції в умовах ринкової економіки здебільшого проходила свого роду раціоналізація диверсифікації. Можна говорити, що придбання інших компаній є фінансовим (на противагу виробничому) шляхом зростання фірми. Саме він виявився найефективнішим на повільно зростаючому ринку, оскільки відповідав загальним принципам інвестиційної стратегії диверсифікованих комплексів, які не передбачають розширення виробництва у складні часи, але одночасно потребують прибуткового вкладення доходів.

Проте в умовах кризи далеко не всі компанії застосовують стратегії зростання. Багатьом з них доводиться зменшувати витрати, скорочувати кількість персоналу, позбуватися неефективних структур. У теорії стратегічного менеджменту більшість з цих явищ зараховують до стратегії зменшення витрат. Однак у сучасних умовах ці явища переважно пов'язують із стратегією даунсайзингу (скорочення).

У кризових умовах у багатьох компаніях виникає природна потреба зменшити витрати шляхом звільнення зайвих людей та ліквідації неефективних підрозділів. Українська економіка вже пройшла через хвилю масових звільнень протягом 2008-2009 років.

Однак такі скорочення потужностей, підрозділів та робочої сили є досить складним управлінським завданням, адже протягом останніх десяти років вітчизняних менеджерів вчили примножувати бізнес, а не зменшувати його.

У західній бізнес-практиці даунсайзинг є цілим стратегічним напрямом, який вперше у великих обсягах був застосований у США на межі 1980-1990-х років. Однак накопичений за цей період часу досвід у більшості випадків є лише аналізом допущених помилок.

Спектр визначень даунсайзингу в сучасній управлінській літературі є досить широким. Під даунсайзингом мається на увазі наступне:

- заходи, пов'язані з усуненням зайвих робочих місць;
- оптимізація розмірів організації;
- стратегія перетворення організаційного дизайну, робочих процесів, корпоративної культури, цінностей, відносин і місії;
- реактивна або проактивна, стратегія, метою якої виступають оптимізація розмірів підприємства, зниження витрат виробництва, перетворення робочих процесів.

З визначень видно, що даунсайзинг за інших рівних умов виступає як комплекс заходів (стратегія), пов'язаних з оптимізацією розмірів організації за рахунок проведення ефективнішої HR-діяльності, перетворення структури фірми, зміни ключових цілей і робочих процесів [5, с. 40].

Даунсайзинг охоплює наступні стратегії:

- стратегія звільнення;
- стратегія зміни організаційної структури (зменшення управлінських рівнів і (або) бізнес-процесів);
- комплексна стратегія системних змін, яка складається із стратегій зміни логістики, маркетингу, відносин із стейкхолдерами.

При цьому всі три ключові стратегії можуть реалізовуватися одночасно або послідовно. Кожна із стратегій має свої особливості. Наприклад, стратегія звільнень може проводитися м'яко (в першу чергу скорочуються вакантні місця, персонал завчасно попереджається про проведення скорочення, компанія бере участь в пошуку нової роботи для звільнених співробітників, діють різні програми по компенсації морального і матеріального збитку, який можуть понести працівники у зв'язку із звільненнями) або жорстко (у стилі класичного тейлоризму). Стратегія зміни організаційної структури може включати ліквідацію або реорганізацію філії, управлінського рівня, підрозділу, бізнес-процесу, посадової позиції.

Однак сьогодні стратегію даунсайзингу прийнято розуміти в значно вузкому значенні – тільки як ліквідацію «надлишкових» робочих місць, причому не тимчасову (з відновленням минулої чисельності співробітників після покращення фінансового становища), а довгострокову. Такі «вивільнення» часто супроводжуються закриттям окремих підрозділів компанії – заводів, фабрик, регіональних офісів, торгових точок, напрямів бізнесу.

Такі скорочення є стандартною процедурою для американських компаній в умовах кризи. В Європі ця практика поширена не так активно, що пояснюється особливостями законодавства, яке робить звільнення досить складною і затратною процедурою [6, с. 43].

Західні компанії віддають перевагу ліквідації

робочих місць при збереженні самих структур. Основне завдання таких заходів – забезпечення функціонування підрозділів в минулому обсязі, але з меншою кількістю зайнятих. Таким чином, працівникам, які залишилися доводиться виконувати більший обсяг роботи.

Більшість фахівців з менеджменту радять досить обережно використовувати таку практику. Ретельно спланований і послідовно здійснений даунсайзинг, який супроводжується зміною організаційної структури, дійсно здатний принести компанії велику користь. Однак часто на різноманітні підрозділи просто «спускають план» – скоротити таку-то кількість співробітників. Саме тут компанії можуть стикнутися з значною кількістю негативних наслідків, які здатні переважити досягнуту економію коштів.

Оптимізація витрат за рахунок звільнення працівників – це надзвичайний захід, який побічно свідчить про слабкість менеджменту. У багатьох компаніях впевнені в тому, що скорочень персоналу та закриття підрозділів можна уникнути, якщо максимально використовувати інші види економії. Тому на практиці існує значна кількість інших методів, які не є настільки радикальними та болючими. Серед них найбільш популярними є такі, як: зниження заробітної плати, відмова від бонусів, відмова від соціальних пакетів, неповна зайнятість персоналу, зменшення витрат на навчання, надання відпусток за власний рахунок, зменшення офісних витрат. Оцінка та застосування того чи іншого методу оптимізації в першу чергу залежить від сфери діяльності компанії.

Кризові умові функціонування підтверджують необхідність застосування вітчизняними організаціями стратегічного підходу до управління, зокрема щодо вибору альтернативних варіантів розвитку залежно від наявних обмежень і можливостей. При формуванні методології вибору варіантів формування господарського портфеля диверсифікованої організації обов'язково мають бути враховані ключові чинники, згруповані за напрямками: чинники формування загальної (корпоративної) стратегії розвитку (у теперішніх умовах – антикризової стратегії); чинники вибору видів діяльності для побудови господарського портфеля організації, відповідного сучасним і потенційним можливостям і обмеженням.

Специфіка формування стратегічного підходу виглядає по-різному для організацій, які вибирають загальну стратегію зростання або стратегію скорочення. Для кризових умов вибір стратегічних альтернатив для організацій, які здатні забезпечити собі стабільний розвиток, обмежується або концентрованим зростанням, або диверсифікацією. Організації, які не можуть втримати попередню частку ринку та темпи зростання при зменшенні інвестування у розвиток, змушені перейти до стратегій скорочення, що є характерним для функціонування за фінансово-економічної кризи.

Список літератури

1. Бартон, Д. Успешные стратеги в условиях кризиса [Текст] / Д. Бартон, Ньюэл Р., Уилсон Г. // Вестник МакКинзи. – 2008. – № 20. – С. 44-51.
2. Инновационная экономика [Текст] / [Дынкин А. А., Грачев М. В., Иванова Н. И. и др.]. – М.: Наука, 2001. – 294 с.
3. Кошкиаров, А. Консолидируйте сырьё [Текст] / Александр Кошкиаров // Эксперт. – 2010. – № 34.
4. Крукенберг, Д. Корпоративна стратегія компанії в період

кризи [Електронний ресурс] / Д. Крукенберг, Т. Іванова//
Режим доступу: <http://www.dt.ua/2000/2675/66150/>

5. Левкин, Н. В. Реинжиниринг и даунсайзинг: сравнительный анализ с позиции организационной культуры компании [Текст] / Н. В. Левкин // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. - № 4. – С. 36-45.
6. Пашаев, С. Диалектика Сократа. Возможности и недостатки downsizing [Текст] / С. Пашаев // Бизнес. – 2009. - № 11. – С. 43-45.
7. Пашкеев, С. На языке СПранто [Текст] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2009. - № 32. – С. 32-34.
8. Чернявський, А. Д. Антикризове управління підприємством [Текст] / А. Д. Чернявський. – К.: МАУП, 2006. – 256 с.

РЕЗЮМЕ

Дейнека Мария, Силадий Иван

Стратегии управления предприятием в условиях кризиса

Определены сущность и важность формирования соответствующей стратегии развития предприятия в кризисных условиях. Осуществлен критический анализ подходов относительно понимания стратегии предприятия. Обоснована необходимость своевременного разрабатывания и реализации мероприятий, направленных на предупреждение кризисных явлений на предприятии. Отражены особенности разрабатывания и реализации отдельных стратегий управления предприятием в условиях кризиса.

RESUME

Deyneka Maria, Syladiy Ivan

Strategies of management of an enterprise in the conditions of crisis

In the article the essence and importance of forming of the proper strategy of development of enterprise in crisis terms are defined. The walkthrough of approaches in relation to understanding of strategy of enterprise is carried out. The necessity of timely development and realization of measures is grounded. The features of development and realization of separate strategies of management an enterprise in the conditions of crisis are reflected.

Стаття надійшла до редакції 29.03.2011 р.

Павло БРІНЬкандидат економічних наук
доцент кафедри менеджменту,
Харківський політехнічний інститут**Ганна ДЯГІЛЄВА**аспірант,
асистент кафедри менеджменту,
Харківський політехнічний інститут

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПІДРИВНИХ ІННОВАЦІЙ

У статті розглянуто поняття підривних інновацій та передумови його виникнення. Наведено низку історичних прикладів інноваційних перетворень, що мали великий вплив на подальший розвиток світових фірм-лідерів, а також наголошено на необхідності стежити та передбачати появу подібних інновацій. Своєчасне реагування на зміни в існуючих технологіях та смаках споживачів сприятиме подальшому розвитку будь-якого підприємства.

Ключові слова: підривні інновації, технологічний цикл, принципи підривних технологій.

Розвиток економіки будь-якої країни пов'язаний із ефективністю її основних галузевих виробництв. Слід зазначити, що цю ефективність не завжди можна виміряти та оцінити. Особливо це справедливо для тих випадків, коли попит ще не має свого змісту, коли ще не визначений той сегмент споживачів та не визначене саме побажання в задоволенні потреб суспільства саме у такий спосіб. Мова йде про ті продукти та послуги, а точніше технології їх виробництва, у яких ще немає потреби через їхню відсутність на ринку взагалі. Саме цим науковим фактом пояснюється актуальність теми даної наукової статті.

Згідно із теорією Клейтона Крістенсена та Майкла Рейнора нові технології або революційні перетворення, що з'являються у певній галузі, можуть призвести до руйнувань існуючих технологій та, як наслідок, сприяють зміні співвідношення цінностей споживачів. Ці технології, за Крістенсеном носять назву підривних. Підривні інновації розпочинають принципово новий технологічний цикл виробництва товару і, таким чином, руйнують існуючу базову технологію. При цьому старі технології стають неконкурентоспроможними тільки тому, що параметри, на основі яких раніше відбувалася конкуренція, стають неважливими. Ця наукова проблема розглядається також у роботах В. Баранчєєва, Є. Бартельсмана, С. Каплана, С. Скарпетта, Р. Фостера, Є. Чорних, Й. Шумпетера та ін.

На сьогодні день існує така тенденція, що технології розвиваються швидше, ніж потреби ринку (рис. 1). Це означає, що виробляючи кращі продукти, щоб витіснити з ринку конкурентів і забезпечити кращі ціни і норми прибутку, виробники часто випереджають потреби ринку: вони дають споживачам більше, ніж їм потрібно, або те, за що вони не готові платити. І що ще важливіше, «підривні» технології недосконалі сьогодні, з точки зору існуючих основних споживачів, можуть завтра на тому ж ринку виявитися конкурентоспроможними. Саме тому метою даної статті є уточнення поняття «підривні інновації», розгляд історичних передумов виникнення цього економічного терміна, наведення прикладів успіху та невдач реалізації таких технологій відомими

компаніями світу віддавна і дотепер.

Перш ніж розпочати практичний розгляд прикладів підривних інновацій, слід визначити передумови виникнення самого поняття «підривні інновації», про яке вперше йдеться у «Дилемі інноватора» Клейтона Крістенсена. За його словами, час від часу з'являються підривні технології: інновації, що забезпечують більш низьку якість продукту за основними технічними характеристиками, здебільшого у близькому майбутньому. Підривні технології приносять на ринок повністю нові пропозиції. Завдяки їм на ринку з'являються ті ж самі продукти, тобто продукти, які вже існували, але гірші за якістю. Однак ці продукти мають інші якості і їх цінують певні, звичайно деякі нові групи споживачів [1, с. 15]. Як зазначає автор, вартість цих продуктів та послуг зменшена, більш проста та більш зручна під час використання.

Наведений рисунок пояснює всі етапи розвитку підривних інновацій. Підривна технологія пересікається з існуючою у точці А, у якій вона ще не несе у собі якихось додаткових переваг або якостей, потім у точках В-С вона формує нові потреби, нові якісні характеристики продукту.

Щоб зрозуміти природу цих змін та їх економічний зміст, розглянемо деякі приклади з історії. У якості прикладів наведемо низку технологічних перетворень, що зруйнували існуючі продукти та запропонували принципово нові.

Наведемо перший приклад – технологія сталеливарних міні-заводів. Ця технологія з'явилася у 1960-х роках та передбачала використання у якості сировини металобрухт. Через це якість сталі була низькою, та використовувалася для вироблення арматурного заліза, щоб закріплювати цементну кладку. Це відобразалося на вартості та на прибутку цього сектору ринку. На той час металургійні комбінати випускали високоякісну сталь шляхом обробки залізняку у доменній печі чи кисневому конвертері відповідної вартості. Слід зазначити, що сталеливарні міні-заводи зайняли саме ринок арматурного заліза, зосередилися на поступовому поліпшенні його якості,

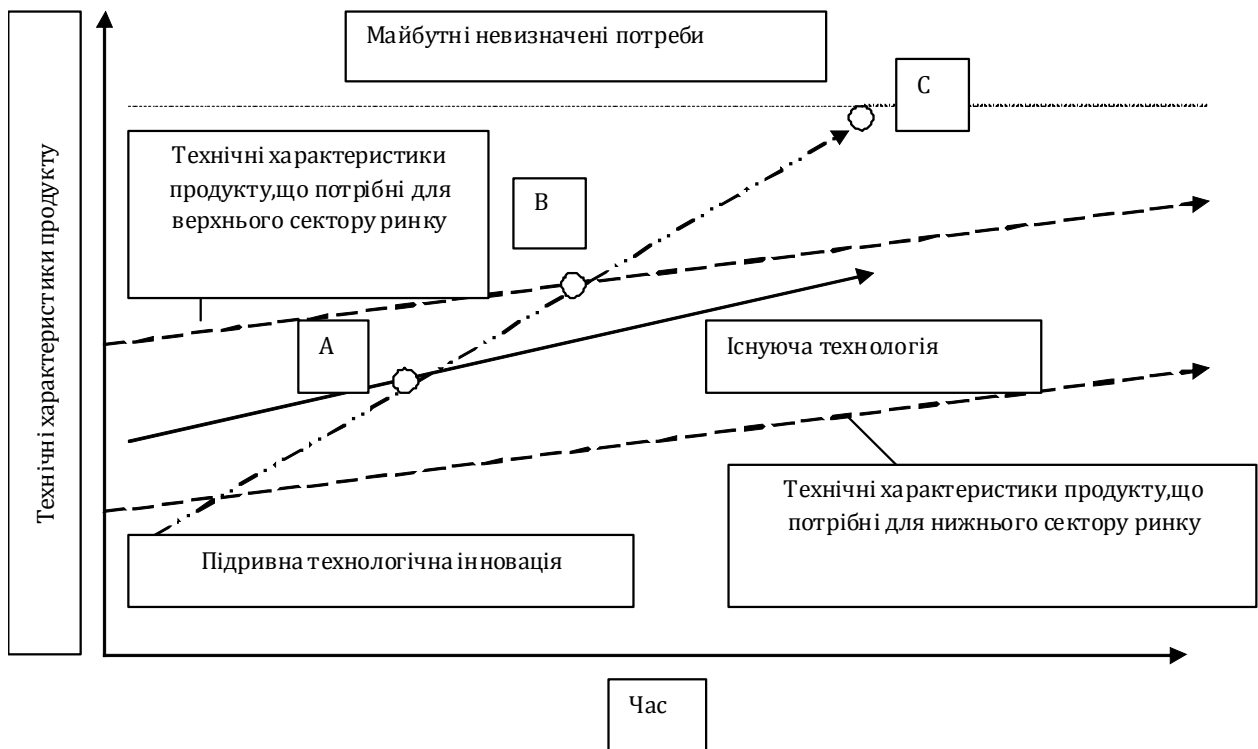


Рис. 1. Вплив змін у підтримуючих та підривних технологіях

отримані кошти були інвестовані в обладнання для виплавки інших продуктів. Це дало змогу атакувати ринок товстих балок, стрижнів та кутового заліза. А згодом - і ринок будівельних балок. Таким чином, міні-заводи поступово витіснили сталеливарні комбінати, запропонувавши підривну дешевшу технологію лиття

тонких слябів, спочатку менш якісну, а в кінцевому випадку удосконалену та таку, що відповідала всім вимогам споживачів.

Для того, щоб прослідкувати переваги та недоліки використання підривних технологій, звернімося до таблиці 1 [2, с. 68].

Таблиця 1. Переваги та недоліки використання підривних технологій

Підривна технологія	Переваги	Недоліки (з початку)
Виробництво жорстких дисків	Менший розмір дисків	Менша ємність дисків
Сталеливарні міні-заводи	Використання у якості сировини металобрухту, доступна ціна	Низька якість сталі
Мотоцикли «Honda», модель «Supercub»	Доступна ціна	Низька швидкість руху та переміщення лише на невеликі відстані
Цифрове фотографування	Висока якість та спрощений процес отримання знімків, можливість перефотографувати необмежену кількість раз	Висока ціна порівняно з плівковим фотоапаратом
Інтернет-торгівля	Спрощений процес купівлі товарів, доступна ціна	Мінімальні гарантії якості товарів, самообслуговування, обов'язкова наявність ПК та вміння користуватися Internet
Безкоштовні привітальні листівки з Internet	Висока швидкість надсилання та отримання, безкоштовна послуга, незалежність від місця знаходження адресата та адресанта	Обов'язкове вміння користуватися послугою та наявність Internet, неможливість фізично відчутти листівку, яку надсилаєш або отримуєш

Наведені приклади появи підривних інновацій дають змогу зробити висновок, що успішні компанії зосереджуються на випуску тих продуктів, у яких існує потреба та які принесуть більший прибуток, навіть якщо ціна буде вищою, ніж передбачає споживач. Через це такі компанії не звертають уваги на більш дешеві та низькоякісні продукти, що обіцяють відповідний прибуток та можуть користуватися попитом лише на невеликих ринках. Клейтон Крістенсен окреслив п'ять

принципів організаційного характеру, ігнорування яких менеджерами вищеперелічених компаній і призвело до втрати прибутків, ринку та свого споживача [1, с. 18] рис. 2.

Тепер розглянемо вищеперелічені п'ять принципів більш детально.

Отже, сутність першого принципу полягає в наступному: ресурси компанії залежать від споживачів та інвесторів. Тобто продукція та послуги випускаються

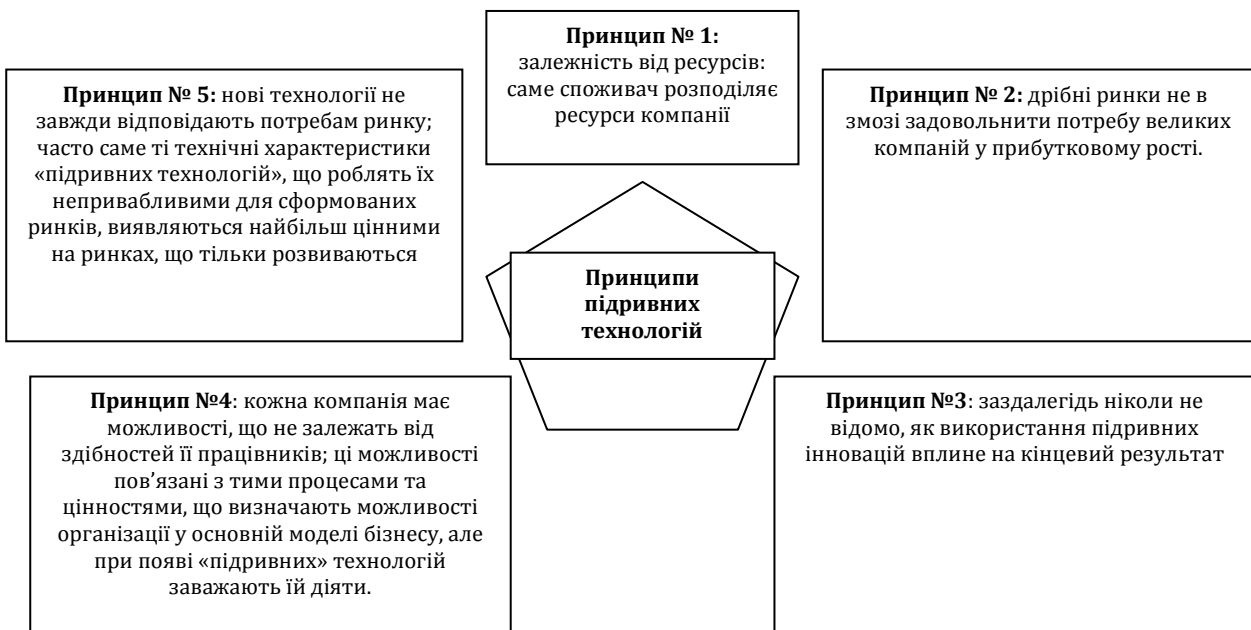


Рис. 2. Принципи підривних технологій

«під певного споживача», який має потребу саме у цьому товарі чи послугі. Успішні компанії формують в своїй системі менеджменту систему відсіювання непотрібних споживчих ідей, через що заздалегідь не розглядають тих ідей виробництва товарів, у яких на сьогодні споживач не має потреби. Клейтон Крістенсен пропонує урахувати цей принцип шляхом створення незалежної організації із певною структурою фінансування, орієнтованою саме на низьку, але не менш успішну, прибутковість.

Другий принцип полягає у тому, що невеликі ринки не можуть забезпечити прибуткове зростання для великих компаній. Сутність цього принципу полягає у наступному: під час виникнення підривних технологій виникає новий ринок, і ті компанії, які першими з'являються на цьому ринку, мають переваги порівняно з тими компаніями, які з'являються на ринку через деякий час. Але, коли компанії зростають та досягають успіху, їм стає набагато важче вийти на новий ринок, який у майбутньому також може перетворитися на великий та успішний. Це пояснюється тим, що рівень зростання та стабілізації генерованих доходів компанії, які вже були досягнуті, будуть виступати вже в якості індикатора оцінки успішності будь-якого іншого ринку, на якому ця компанія ще не працює. А новий ринок ніколи не зможе запропонувати відразу той рівень доходу, на який очікує компанія, спираючись на вже досягнутий. Саме тому крупним компаніям з великими доходами важче переключитися на невеликі ринки, ніж невеликим організаціям, обсяг спільної діяльності яких відповідає обсягу новоствореного маленького ринку, увійти на певний ринок та використати усі його можливості зростання.

Третій принцип полягає у неможливості аналізувати ті ринки, які не існують. Тобто нові ринки, в основі яких лежать «підривні інновації», не можуть бути вивчені на підставі вивчення старих ринків, їх важко оцінити та спрогнозувати подальший розвиток. У випадку коли немає точної моделі ринку та правильної стратегії, необхідно впроваджувати планування, засноване на відкриттях. При цьому допускається, що прогноз скоріше неправильний, помилковий, аніж правильний, і

інвестування в цьому випадку буде здійснюватися залежно від виникаючих потреб у цій технології.

Четвертий принцип полягає в тому, що можливості організації стають перешкодами на її шляху. Це означає, що під час інноваційних перетворень будь-яка фірма зацікавлена в певних спеціалістах цієї сфери та намагається залучити їх як фактор однозначного успіху. Але компанія має можливості, які не залежать від працівників. Ці можливості поділяються на дві групи – це процеси організації (способи виробництва) та її принципи (критерії при прийнятті рішень). Вони стійкі та важко піддаються впливу і заздалегідь диктують певну стратегічну спрямованість, відсікаючи менш вигідні, знову ж таки з їх точки зору, проекти.

Суть п'ятого принципу полягає в тому, що технологічне забезпечення може не збігатись з потребами ринку. Цей принцип пояснюється невстиганням споживачів відчутти потребу в новому продукті. Але існує інший бік цієї наукової проблеми. Дуже часто продукти, які відповідають потребам споживачів, швидко удосконалюються та виникає «залишок якості». Збалансування виникаючих потреб, якостей та цін на товари можливе при детальному аналізі способів використання цих продуктів та при відслідкуванні та перегляді сутності конкурентних переваг, які можуть змінюватися стихійно.

Узагальнюючи наведені приклади використання підривних інновацій та їхніх принципів, можна сформулювати у якості висновків наступні вихідні положення.

1) Спостерігається розбіжність у швидкості розвитку технологій та технічного прогресу. Тобто можна стверджувати, що продукти підривних інновацій, в яких немає потреби на даний час, у майбутньому можуть стати необхідними та задовольнити потреби споживачів і ринку.

2) Процес розподілення ресурсів на той чи інший інноваційний проект буде залежати від менеджерів, які приймають рішення стосовно інвестування інновацій і спираються перш за все на своє суб'єктивне бачення відтворення та дотримання цінностей компанії.

3) Пошук нового ринку та намагання оцінити

недовершену підривному технологію за новими критеріями та новими якостями – основа успішного розвитку будь-якої компанії.

4) Підприємства можуть ефективно функціонувати лише в певних стратегічних напрямках та при певному рівні доходів, але шаблонна модель поведінки з часом призведе до зниження ефективності виробництва та втрати своїх лідерських позицій.

5) У випадку із «підривними інноваціями» завжди існує вірогідність невдачі. Саме урахування ризику нежиттєдіяльності підривної інновації та постійне цілеспрямоване вивчення ринку, споживачів та особливостей потреб необхідні для комерційного успіху.

Отже, вирішення наукової проблеми впровадження «підривних інновацій» можливе при формулюванні певного переліку умов, таких, як готовність до ризику невдачі, можливі низькі прибутки, важкість дослідження ринку, наявність вхідних бар'єрів та урахування їх у своєму стратегічному розвитку.

Список літератури

1. Баранчев, В. П. Маркетинг інновацій (радикальные и подрывные инновации – хайтек-маркетинг) [Текст] : учебник / В. П. Баранчев. – М. : Благовест-В, 2007. – 232 с.
2. Завлин, П. Н. Инновационный менеджмент [Текст] : справочное пособие / П. Н. Завлин, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. – Наука : Санкт-Петербург, 1997.
3. Ильдеменов, С. В. Управление нововведениями [Текст] / С. В. Ильдеменов ; Под. ред. В. Н. Войтоловского, А. М. Лайкова. – ЛФЭИ, Л. – 1991.
4. Йохна, М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності [Текст] : навчальний посібник / М. А. Йохна, В. В. Стадник. – К. : Академія, 2005. – 400 с.
5. Крістенсен, К. М. Дилема інноватора. Як через нові технології гинуть міцні компанії [Текст] / Клейтон М. Крістенсен ; пер. з англ. – М. : Альпіна Бізнес Букс, 2004. – 239 с.
6. Крістенсен, К. М. Вирішення проблем інновацій у бізнесі. Як створити зростаючий бізнес та успішно підтримувати його зріст [Текст] / Клейтон М. Крістенсен, М. Рейнор ; пер. з англ. – М. : Альпіна Бізнес Букс, 2004. – 290 с.
7. Мескон, М. Х. Основы менеджмента [Текст] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури : Пер. с англ. - М. : Дело, 1992. – 702 с.
8. Пригожин, А. И. Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики) [Текст] / А. И. Пригожин. – М. : Политиздат, 1989. – 346 с.
9. Уткин, Э. А. Инновационный менеджмент [Текст] / Э. А. Уткин, Н. И. Морозова, Г. И. Морозова – М. : АКАЛИС, 2004. – 380 с.
10. Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – СПб. : Питер, 2002. – 400 с.

РЕЗЮМЕ

Бринь Павел, Дягилева Анна

Экономическая сущность подрывных инноваций

В статье рассмотрены понятие подрывных инноваций и предпосылки его возникновения. Авторы приводят некоторые исторические примеры инновационных преобразований, которые повлияли на дальнейшее развитие мировых фирм-лидеров, а также настаивают на необходимости проследить и предугадывать появление подобных инноваций. Своевременное реагирование на изменения в существующих технологиях и вкусах потребителей будет способствовать дальнейшему развитию любого предприятия.

RESUME

Brin' Pavlo, Dyagilyeva Anna

The economic essence of subversive innovations

In the article the concept of blasting of innovations and pre-conditions of its origin are considered. The author points the row of historical examples of innovative transformations which had a large influence on subsequent development of world firms-leaders, and also marks a necessity to gerund appearance of similar innovations. Timely reacting on changing in existent technologies and tastes of consumers will help to proper usage this information for subsequent development of any enterprise.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2011 р.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто підходи до визначення поняття «інноваційний потенціал підприємства», особливості його формування, встановлено вимоги до оцінювання інноваційного потенціалу. Розкрито методичні основи щодо оцінки інноваційного потенціалу підприємства за декількома підходами.

Ключові слова: інноваційний потенціал, підприємство, розвиток, оцінка, формування, складові, ефективність.

Забезпечення високих темпів розвитку підприємства у довгостроковій перспективі залежить від реалізації його інноваційних можливостей. Прийняття ефективних управлінських рішень не можливе без формування та оцінки інноваційного потенціалу підприємства. Протягом багатьох років питання формування та оцінювання інноваційного потенціалу підприємства є предметом наукових досліджень, що підтверджує багатогранність та складність цієї категорії. Цим питанням присвячені наукові публікації таких вчених, як А. Гриньов [3], В. Гришко [12], Л. Калініченко [11], С. Мельник [9], К. Покатаєва [4], О. Сіренко [10], Л. Федулова [5], І. Шляхто [6], Н. Яковлева [7] та інші. Не дивлячись на значну кількість проведених досліджень щодо інноваційного потенціалу підприємства, більшість науковців розглядають питання формування інноваційного потенціалу та його оцінки окремо. Тобто методичні підходи щодо формування та оцінювання інноваційного

потенціалу підприємств в контексті єдиного неперервного дослідження не набули достатнього висвітлення.

Метою дослідження є удосконалення методичних підходів щодо формування та оцінювання інноваційного потенціалу підприємств. Завданнями статті є уточнення сутності поняття «інноваційний потенціал підприємства», виявлення особливостей його формування та факторів впливу на нього, розгляд вимог та критеріїв його оцінки, аналіз переваг та недоліків різних методичних підходів до оцінювання інноваційного потенціалу підприємства.

Одним із найбільш вагомих елементів системи виступає інноваційний потенціал, який відображає здатність до удосконалення або оновлення системи. Існує значна кількість визначень інноваційного потенціалу, які відрізняються диференціацією підходів до його трактування (табл. 1).

Таблиця 1. Трактування поняття «інноваційний потенціал підприємства»

№	Автор, джерело	Визначення поняття «інноваційний потенціал підприємства»
1	Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» [1]	сукупність науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства тощо), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки
2	Термінологічний словник [2, с. 98]	сукупність елементів, необхідних для вирішення певних виробничих проблем, і готовності суб'єкта господарювання до їх вирішення
3	Гриньов А. [3]	сукупність усіх наявних матеріальних і нематеріальних активів підприємства, що використовуються у процесі здійснення інноваційної діяльності і які здатні забезпечити досягнення конкурентних переваг підприємства
4	Покатаєва К. [4]	організована сукупність наявних економічних ресурсів, яка перебуває у системній єдності, а також зумовлених ними за сучасного рівня розвитку, можливостей щодо мобілізації внутрішніх та зовнішніх інвестиційних коштів для реалізації стратегічних та тактичних цілей підприємства через механізм інвестування
5	Федулова Л. [5]	ступінь його готовності виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної мети, тобто - готовності до реалізації проекту чи програми інноваційних стратегічних змін
6	Шляхто І. [6]	це не тільки можливість строрення новацій, реалізації інновацій, але і готовність прийняти ці нововведення для наступного ефективного використання на рівні, що відповідає світовому
7	Яковлева Н. [7]	сукупність взаємодіючих і взаємопов'язаних кадрових, науково-технічних, виробничо-технологічних і фінансово-економічних ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності, які здатні продукувати інновації за наявності сприятливих умов

Наведені визначення різних авторів підтвердили, що інноваційний потенціал підприємства враховує цілу низку факторів, отже ми пропонуємо наступне: інноваційний потенціал підприємства – це системний показник, який відображає взаємодію всіх наявних ресурсів та характеризує ступінь і здатність підприємства до випуску конкурентоспроможної інноваційної продукції.

У загальному інноваційний потенціал підприємства формується під впливом внутрішнього та зовнішнього середовища. Так, як створення та впровадження інновацій є важливим джерелом соціально-економічного розвитку підприємств, то інноваційний потенціал розглядається крізь призму формування конкурентних переваг підприємства (рис. 1).

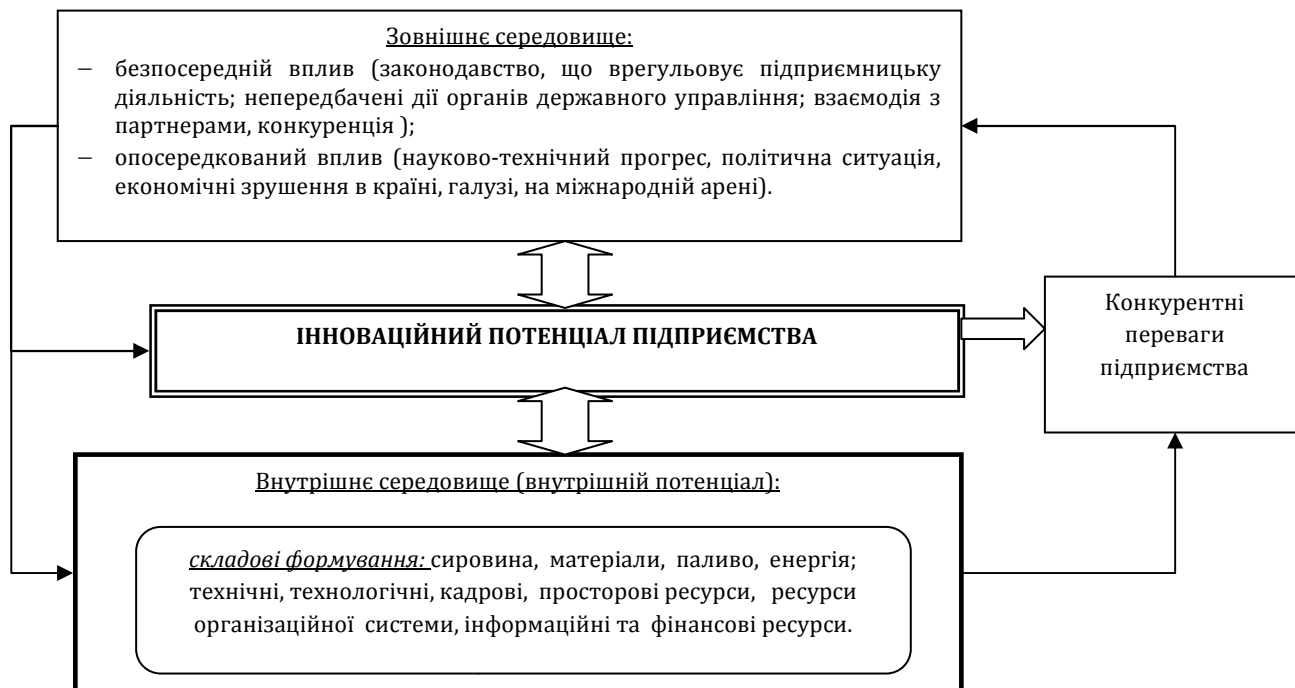


Рис. 1. Оцінка впливу факторів на формування інноваційного потенціалу підприємства як відкритої соціально-економічної системи [8; 9, с. 105]

(Удосконалено автором)

Варто визначити чинники, які стримують чи стимулюють формування інноваційного потенціалу підприємств, а також прямо впливають на його розвиток. До чинників, які мають стримувальну дію щодо інноваційного потенціалу належать: недосконала нормативно-правова база; відсутність прав на інтелектуальну власність; недостатня кількість розробок; відсутність шкали оцінювання інтелектуального потенціалу; низький рівень досвідченості працівників; недостатній рівень економічної культури; страх перед новим; проблеми із залученням інвестицій; доволі високий ступінь ризику тощо. Чинники, які стимулюють його використання: якісна і кількісна множина розробок; високий рівень досвідченості працівників; застосування норм корпоративної культури; можливість капіталізації власних коштів; високий рівень рентабельності; комплексна нормативно-правова база; чіткі та гнучкі підходи до оцінки інтелектуального потенціалу тощо [10].

Ефективне використання інноваційного потенціалу вимагає постійного пошуку шляхів його удосконалення, зміцнення. Деякі науковці [11, с. 108; 14] пропонують наступні шляхи удосконалення інноваційного потенціалу: освоєння нової техніки та технологій; впровадження найпрогресивніших технологій зберігання сировини та ресурсів; розвиток прогресивних форм організації виробництва; проведення технічної реструктуризації

підприємств; постійне підвищення рівня кваліфікації персоналу всіх категорій відповідно до сучасних вимог та напрямів знань; оптимізація кадрової структури персоналу, стимулювання творчих працівників; соціальний розвиток підприємств як складова їх інноваційного потенціалу; вивчення та застосування досвіду провідних підприємств світу; залучення інвестицій у власні розробки, НДДКР шляхом інвестування у вигляді фінансування, кредитування, лізингу; підвищення ролі планування, організації й контролю інноваційної діяльності; удосконалення механізмів управління інноваційною діяльністю підприємства в цілому.

Складність процесу формування інноваційного потенціалу підприємства зумовлює істотні методичні труднощі стосовно його оцінювання. Механізм та результати такого оцінювання повинні задовольняти певні вимоги, головними серед яких є такі [12, с. 49]:

- при здійсненні оцінювання рівня інноваційного потенціалу підприємства потрібно враховувати усі можливі фактори, що беруть участь у його формуванні, а якщо це певною мірою не вдається, то потрібно заздалегідь визначити найбільш значущі фактори, без урахування яких неможливо отримати обґрунтовану оцінку цього потенціалу;
- не заперечуючи можливість та необхідність якісного оцінювання рівня інноваційного потенціалу підприємства, вважаємо, що повне уявлення про нього потребує проведення його кількісного

оцінювання, результат якого повинен бути однозначним та характеризуватися припустимим рівнем точності;

- для оцінювання інноваційного потенціалу потрібно заздалегідь створити потужну інформаційну базу, яка б залучала усі дані, що характеризують усі аспекти діяльності підприємства та довкілля;
- оцінюючи інноваційний потенціал підприємства, потрібно за можливістю уникати суб'єктивних думок, а орієнтуватися на застосування формалізованих оцінок.

Від стану інноваційного потенціалу залежать управлінські рішення щодо вибору і реалізації інноваційної стратегії, тому необхідна його комплексна оцінка.

В якості критерію оцінки інноваційного потенціалу можна обирати наступні параметри [13]: енергійне, гнучке керівництво, здатне йти на ризик; прогресивну організаційну структуру управління, зорієнтовану на роботу в ринкових умовах; високу репутацію підприємства та його продукції у споживачів та ділових партнерів; наявність інформації про тенденції змін потреб і попиту споживачів, уміння виявляти й прогнозувати майбутні потреби та попит; добре знання можливостей та потенціалу конкурентів; наявність патентів на технічні рішення і технології в обраній галузі діяльності; доступ до останніх досягнень науки та техніки в обраній галузі діяльності та суміжних; кадровий потенціал; високу якість продукції та високу культуру виробництва; резерви виробничих площ та потужностей тощо.

В науковій літературі пропонується ціла низка методик оцінювання інноваційного потенціалу. Мірошник Р. та Меренюк Л. [14] пропонують в основу оцінки інноваційного потенціалу покласти аналіз фінансової стійкості підприємства. З огляду на рівень фінансової стійкості визначається її тип: абсолютна фінансова стійкість, нормальна фінансова стійкість, нестійкий фінансовий стан та кризовий (критичний) фінансовий стан. Визначивши тип фінансової стійкості, формуються рекомендації стосовно використання фінансових ресурсів з метою ефективного розвитку інноваційного потенціалу.

Федулова Л. [5] схильна оцінювати інноваційний потенціал, використовуючи таку послідовність: "ресурси — функції — проекти", проте ця схема застосовується ще на стадії обґрунтування інноваційного проекту. Цей алгоритм пояснюється тією логікою, що високий інноваційний потенціал – це здатність реалізувати конкретний інноваційний проект. Також науковець надає перевагу оцінюванню інноваційного потенціалу методом SWOT- аналізу. Такий підхід дає можливість не просто оцінити здатність організації реалізувати інновації, але й визначити, яким чином впливає на цю здатність інноваційний клімат, сформований у зовнішньому середовищі.

Калініченко Л. пропонує використовувати методику, етапами проведення якої є [11]: 1) розбиття інноваційного потенціалу на складові, що охоплюють усі ключові аспекти потенціалу; 2) визначення набору показників, що впливають на відповідну складову потенціалу; 3) визначення експертним шляхом вагомості кожного показника в оцінці відповідної складової інноваційного потенціалу;

4) оцінка кожного показника на основі експертного опитування по п'ятибальній шкалі; 5) розрахунок складових інноваційного потенціалу, що визначаються в балах від 0 до 5 в процесі експертної оцінки за формулою:

$$R_i = \sum_{j=1}^{m_i} a_{ij} P_{ij}, \quad (1)$$

де R_i - i -та складова інноваційного потенціалу підприємства;

m_i - кількість показників в складі i -ої складової інноваційного потенціалу;

P_{ij} - бальна оцінка j -го показника i -ої складової інноваційного потенціалу;

a_{ij} - ваговий коефіцієнт j -го показника i -ої складової інноваційного потенціалу, що визначається експертним шляхом за формулою:

$$\sum_{j=1}^{m_i} a_{ij} = 1 \quad (2)$$

визначення інтегрального показника інноваційного потенціалу за формулою:

$$IP = \sum_{i=1}^n b_i R_i, \quad (3)$$

де IP - інноваційний потенціал підприємства;

n - кількість складових інноваційного потенціалу підприємства;

R_i - i -та складова інноваційного потенціалу підприємства;

b_i - ваговий коефіцієнт i -ої складової інноваційного потенціалу, що визначається експертним шляхом за формулою:

$$\sum_{i=1}^n b_i = 1 \quad (4)$$

В результаті оцінки інтегрального показника інноваційного потенціалу можна виокремити промислові підприємства, що мають:

- високий рівень інноваційного потенціалу ($3,75 \leq IP \leq 5$);

- середній рівень інноваційного потенціалу ($2,5 \leq IP < 3,75$);

- низький рівень інноваційного потенціалу ($0 \leq IP < 2,5$).

Унікальною методикою оцінки рівня інноваційного потенціалу є та, яка ґрунтується на врахуванні рівня інноваційного клімату [15]. Вона передбачає використання методу бальних оцінок, що встановлюються для відповідного блоку, прийнятих у системі інноваційного потенціалу та інноваційного клімату. Інноваційний потенціал встановлюється із урахуванням таких блоків: продуктового, ресурсного, функціонального, організаційного та управлінського. Вимірювання інноваційного клімату проводиться за показниками оцінки інноваційного макроклімату (соціальна, географічна і комунікаційна сфери, технологічна і науково-технічна, економічна, фінансова та політико-правова сфери) та мікроклімату (аналіз рівня конкуренції, відносин з партнерами та

споживачами, аналіз інвестицій, нових технологій, науково-технічних, інформаційних, сировинних, паливних, енергетичних і матеріально-технічних, трудових ресурсів, аналіз стратегічного впливу на рівні галузі, регіону, міста). Але така методика має занадто суб'єктивний характер, адже підсумкова оцінка рівня інноваційного потенціалу значно залежатиме від того чи іншого експерта. Тому пропонуємо використовувати змішану технологію. Так оцінка інноваційного потенціалу та оцінка інноваційного макроклімату буде визначатися експертним шляхом, а оцінка інноваційного мікроклімату підприємства буде розраховуватися на основі даних стосовно виробництва інноваційної продукції. Тож інноваційний мікроклімат підприємства визначається за формулою:

$$I_{micro.kl} = \sum^n (1 + P \times S) \times d, \quad (5)$$

де P – відносний приріст виробництва інноваційної продукції;

S – ступінь готовності підприємства до впровадження інноваційної продукції;

d – питома вага інноваційної продукції в загальному обсязі виробництва;

n – кількість видів виготовленої інноваційної продукції.

Так, як інноваційний макроклімат обраховується експертним шляхом, то:

$$I_{macro.kl} = \sum K_i \times b_i, \quad (6)$$

де K_i – коефіцієнт значущості i -го блоку;

b_i – середній бал, визначений i -му блоку.

За аналогічною формулою обчислюється інноваційний потенціал (ОІП). Відповідно до попередніх формул інноваційний клімат підприємства оцінюється як сума макроклімату та мікроклімату:

$$ОІК = I_{macro.kl} + I_{micro.kl} \quad (7)$$

Оцінивши інноваційний потенціал та клімат можна обчислити рівень інноваційного потенціалу підприємства за формулою:

$$P_{ін} = ОІП \times ОІК \quad (8)$$

Перевагою удосконаленої методики є врахування широкого кола факторів, що впливають на рівень інноваційного потенціалу та використання комбінованої технології, що поєднує суб'єктивний (експертний метод) та об'єктивний (визначення інноваційного мікроклімату за даними підприємства) характер оцінки рівня інноваційного потенціалу підприємства. Так утворюється можливість визначення інноваційного потенціалу в певний момент часу та на майбутнє, встановлюючи конкурентоспроможність кінцевої продукції у довгостроковій перспективі, враховуючи вагомість кожного показника в умовах обмеженості ресурсів.

Дослідивши різні методики, ми можемо засвідчити, що оцінювання інноваційного потенціалу підприємств на сучасному етапі наукового розвитку характеризується такими особливостями:

а) більшість методик базується на врахуванні занадто великої кількості показників інноваційного

розвитку, переважна частка на яких мають приблизне обчислювальне значення, що автоматично впливає на практичне застосування результатів;

б) наведені методики оцінювання інноваційного потенціалу підприємства, яке є відкритою системою, враховують лише показники діяльності підприємства, не беручи до уваги загальний стан галузі;

в) майже всі існуючі методики відштовхуються від експертного підходу, що характеризується суб'єктивністю.

Отже, проведене дослідження засвідчило той факт, що за умови комплексного підходу до формування та оцінювання інноваційного потенціалу можна створити ефективний механізм інноваційного забезпечення підприємства. В науковій літературі не існує єдиної точки зору щодо трактування поняття «інноваційний» потенціал, різними вченими інноваційний потенціал підприємства розглядається через призму двох підходів – ресурсного або інтелектуального, що визначає доцільність нашого дослідження. Інноваційний потенціал підприємства формується під впливом факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, але підприємство, зміцнюючи свій потенціал, може розраховувати лише на внутрішні резерви. Методичні підходи до оцінки інноваційного потенціалу повинні характеризувати його рівень та мають допомагати керівникам підприємств проводити аналіз становища підприємства, виявляти резерви та визначати пріоритети розвитку на довгострокову перспективу. Один із найсуттєвіших недоліків більшості наявних методик – це завищення власних інноваційних можливостей через недооцінку зовнішніх загроз.

Перспективою подальших досліджень з обраної тематики може бути детальний аналіз діагностики стану інноваційного потенціалу промислових підприємств України, в теоретичну базу якого покладено наше дослідження.

Список літератури

1. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні [Текст] : закон України від 28 березня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 13. – Ст. 93.
2. Рынок: Бизнес. Коммерция. Экономика [Текст] : толковый терминологический словарь ; под ред. А. П. Дашкова. – Введ. центр «Маркетинг». – 4-е изд. – М. : Маркетинг. – 2006. – 102 с.
3. Гриньов, А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління [Текст] / А. В. Гриньов. – Х. : ІНЖЕК. – 2003. – 308 с.
4. Покатаева, К. П. Теоретичні основи визначення категорій "інвестиційний потенціал" та "інвестиційна привабливість" [Текст] / Научно-технический сборник : Коммунальное хозяйство городов. Серия: Технические науки. – 2007. – Вып. 75. – С. 264.
5. Менеджмент організацій [Текст] : підручник / Федулова Л. І., Сокирник І. В., Стадник В. В. та інші. ; Л. І. Федулова (заг. ред.). – К. : Либідь. – 2004. – 448 с.
6. Шляхто, И. В. Оценка инновационного потенциала промышленного предприятия [Текст] / И. В. Шляхто // Вестник Брянского государственного технического университета, 2006. – №1 (9). – С. 109-116.
7. Яковлева, Н. Г. Організаційно-економічний механізм управління інноваційним потенціалом відкритих акціонерних товариств [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук / Н. Г. Яковлева. – Київ. – 2006. – 20 с.
8. Арент, В. Інноваційний потенціал підприємства як основа його ефективного розвитку [Електронний ресурс] / В. Арент, Л. Шостак. – Режим доступу: <http://www.viem.edu.ua/eek/art.php?id=0719>.

9. Мельник, С. І. Оцінка складових формування інноваційного потенціалу підприємства [Текст] / С. І. Мельник // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: економічні науки. - 2010. - № 5, Т. 3. - С. 103-107.
10. Сіренко, О. І. Підходи до оцінки інтелектуального потенціалу як складника інноваційного розвитку [Текст] / О. І. Сіренко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". - 2007. - С. 312-317.
11. Калініченко, Л. Л. Кількісна оцінка інноваційного потенціалу підприємств [Текст] / Л. Л. Калініченко // Вісник економіки транспорту : збірник науково-практичних статей. - 2010. - №30. - С. 107 - 112
12. Гришко, В. А. Формування та оцінювання інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств [Текст] / В. А. Гришко, О. Я. Колещук, Н. І. Крет // Науковий вісник НЛТУ України : збірник науково-технічних праць. - Львів : РВВ НЛТУ України. - 2010. - Вип. 20.1. - С. 47 - 55.
13. Економіка та організація інноваційної діяльності [Текст] : підручник /О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін.; Під ред. проф. О. І. Волкова, проф. М. П. Денисенка. - К.: ВД "Професіонал". - 2004. - 960 с.
14. Мірошник, Р. О. Проблеми використання та оцінки інноваційного потенціалу підприємств [Текст] / Р. О. Мірошник, Л. В. Меренюк // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". - 2008. - С. 191- 197.
15. Мазейкіна, О. О. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства [Текст] / О. О. Мазейкіна // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : збірник наукових праць. - 2010. - №1. [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Traev/2010_1/39.pdf.

РЕЗЮМЕ

Верхоляд Ирина

Методические подходы к формированию и оценке инновационного потенциала предприятия

В статье рассмотрены различные подходы к определению понятия «инновационный потенциал предприятия», определены особенности его формирования, определены требования к оценке инновационного потенциала. Приведена оценка влияния факторов на формирование инновационного потенциала предприятия как открытой социально-экономической системы. Проанализированы методические основы по оценке инновационного потенциала предприятия по нескольким подходами. Усовершенствована методика оценки уровня инновационного потенциала, основанной на учете уровня инновационного климата предприятия.

RESUME

Verholyad Iryna

Methodical approaches to formulation and evaluation of innovative potential of enterprises

The paper considers different approaches to the definition of «innovative potential of the enterprise», the characteristics of its formation, listed the requirements for the evaluation of innovative potential. The impact of factors on the innovative potential of the enterprise as a socio-economic system is considered. The methodical basis of innovation potential of companies in several approaches are given. The method of evaluation of innovative potential, based on consideration of the level of enterprise innovation climate is improved.

Стаття надійшла до редакції 07.03.2011 р.

Інна ГНЕУШЕВА

кандидат технічних наук,
доцент кафедри фінансів,
Запорізька державна інженерна академія

Ольга КАЦИЛО

Запорізька державна інженерна академія

ВПЛИВ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ РЕФІНАНСУВАННЯ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНІСТІ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто основні методи рефінансування дебіторської заборгованості та їх переваги і недоліки. Проаналізовано вплив застосування цих методів на основні показники фінансової стійкості підприємства.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, управління дебіторською заборгованістю, фінансова стійкість, рефінансування, факторинг.

Головним чинником, що визначає фінансовий стан підприємства, є його оборотні кошти та обсяги дебіторської заборгованості.

Дебіторська заборгованість є особливим видом активів, який визначає права підприємства на отримання від контрагентів грошових коштів. Від умов її визнання, достовірності оцінки, а особливо своєчасності погашення залежить рівень платоспроможності підприємства.

Фінансова стійкість підприємства передбачає збалансованість фінансових потоків, наявність коштів, які дають підприємству змогу підтримувати свою діяльність протягом певного періоду часу. Вона є показником платоспроможності підприємства в довгостроковому періоді.

Вивченням проблеми управління дебіторською заборгованістю займалися багато вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків – М. Д. Білик, І. О. Бланк, Ф. Ф. Бутинець, І. О. Власов, С. Ф. Голов, Т. П. Головченко, Т. М. Ковальчук, О. Конторщикова, С. А. Кузнецова, В. С. Лень, Н. М. Новікова та інші. На сучасному етапі розвитку країни розробка комплексного підходу щодо управління дебіторською заборгованістю на стадії її формування та інкасації має

велике практичне значення, тому цей факт зумовлює необхідність подальшого дослідження системи управління дебіторською заборгованістю. [2, с. 54].

Метою дослідження є визначення впливу застосування методів рефінансування дебіторської заборгованості на фінансову стійкість підприємства. Для її досягнення необхідно окреслити основні теоретичні положення відносно наявних методів рефінансування дебіторської заборгованості та проаналізувати вплив цих методів на показники фінансової стійкості підприємства.

Великий вплив на оборотність капіталу, вкладеного в оборотні активи, а отже, і на фінансовий стан підприємства справляє збільшення або зменшення дебіторської заборгованості. Її величина залежить від обсягу продажів, умов розрахунку з покупцями, періоду відстрочення платежу, платіжної дисципліни покупців, організації контролю за станом дебіторської роботи і претензійної роботи на підприємстві.

Розглянемо вплив обсягу дебіторської заборгованості на фінансову стійкість підприємства на прикладі ВАТ "Запоріжсталь". Для цього було розглянуто тенденцію змін обсягу дебіторської заборгованості за 2005-2009 рр. (рис. 1).

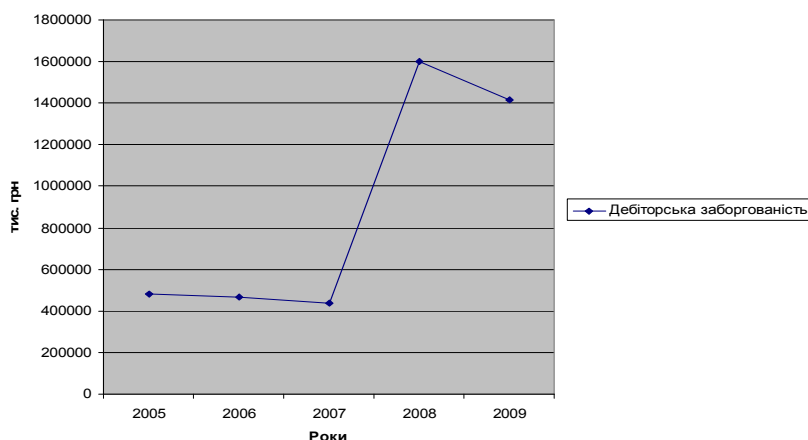


Рис. 1. Динаміка обсягу дебіторської заборгованості ВАТ "Запорізький металургійний комбінат "Запоріжсталь" за 2005-2009 рр.

Із графіку видно різке підвищення обсягу дебіторської заборгованості у 2007-2008 рр., яке відбулося внаслідок несвоєчасно проведених розрахунків та політики надання товарного кредиту. Ці

зміни відобразилися як на абсолютних так і на відносних показниках фінансової стійкості підприємства (табл. 1).

Таблиця 1. Динаміка абсолютних та відносних показників фінансової стійкості ВАТ "Запоріжсталь" за 2005-2009 рр.

Найменування показника	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	Абсолютне відхилення (+;-)	Темп росту, %	Темп приросту, %
Забезпечення запасів і витрат власним капіталом	859402	1116224	1273358	-601498	-861116	-1720518	-	-
Забезпечення запасів і витрат власним капіталом та довгостроковими позиками	1043255	1308094	1481452	1523884	973258	-69997	93,29	-6,71
Забезпечення запасів і витрат стійкими пасивами та всіма зовнішніми позиками	1141345	1459094	1613805	2333548	1233704	+92359	108,09	8,09
Трикомпонентний вектор	{1;1;1}	{1;1;1}	{1;1;1}	{0;1;1}	{0;1;1}	-	-	-
Тип фінансової стійкості	Абсолютна	Абсолютна	Абсолютна	Нормальна	Нормальна	-	-	-
Коефіцієнт автономії	0,86	0,85	0,86	0,58	0,62	-0,24	72,09	-27,91
Коефіцієнт фінансової залежності	1,16	1,18	1,16	1,71	1,6	+0,44	137,93	37,93
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,42	0,48	0,45	0,55	0,39	-0,03	92,86	-7,14

З таблиці видно, що за останні два роки показники фінансової стійкості погіршились за рахунок збільшення обсягу дебіторської заборгованості, це свідчить про необхідність оптимізації обсягів дебіторської заборгованості з метою прискорення розрахунків з контрагентами. Досягненню цієї мети слугує використання сучасних методів рефінансування дебіторської заборгованості.

Рефінансування дебіторської заборгованості – це переведення її в інші, ліквідні форми оборотних активів: гроші, короткострокові фінансові вкладення тощо. Незалежно від виду операції, рефінансування її використання базується на єдиних принципах:

- загальні витрати на рефінансування не повинні перевищувати очікуваний прибуток від використання вивільнених коштів у господарському обороті;
- витрати на рефінансування не повинні перевищувати вартості короткострокових кредитів для підтримки платоспроможності підприємства до інкасації дебіторської заборгованості;
- витрати на рефінансування не повинні перевищувати інфляційні втрати у випадку затримки платежів.

Основними методами рефінансування дебіторської заборгованості є:

- облік векселів, які видані покупцям продукції;
- форфейтинг;
- факторинг.

Облік векселів, які надаються покупцями продукції, є фінансовою операцією з продажу їх банку або другому фінансовому інституту, другому суб'єкту господарювання за визначеною (дисконтною) ціною, яка встановлюється залежно від їх номіналу, строку погашень та облікової вексельної ставки. Облікова

вексельна ставка містить: середню депозитну ставку, ставку комісійної винагороди, а також рівень премії за ризик у разі сумнівної платоспроможності векселедавача. Зазначена операція може бути здійснена тільки щодо переказаного векселя.

За цієї форми рефінансування вексель продається банку з дисконтом (знижкою з ціни). Ставка дисконту в цьому випадку є ціною рефінансування і обчислюється за формулою:

$$CT_o = \frac{(B_n \times D_n \times CT_n)}{100\%} \times 360 \text{ дн.}, \quad (1)$$

де CT_o – ставка дисконту, (%);

B_n – номінал векселя (грн.);

D_n – кількість днів до оплати векселя (днів);

CT_n – ставка банківського процента з урахуванням премії за ризик (%);

360 ДН – 360 днів. [2, с. 198-199].

Маючи статус цінного папера, перехідний вексель може бути також предметом купівлі-продажу на фондовому ринку, а в окремих випадках використовується і як засіб платежу. У цьому випадку загальні витрати на рефінансування складаються із виплаченої біржовим посередникам комісійної винагороди та можливої курсової різниці при продажу векселя за ціною, меншою за номінал.

Переваги такої форми рефінансування для підприємства-постачальника полягають у:

- а) гарантії, що кредити, які надає підприємство своїм контрагентам, можуть бути рефінансовані у банку за вигідною відсотковою ставкою;
- б) підвищенні рівня ліквідності активів. [1, с. 121].

Ефективність операції з обліку векселів підприємство-постачальник може оцінити шляхом

порівняння додаткових доходів, які сподівається отримати від використання коштів протягом періоду, який залишається до кінця погашення векселя, з розміром дисконтної ціни.

Форфейтинг є фінансовою операцією з експертного товарного кредиту шляхом передачі (індосаменту) переказного векселя на користь банку зі сплатою йому комісійної винагороди. По суті форфейтинг об'єднує елементи факторинга і обліку векселів. Форфейтинг використовується при здійсненні довгострокових експортних поставок і дозволяє експортеру негайно отримати грошові кошти шляхом обліку векселів. Водночас його недоліком є значна вартість цих операцій. Форфейтинг здійснюється шляхом передачі (індосаменту) переказного векселя на користь банку зі сплатою комісійної винагороди. Банк бере на себе зобов'язання щодо фінансування експертної операції шляхом сплати по обліковому векселю, який гарантується наданням авалю банку держави імпортера. У результаті форфейтування заборгованість покупця по товарному кредиту трансформується в заборгованість фінансову.

У цьому випадку продаж боргу, оформленого оборотними документами, здійснюється на умовах відмови банку від регресу вимог на кредитора у разі, якщо боржник виявився неплатоспроможним. Але для того, щоб зменшити ризик можливих втрат при

неповерненні частини боргу, банк вимагає значну знижку з ціни (дисконт). Величина цього дисконту і виступає ціною рефінансування дебіторської заборгованості за допомогою форфейтинга [9, с. 44].

Форфейтинг - переваги для продавця, наступні:

- фіксована ставка дисконту при наданні форфейтингових послуг;
 - фінансування за рахунок форфейтера без права регресу;
 - зменшення витрат і часу на управління боргом;
 - відсутність ризиків;
 - простота і швидкість оформлення документації.
- Поряд із перевагами існують і недоліки, а саме:
- можливі ускладнення у випадку якщо гарант покупця не влаштує форфейтера;
 - більш висока маржа форфейтера порівняно зі звичайним комерційним кредитуванням.

Факторингова операція дозволяє підприємству-продавцю рефінансувати переважно частину дебіторської заборгованості щодо наданого покупцю кредиту в короткі строки, скоротивши тим самим період фінансового і операційного циклів.

Основними операторами факторингового ринку України є Укресімбанк, Райффайзен Банк Аваль, ОТП Банк, Укрсоцбанк та Сведбанк, умови надання цих послуг наведено у таблиці 2.

Таблиця 2. Умови надання факторингу провідними банками України

Банк	Макс. обсяг факторингу, % суми поставки	Ставка в гривнях, річних	Комісія за управління дебіторським боргом та за обслуговування, % суми боргу
Укресімбанк	95%	20 – 22%	-
Райффайзен Банк Аваль	80 – 90%	15 – 15,5%	0,5 – 1%
ОТП Банк	90%	12,5 – 17%	0,5 – 3,2%
Укрсоцбанк	75%	19 – 21%	0,5 – 1,5%
Сведбанк	85%	19 – 21%	0,5 – 1%

Було визначено ефективність факторингової операції для ВАТ "Запорізький металургійний комбінат "Запоріжсталь". Для розрахунку використовуємо середній тариф п'яти найбільших банків, які надають факторингові послуги.

ВАТ "Запоріжсталь" мало на кінець 2009 року дебіторську заборгованість в обсязі 1 413 295 тис. грн. З метою підвищення фінансової стійкості підприємству можна запропонувати продати банку право стягнення дебіторської заборгованості на суму 1 400 тис. грн. на умовах:

- комісійна плата за здійснення факторингової операції стягується банком у розмірі 1% від суми боргу;
- банк надає підприємству кредит у формі попередньої оплати його боргових вимог у розмірі 80% від суми боргу;
- процентна ставка за наданий банком кредит становить 17% на рік;
- середній рівень процентної ставки на ринку короткострокових кредитів становить 22% на рік.

Виходячи із цих даних у першу чергу визначимо додаткові витрати підприємства по здійсненню факторингової операції. Вони складають:

$$\text{комісійна плата} = \frac{1400 \times 1}{100} = 14 \text{ тис. грн.};$$

$$\begin{aligned} \text{плата за користування кредитом} &= \\ &= \frac{(1400 \times 0,8) \times 17}{100} = 190,4 \text{ тис. грн.} \end{aligned}$$

$$\text{разом витрати} = 14 + 190,4 = 204,4 \text{ тис. грн.}$$

З огляду на розраховану суму додаткових витрат, визначимо їх рівень відносно додатково отриманих грошових активів. Він складе:

$$\frac{204,4 \times 100}{1400 \times 0,8} = 18,25\%$$

Порівнюючи отриманий показник із середнім рівнем процентної ставки на ринку грошей ми бачимо, що здійснення факторингової операції для підприємства більш вигідне, ніж отримання фінансового кредиту.

Було розглянуто вплив застосування операції факторингу на фінансову стійкість ВАТ "Запорізький металургійний комбінат "Запоріжсталь". Для унаочнення результату розрахунків було зведено в таблицю 3.

Як бачимо з таблиці 3, відбулися зміни відповідних коефіцієнтів:

- коефіцієнт автономії збільшився на 0,02;
- коефіцієнт фінансової залежності зменшився на 0,04;
- коефіцієнт фінансової незалежності збільшився на

0,03.

Недолік факторингової операції – додаткові витрати

продавця, пов'язані з продажем продукції, а також втрати прямих зв'язків з покупцем у процесі здійснення ним платежів.

Таблиця 3. Зміна коефіцієнтів фінансової стійкості після застосування факторингової операції за 2009 рік

Найменування показника	До застосування факторингової операції	Після застосування факторингової операції	Абсолютне відхилення (+;-)
Коефіцієнт автономії	0,62	0,64	0,02
Коефіцієнт фінансової залежності	1,6	1,56	-0,04
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,39	0,42	0,03

Факторинг має переваги для продавця, а саме:

- можливість значного збільшення об'ємів поставок і ринкової долі, а відповідно і прибутку компанії;
- можливість планування своїх фінансових ресурсів без урахування платіжної дисципліни покупців;
- можливість здійснювати закупівлю товарів за більш низькими цінами, маючи оборотні кошти;
- покращення ділового іміджу і платоспроможності завдяки можливості здійснювати своєчасні розрахунки зі своїми кредиторами.

Як бачимо з вищевикладеного, стан дебіторської заборгованості безпосередньо впливає на фінансову стійкість підприємств. Збільшення дебіторської заборгованості означає вилучення засобів з обороту, що призводить до зниження платоспроможності підприємства, зниження його конкурентної переваги на ринку і загалом справляє негативний вплив на фінансову стійкість підприємства. Тому актуальним стає питання ефективного управління дебіторською заборгованістю.

Отже, для оптимізації розміру та структури дебіторської заборгованості підприємствам доцільно рефінансувати її частину. Основними методами рефінансування є: облік векселів, які видані покупцем продукції, форфейтинг та факторинг. Незважаючи на деякі недоліки, ці методи мають ряд переваг і виступають ефективними інструментами управління дебіторською заборгованістю.

Застосування методів рефінансування дебіторської заборгованості дає можливість переведення її в інші, ліквідні фо-рми оборотних активів: гроші, короткострокові фінансові вкладення тощо. Це сприяє підвищенню показників фінансової стійкості підприємства.

Список літератури

1. Басюк, М. П. Реструктуризація дебіторської заборгованості підприємства [Текст] / М. П. Басюк // Фінанси України. – 2004. – №12 – С. 115-123.
2. Бланк, И. А. Финансовый менеджмент [Текст] : учебный курс / И. А. Бланк. - К: Эльга: Ника-Центр, 2002.- 528 с.
3. Бугай, В. З. Управління дебіторською заборгованістю підприємства [Текст] / В. З. Бугай // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2007. – №1. – С. 60-63.
4. Іванілов, О. С. Механізм управління дебіторською заборгованістю підприємства [Текст] / О. С. Іванілов // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 1. – С. 156-163.
5. Льяшенко, Н. С. Організаційно-економічний механізм управління дебіторською заборгованістю [Текст] / Н. С. Льяшенко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2009. – №5. – С. 73-78.
6. Курта, Н. В. Сучасні проблеми управління дебіторською заборгованістю [Текст] / Н. В. Курта // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2006. – №6. – С. 370-373.
7. Лищенко, О. Г. Управління дебіторською заборгованістю як

фактором фінансової стійкості підприємства [Текст] / О. Г. Лищенко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – №3. – С. 84-89.

8. Некрасенко, Л. А. Шляхи оптимізації дебіторської заборгованості підприємств [Текст] / Л. А. Некрасенко // Економічний простір. – 2008. – №12/2 – С. 27-34.
9. Сліпачук, О. Управління дебіторською заборгованістю [Текст] / О. Сліпачук // Контроль. – 2010 - № 1-2, січень-лютий. – С. 37-56.
10. Сліпачук, О. Управління дебіторською заборгованістю як важливий чинник підвищення фінансової стійкості підприємства [Текст] / О. Сліпачук // Довідник економіста. – 2006. - №3. – С. 50-55.

РЕЗЮМЕ

Гнеушева Інна, Кацьло Ольга

Влияние применения методов рефинансирования дебиторской задолженности на финансовую устойчивость предприятия

В статье рассмотрены основные методы рефинансирования дебиторской задолженности и их преимущества и недостатки. Проанализировано влияние применения этих методов на основные показатели финансовой устойчивости предприятия.

RESUME

Gnyeusheva Inna, Katsylo Olga

Effect of application of the refinancing of receivables on the financial sustainability of the enterprise

In the article the main methods of refinancing of receivables and their advantages and disadvantages are considered. The influence of applying of these methods to key indicators of financial stability of the company is analysed.

Стаття надійшла до редакції 30.03.2011 р.

Інна ГНЕУШЕВА

кандидат технічних наук,
доцент кафедри фінансів,
Запорізька державна інженерна академія

Дар'я РУССКИХ

Запорізька державна інженерна академія

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОЦІНКИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто теоретичні підходи до трактування фінансової стійкості підприємства. Досліджено оцінку фінансової стійкості за допомогою аналітичних коефіцієнтів. Запропоновано оптимальний перелік показників для аналізу фінансової стійкості підприємства. Вивчено показники фінансової стійкості ВАТ «Запоріжжвогнетрив».

Ключові слова: підприємство, фінансова стійкість, оцінка фінансової стійкості, аналітичні коефіцієнти, оптимальний перелік показників оцінки фінансової стійкості.

Швидкоплинність, високий ступінь ризику господарських операцій, складність фінансового становища більшості суб'єктів господарювання, особливо за умов фінансової кризи та соціально-політичної нестабільності, призводить до необхідності постійного розвитку, вдосконалення, адаптації основ фінансової діагностики. З урахуванням того, що кожен суб'єкт є багатоелементним комплексом, який постійно розвивається, виникає необхідність дослідження фінансового стану, міри його фінансової стійкості [2, с. 35]. Кожне підприємство має визначити власну межу фінансової стійкості, оскільки недостатня може призвести до його неплатоспроможності, а надлишкова – сприятиме формуванню надлишкових запасів та резервів, у зв'язку з чим зростуть витрати на їх утримання, спостерігатиметься недоотримання прибутку та гальмування темпів економічного розвитку підприємства.

Тому необхідно виробити комплексний підхід до оцінки фінансової стійкості підприємства, який б дійсно давав керівництву підприємства виявляти слабкі місця та приймати правильні управлінські рішення. Тому розкриття сутності методів аналізу фінансової стійкості у різних вчених-економістів є актуальним.

Основні аспекти визначення та аналізу фінансової стійкості підприємства досліджувались зарубіжними науковцями, серед яких М. С. Абрютіна, О. В. Грачов, В. В. Ковальов, Г. В. Савицька, А. Д. Шеремет та вітчизняних науковців, серед яких І. О. Бланк, К. В. Измайлова, Р. О. Костирко, В. О. Мец та інші. Проте на сьогодні і досі залишаються актуальними питання визначення та оцінки фінансової стійкості.

Метою даної статті є узагальнення підходів щодо визначення сутності та оцінки фінансової стійкості підприємства. Для досягнення мети необхідно проаналізувати сучасні підходи, розглянути методики її оцінки за допомогою аналітичних показників та запропонувати оптимальний перелік показників для оцінки фінансової стійкості.

В ринкових умовах підставою для виживання й основою стабільного становища підприємства слугує його фінансова стійкість. Якщо підприємство фінансово

стійке, платоспроможне, то воно має ряд переваг перед іншими підприємствами того ж профілю для одержання кредитів, залучення інвестицій, у виборі постачальників й у підборі кваліфікованих кадрів. Чим вище стійкість підприємства, тим більше воно незалежне від несподіваної зміни ринкової кон'юнктури й, отже, тим менший ризик опинитися на краю банкрутства [3, с. 5].

Щодо визначення економічної природи такого поняття, як фінансова стійкість, існує безліч точок зору, що мають спільні, або суттєві відмінності. М. С. Абрютіна й О. В. Грачов у праці «Аналіз фінансово-економічної діяльності» визначають, що фінансова стійкість підприємства є не що інше, як надійно гарантована платоспроможність, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури й поведінки партнерів. Вони ж виокремлюють і головну ознаку стійкості – це наявність чистих ліквідних активів, визначених як різниця між зобов'язаннями на той або інший момент часу.

В. В. Ковальов і О. Н. Волкова стверджують, що одна з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства – стабільність його діяльності у довгостроковій перспективі. Вона пов'язана із загальною фінансовою структурою підприємства, ступенем його залежності від кредиторів і інвесторів [6, с. 256]. Отже, фінансова стійкість характеризується співвідношенням власних і позикових коштів. Хоча, розглядаючи аналіз майнового становища, В. В. Ковальов вважає, що його стійкість значною мірою залежить від доцільності й правильності вкладення фінансових ресурсів у активи.

Н. А. Мамонтова характеризує фінансову стійкість як такий стан підприємства, при якому забезпечується стабільна фінансова діяльність, постійне перевищення доходів над витратами, вільний обіг грошових коштів, ефективне управління фінансовими ресурсами, безперервний процес виробництва і реалізації продукції [8]. За визначенням Г. Г. Кірейцева в навчальному посібнику «Фінансовий менеджмент», фінансова стійкість є станом майна підприємства, що гарантує йому платоспроможність, фінансова стійкість підприємства передбачає, що ресурси вкладені в

підприємницьку діяльність повинні окупитись за рахунок грошових надходжень від господарювання, а отриманий прибуток забезпечувати самофінансування та незалежність підприємства від зовнішніх залучених джерел формування активів.

А. Д. Шеремет і Е. В. Негашев не дають визначення, а вважають, що різниця реального власного капіталу й статутного капіталу є основним вихідним показником стійкості фінансового стану підприємства. При цьому вони підкреслюють, що однією з важливих характеристик фінансового стану підприємства виступає його фінансова стійкість.

Найбільш точно, на нашу думку, розкриває це питання Г. В. Савицька: «Фінансова стійкість підприємства – це здатність суб'єкта господарювання функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів і пасивів в мінливому внутрішньому й зовнішньому середовищі, що гарантує його постійну платоспроможність і інвестиційну привабливість у межах допустимого рівня ризику» [5, с. 519].

Тому, узагальнюючи підходи щодо визначення фінансової стійкості, її можна визначити як комплексне поняття, що відображає стабільний фінансовий стан підприємства, при якому ефективно формуються, розподіляються та використовуються фінансові ресурси, забезпечується фінансова незалежність,

платоспроможність, прибутковість та рентабельність, розвиток діяльності на поточний та майбутній періоди.

Наскільки ефективно підприємство здійснює управління фінансовими ресурсами, можна проаналізувати за допомогою відповідних коефіцієнтів. Перевагами цього аналізу М. Л. Котляр вважає його методологічну прозорість, тобто обчислення коефіцієнтів не потребує спеціальних математичних знань, і будь-яка особа, що достатньою мірою володіє економічною термінологією, здатна розібратися у значенні показників, та велика інформативна місткість цих коефіцієнтів.

Сьогодні відсутня єдина методологія оцінки фінансової стійкості підприємства. Вітчизняні і зарубіжні учені для цього пропонують великий перелік показників з різною методикою розрахунку та кількістю показників [11]. Вчені в основному використовують 15 фінансових коефіцієнтів при цьому можна їх поділити на 4 групи, які зображені на рисунку 1.

Варто зауважити, що розподіл за групами показників фінансового стану іноді має протилежну спрямованість точною копією його показника. Наприклад: коефіцієнт автономії – коефіцієнт фінансової залежності; коефіцієнт відношення власного капіталу до позикового – коефіцієнт відношення позикового до власного капіталу (коефіцієнт фінансового ризику) та інші.

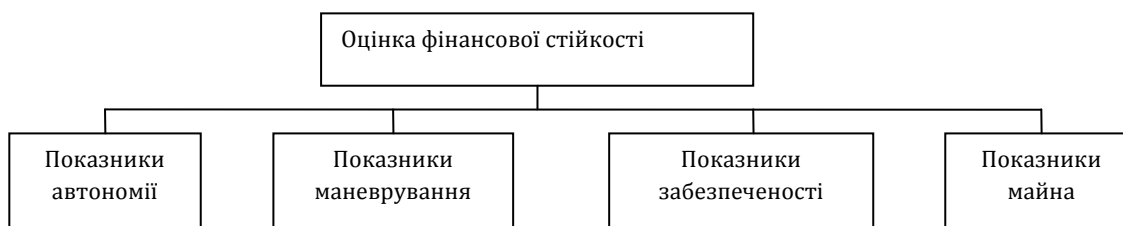


Рис. 1. Показники оцінки фінансової стійкості підприємства

В таблиці 1 наведена порівняльна характеристика аналітичних коефіцієнтів, запропонованих вченими для виміру фінансової стійкості підприємства та об'єднаних у групи.

В цілому групу показників визначення фінансової стійкості підприємства проілюстровано на рисунку 2.

Аналіз частоти використання різноманітних груп коефіцієнтів фінансової стійкості в економічній літературі показав, що найбільшою є група структури капіталу, тобто показники автономії. На другому місці перебувають показники забезпечення, а на третьому місці – маневрування, які демонструють, наскільки мобільний власний капітал. Показники майна, що відображають рівень виробничого потенціалу підприємства, займають 4 місце.

Аналіз наукових джерел дає змогу зробити висновок, що між запропонованими різними вченими показниками існує цілий ряд відмінностей, які ускладнюють процес здійснення якісного аналізу та оцінки фінансової стійкості підприємства. По-перше, це неоднозначність найменувань у різних вчених. Сутність і розрахунок коефіцієнтів збігається, однак назви самих коефіцієнтів є різними. По-друге, це різна методика розрахунку показників, які мають одну й ту саму назву. Різниця в розрахунках пов'язана як із різним розрахунком власного оборотного капіталу, так і з наявністю або відсутністю тих чи інших статей балансу в розрахункових формулах.

Враховуючи вищевикладене, було сформульовано вимоги, яким повинна відповідати система фінансових

коефіцієнтів з точки зору ефективності оцінки фінансової стійкості підприємства:

- фінансові коефіцієнти повинні бути максимально інформативними і давати цілісну картину фінансової стійкості підприємства;
- в економічному змісті фінансові коефіцієнти повинні мати однакову спрямованість (зростання коефіцієнта означає покращення фінансового стану);
- для всіх фінансових коефіцієнтів повинні бути вказані нормативи мінімально задовільного рівня або діапазону змін;
- фінансові коефіцієнти повинні розраховуватися тільки за даними публічної бухгалтерської звітності підприємств;
- фінансові коефіцієнти повинні давати можливість проводити рейтингову оцінку підприємства як у просторі (порівняно з іншими підприємствами), так і в часі (за ряд періодів) [12].

Відмінності у методичних підходах ускладнюють розрахунок фінансової стійкості, що призводить до труднощів у намаганні визначити фінансові позиції підприємства. Тому виникає необхідність виявлення системи показників, які б забезпечили можливість прийняття правильних управлінських рішень.

З урахуванням вищевикладених умов доцільно обрати тільки основні, найбільш інформативні та значущі аналітичні коефіцієнти, які відображають основні аспекти фінансової стійкості. На нашу думку, оптимальний перелік коефіцієнтів оцінки, які з

Таблиця 1. Коефіцієнти фінансової стійкості, запропоновані вченими для її визначення

	Норматив	Савицька Г. В.	Негашев Є. В.	Шеремет О. Д.	Сайфулін Р. С.	Ковальов В. В.	Абрютіна М. С.	Артеменко В. Г.	Бланк І. О.	Костирко Р. О.	Ізмайлова К. В.	Шеремет О. О.	Подольська В. О.	Яріш О.В.	Буряк П. Ю.	Всього
1. Показники автономії																
Коефіцієнт автономії	$\geq 0,5$	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	11
Коефіцієнт фінансової залежності	≤ 2	-	-	-	-	+	+	-	+	+	+	+	+	-	-	7
Коефіцієнт співвідношення власних та позикових засобів	\uparrow	-	+	-	+	-	-	-	+	+	+	+	+	-	-	5
Коефіцієнт фінансового ризику	\downarrow	-	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	9
Коефіцієнт автономії запасів та витрат	\uparrow	-	+	+	-	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	5
Коефіцієнт короткострокової заборгованості	$< 0,6$	-	+	+	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-	-	5
Коефіцієнт кредиторської заборгованості	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	-	3
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	-	-	+	+	+	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	10
2. Показники маневрування																
Коефіцієнт маневрування власних оборотних коштів	$\uparrow \geq 0,5$	-	+	+	-	+	+	-	+	-	-	-	+	-	-	6
Коефіцієнт маневрування власного капіталу	$\uparrow \geq 0,5$	+	-	-	+	-	-	+	+	+	+	+	+	+	+	8
3. Показники забезпеченості																
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами поточних активів	$\geq 0,1$	-	-	-	-	+	+	-	+	-	+	+	+	+	+	6
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами матеріальних запасів	0,6-0,8	-	+	+	-	+	+	-	-	+	-	+	+	-	-	6
Коефіцієнт співвідношення мобільних та іммобілізованих засобів	-	-	+	+	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-	-	4
4. Показники майна																
Коефіцієнт реальної вартості майна	$\geq 0,5$	-	+	+	-	+	+	-	-	-	+	+	-	-	-	6
Коефіцієнт накопиченого зносу	-	-	-	-	-	-	+	-	-	-	+	-	-	-	-	2
Інші показники	-	-	2	-	1	-	1	1	3	3	3	11	1	1	26	
Всього		1	13	10	6	6	9	7	12	13	14	22	6	119		

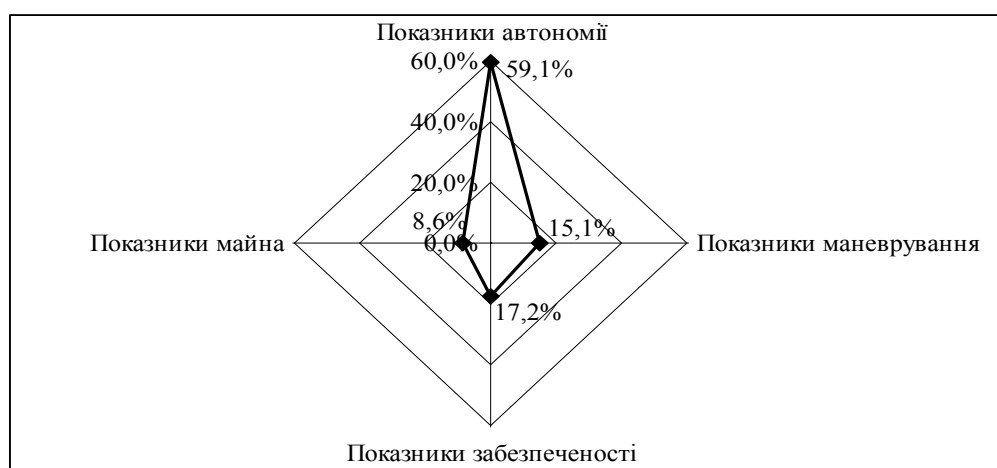


Рис. 2. Частота виміру різних сторін фінансової стійкості підприємства

проведеного аналізу економічної літератури найчастіше використовуються та розкривають сутність фінансової стійкості, повинні бути наступними:

- коефіцієнт автономії;
- коефіцієнт фінансового ризику;
- коефіцієнт короткострокової заборгованості;

- коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів;
- коефіцієнт маневрування власного капіталу;
- коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами поточних активів;
- коефіцієнт забезпеченості власними оборотними

Таблиця 2. Оцінка фінансової стійкості ВАТ «Запоріжвогнетрив» за 2006-2010 рр.

Показник	на	на	на	на	на	Відхилення до попереднього року			
	31.12. 2006	31.12. 2007	31.12. 2008	31.12. 2009	31.12. 2010	2007	2008	2009	2010
Коефіцієнт автономії	0,71	0,71	0,55	0,60	0,67	0,00	-0,16	+0,05	+0,07
Коефіцієнт фін. ризику	0,41	0,41	0,80	0,65	0,50	0,00	+0,39	-0,15	-0,15
Коефіцієнт короткострокової заборгованості	0,15	0,01	0,32	0,29	0,29	-0,14	+0,31	-0,03	0,00
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0,00	0,11	0,00	0,01	0,01	+0,11	-0,11	0,01	0,00
Коефіцієнт маневрування власного капіталу	0,25	0,21	0,02	0,11	0,25	-0,04	-0,19	+0,09	+0,14
Коефіцієнт забезпеченості ВОК поточних активів	0,40	0,35	0,03	0,15	0,35	-0,05	-0,32	+0,12	+0,20
Коефіцієнт забезпеченості ВОК матеріальних запасів	0,64	0,56	0,04	0,25	0,62	-0,08	-0,52	+0,21	+0,37
Коефіцієнт реальної вартості майна	0,76	0,78	0,79	0,78	0,75	+0,02	+0,01	-0,01	-0,03

коштами матеріальних запасів;

– коефіцієнт реальної вартості майна.

Вказані коефіцієнти можуть розглядатися як інструменти пошуку «проблемних точок» у підприємства. Чим менша питома вага позикового капіталу, тим менше необхідність у проведенні поглибленого аналізу структури капіталу. Якщо підприємство характеризується високою долею позикового капіталу, то обов'язкового розгляду вимагає вивчення структури власного капіталу, складу і структури позикового капіталу, співвідношення між величиною позикового і власного капіталів. На перший план виходить вивчення коефіцієнта співвідношення позикового і власного капіталів (коефіцієнт фінансового ризику).

Згідно із запропонованим вище оптимальним переліком оцінки фінансової стійкості підприємства проведено оцінку фінансової стійкості на прикладі ВАТ «Запоріжвогнетрив» за 2006–2010 рр. в таблиці 2.

Проаналізувши фінансову стійкість ВАТ «Запоріжвогнетрив» в таблиці 2, то можна зробити наступні висновки: по-перше, показники автономії відповідають нормативним значенням, що свідчить про перевищення власного капіталу над позиковим та його зростання протягом 2006-2010 рр. та невелику долю довгострокового позикового капіталу; по-друге, показники забезпеченості вказують на те, що основні засоби та виробничі запаси фінансуються за рахунок власного капіталу в середньому на 87% та активи підприємства частково забезпечені власним оборотним капіталом; по-третє, в структурі майна підприємства виробничі активи займають близько 80%. Коефіцієнт маневрування власним капіталом не досягає норми, що відображає недостатню мобільність власного капіталу, але тенденція показника йде до зростання. Позиковий капітал тяжіє до зменшення. В 2008 році відбулось погіршення всіх показників фінансової стійкості, що пов'язано з фінансовою кризою як у країні, так і у світі.

Таким чином можна сформулювати загальний висновок щодо фінансової стійкості підприємства: політика ведення діяльності на ВАТ «Запоріжвогнетрив» наближена до помірного фінансового менеджменту, який ґрунтується на мінімізації ризиків, однією з головних цілей виступає забезпечення максимальної фінансової стійкості, тривалого розвитку підприємства.

Умовою життєдіяльності і основою стабільності стану підприємства в ринковій економіці є його фінансова стійкість, яка формується в процесі всієї його фінансово-господарської діяльності. Остання є комплексним поняттям, що характеризує стабільний фінансовий стан підприємства, при якому ефективно формуються, розподіляються та використовуються фінансові ресурси, забезпечується фінансова незалежність, платоспроможність, прибутковість та рентабельність, розвиток діяльності на поточний та майбутній періоди.

Оцінка фінансової стійкості підприємства є індикатором, який попереджає керівництво про загрози для фінансової стану підприємства на ранніх стадіях. Тому запропоновано оптимальний перелік показників її оцінки, який містить коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансового ризику, коефіцієнт короткострокової заборгованості, коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів, коефіцієнт маневрування власного капіталу, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами поточних активів, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами матеріальних запасів, коефіцієнт реальної вартості майна, що відображає реальну картину відносно фінансової стійкості підприємства та дає можливість здійснювати контроль за станом фінансових ресурсів, можливості маневрувати власними коштами для забезпечення безперебійного процесу діяльності.

Список літератури

1. Бугас, Н. В. Фінансова стійкість підприємств як передумова їх ефективного функціонування і розвитку [Текст] / Н. В. Бугас // Економіка та держава. – 2005. – №6. – С.27-30.
2. Выборова, Е. Н. Особенности диагностики финансовой устойчивости субъектов хозяйствования [Текст] / Е. Н. Выборова // Актуальные проблемы современной науки. – 2003. – №1. – С. 35-41.
3. Грачев, А. В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия [Текст] : учебно-практическое пособие / А. В. Грачев. – М. : Финпресс, 2002. – 208 с.
4. Донченко, Т. В. Теоретичні основи формування механізму управління фінансовою стійкістю підприємства [Текст] / Т. В. Донченко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №1. – С. 23-27.
5. Ізмайлова, К. В. Сучасні технології фінансового аналізу [Текст] : навч. посібник / К. В. Ізмайлова. – К. : МАУП, 2003. – 148 с.

-
6. Ковалев, В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учебник / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 424 с.
 7. Котляр М. Л. Оцінка фінансової стійкості підприємства на базі аналітичних коефіцієнтів [Текст] / М. Л. Котляр // Фінанси України. – 2005. – С.113-117.
 8. Мамонтова Н. А. Фінансова стійкість акціонерних підприємств і методи її забезпечення (на прикладі підприємств харчової промисловості): Автореф. дис. канд. екон. наук / Мамонтова Н. А. ; Ін-т економ, прогнозує. НАН України. – К., 2006. – 16 с.
 9. Подольська В. О. Фінансовий аналіз [Текст] : навчальний посібник / В. О. Подольська, О. В. Яріш. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с.
 10. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] / Г. В. Савицкая. – Минск: Новое знание, 2002. – 704 с.
 11. Шевчук О. Д. Фінансова стійкість сільськогосподарських підприємств: діагноз, оцінка, прогноз: Автореф. дис. канд. екон. наук / Шевчук О. Д. ; Нац. аграрний ун-т КМУ. – К., 2006. – 23 с.
 12. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа [Текст] / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 208 с.

РЕЗЮМЕ

Гнеушева Инна, Русских Дарья

Современные подходы к определению и оценки финансовой устойчивости предприятия

В статье рассмотрены теоретические подходы к трактовке финансовой устойчивости предприятия. Исследована оценка финансовой устойчивости при помощи аналитических коэффициентов. Предложен оптимальный перечень для анализа финансовой устойчивости предприятия. Изучены показатели финансовой устойчивости ОАО «Запорожжогнеупор».

RESUME

Gnyeusheva Inna, Russkih Daria

Modern approaches to determination and estimation of financial steadiness of enterprise

The article considers the theoretical approaches to interpretation of financial steadiness of enterprise. The estimation of financial steadiness of analytical coefficients is investigated. The optimal enumeration of indices for analysis of financial steadiness of company has been proposed. The indices of financial steadiness of public corporation "Zaporozhzhogneupor" are studied.

Стаття надійшла до редакції 30.03.2011 р.

КІЛЬКІСНА ОЦІНКА ЗАТРАТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПРИ ВИЗНАЧЕННІ КОМПЛЕКСНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто склад інтелектуальних ресурсів та методику їх оцінки, визначено складності та недоліки цих оцінок. Запропоновано методику оцінки затрат інтелектуальних ресурсів як складової комплексної ефективності розвитку промислового підприємства.

Ключові слова: інтелектуальні ресурси, оцінка, витрати на якість, комплексна ефективність.

Господарська діяльність так чи інакше пов'язана зі споживанням ресурсів: матеріально-технічних (машини, обладнання, сировина, матеріали і т. д.), трудових, інтелектуальних, інформаційних, часових тощо. Ресурсами прийнято вважати всі активи, здібності, організаційні процеси, фірмові атрибути, інформацію, знання, які контролюються підприємством і дозволяють підвищувати раціональність і ефективність виробництва [2, с. 100]. Кожен з ресурсів має свої специфічні властивості. К. Ковальчук [4, с. 38], зокрема, вважає що час найбільш обмеженим ресурсом, гроші та інші фінансові кошти найбільш ліквідними, енергетичні – найеластичніші, а інтелектуальні ресурси, що є предметом нашої статті, – найбільш рентабельними.

Із наведеного загального визначення ресурсів його значна частина – знання, здібності, фірмові атрибути, організаційні процеси належать до інтелектуального виду. Велика номенклатура інтелектуальних ресурсів, що використовуються в сучасних виробництвах, їх висока економічна віддача, а, відповідно, і значимість для ефективного функціонування та розвитку підприємств визначили інтерес багатьох відомих вчених і практиків до цього об'єкта дослідження. Можна виділити таких вітчизняних і зарубіжних науковців, що відомі своїми здобутками у цій царині: Е. Брукінг, В. Гриньова, П. Друкер, К. Ковальчук, В. Колпаков, Р. Лукас, Л. Лукичева, Л. Мейсел, Г. Назарова, В. Пономаренко, Г. Саймон, А. Сен, Д. Сінк, К. Свейбі, П. Страсман, Т. Стюарт, О. Ястремська. Найбільш проблемною рисою інтелектуальних ресурсів, з точки зору розрахунку ефективності їх використання, є складність ідентифікації та кількісного вираження.

Відповідно, метою даної статті є вдосконалення методики кількісної оцінки затрат інтелектуальних ресурсів при визначенні комплексної ефективності.

Хоча загальноприйнятого визначення інтелектуальних ресурсів немає, серед них, як правило, розрізняють: а) індивідуальні інтелектуальні здібності персоналу: професійні знання, досвід, навички, творчі здібності, ініціативність та інші характеристики особистості, що сформувалися в результаті навчання і практичної діяльності (цей вид ресурсів не може використовуватися окремо від його носія); б) інформаційно-інтелектуальні ресурси – сукупність науково-виробничих і організаційно-управлінських

методів, інструментів, технологій, способів, освоєних у практичній діяльності підприємства. Такі ресурси можуть бути повністю або частково відчужені від їх творців.

Американське товариство оцінювачів (ASA) використовує нематеріальні активи (гудвіл) [9], у яких виділяється три групи нематеріальних активів залежно від можливості і термінів їх амортизації: а) неамортизовані активи, що мають невизначений термін служби і невіддільні від підприємства: географічне розташування, ділову репутацію, налагоджену систему збуту; б) неамортизовані активи, що мають невизначений термін служби і невіддільні від співробітника: репутацію, професійні знання, уміння і навички; в) амортизовані активи, мають певний термін служби і можливість стати на баланс підприємства: торговельні марки, авторські права, патенти.

Тільки частина перерахованих інформаційно-інтелектуальних ресурсів можуть капіталізуватися як нематеріальні активи, тобто сукупність нематеріальних ресурсів, що належать підприємству на основі якимось чином закріпленого права власності.

Відповідно до Положення бухгалтерського обліку «Облік нематеріальних активів» до них можуть бути зараховані такі об'єкти інтелектуальної власності: а) виключне право патентовласника на винахід, промислового зразок, корисну модель, б) виключне авторське право на програми для ЕОМ, бази даних, в) майнове право автора чи іншого власника авторських прав на топології інтегральних мікросхем; г) виключне право власника на товарний знак і знак обслуговування, найменування місця походження товарів; д) виключне право патентовласника на селекційні досягнення.

У складі нематеріальних активів враховуються також ділова репутація підприємства та організаційні витрати (витрати, пов'язані з утворенням юридичної особи, визнані відповідно до установчих документів частиною вкладу учасників (засновників) у статутний капітал підприємства). Хоча організаційні витрати, на думку автора, належать швидше до трансакційних затрат. Всі інші види інтелектуальних ресурсів знаходяться поза рамками бухгалтерського обліку та їх витрати лише побічно враховуються при розрахунках ресурсоємності, наприклад - у витратах на навчання персоналу.

Відомою є пропозиція К.-Е. Свейбі «монітор Свейбі» [13] визначати величину інтелектуальних ресурсів як різницю між ринковою вартістю підприємства, визначену через вартість акцій на біржі та вартістю його ж матеріальних ресурсів. Однак у такому підході і близьких до нього П.Страсмана і Т.Стюарта [1], не вдається виділити окремі складові інтелектуальних ресурсів. Можна припустити, що вся різниця стосується ділової репутації підприємства. Слід також звернути увагу на методологічні складності визначення ринкової вартості підприємств, акції яких не котируються на біржі. У результаті цього сукупна вартість інтелектуальних ресурсів у країнах з розвиненим фондовим ринком становила 86% від загальної вартості підприємства, а в країнах СНД - менше 1% [6, с. 40]. У цьому плані має перспективу розвиток пропозиції акад. В. Трапезнікова [8, с. 51] кількісно визначити рівень знань у виробничій системі як добуток показників фондовіддачі суми основних виробничих та нормованих оборотних засобів (інвестований капітал) і продуктивності праці за доданою вартістю. Однак, при цьому слід враховувати не весь капітал, що інвестується, а тільки ту його частину, яка безпосередньо відображається в інтелектуальній складовій продукції підприємства. Інтелектуальні ресурси значною мірою визначають якість виробленої продукції і послуг, і, відповідно, ефективність функціонування підприємства на всіх його організаційних рівнях. Отже, автор пропонує за базу кількісної оцінки інтелектуальних ресурсів взяти витрати на якість – ціну якості.

В американській практиці досить часто наукоємність промислового виробництва визначають співвідношенням витрат на НДДКР до суми продажів, але ціна якості - це більш емнісне поняття. Витрати, пов'язані з якістю продукції, можуть становити до 40-45% від всіх поточних витрат підприємства та будуть розподілені у бухгалтерській звітності за різними калькуляційними статтями. На погляд автора, у виробничому обліку їх необхідно консолідувати окремою статтею, що дасть можливість наочно представити ціну якості продукції та дозволить цілеспрямовано знаходити оптимальне співвідношення між ціною, якістю і собівартістю.

Більш детальна структура витрат, пов'язаних з якістю, містить [5; 10; 11]:

а) витрати на попередження невідповідності: вартість будь-яких дій, пов'язаних з розробкою нової продукції, створення систем управління якістю;

б) витрати на оцінку і контроль рівня якості: витрати пов'язані з вимірюванням і сертифікацією продукції з метою перевірки їх відповідності чинним стандартам якості;

в) втрати, викликані дефектами, у тому числі: внутрішні, що виникли до поставки продукції (виправлення та утилізація браку), та зовнішні, що виникли після відвантаження продукції (гарантійні витрати).

Стандарти ISO 9000-2000 [7, с. 45-46, 12] ще ширше розглядають витрати на якість і відносять до них усі витрати, обумовлені виконанням встановлених і можливих вимог споживачів, при одночасному скороченні витрат як на забезпечення відповідності продукції зазначеним вимогам, так і збитки від невідповідності. Додатково розглядаються завдання збільшення доходів підприємства та інших бажаних ефектів від підвищення якості. Іншими словами,

інвестиції в процес підвищення якості продукції та попередження дефектів самі по собі повинні слугувати джерелом підвищення економічної ефективності.

Ціна якості є вимірником економічних наслідків, викликаних виконанням або невиконанням будь-яких вимог до якості продукції. Якщо при розробці продукту не враховані суттєві вимоги споживачів, то попит буде меншим на таку продукцію при її випуску. При цьому, чим на більш ранній стадії з'явилися будь-які дефекти, тим більші втрати. Брак, виявлений у споживача – це не тільки витрати на гарантійний ремонт, але й одночасно втрата іміджу постачальника продукції; брак виявлений на виробництві – це витрати тільки на його виправлення.

У той же час витрати на якість відображають тільки організаційну складову інтелектуальних ресурсів, і для повноти їх обліку необхідно включити амортизовані нематеріальні активи та витрати підприємства, пов'язані з формуванням професійних компетенцій персоналу. Затрати інтелектуальних ресурсів повинні виплачуватися і приносити прибуток, як у поточному, так і в майбутніх періодах. У свою чергу, прибуток може бути отриманий тільки при збуті продукції, і чим більш інноваційною буде ця продукція, тим більше буде віддача від інтелектуальних ресурсів. У цьому випадку оцінка затрат інтелектуальних ресурсів на підприємстві буде мати наступний вигляд:

$$B_{ip} = (B'_{як} + B_{nn} + B_{зic}) \left(1 - \frac{\bar{T}_\phi}{\bar{T}_i} \right), \quad (1)$$

де B_{ip} – реальні затрати інтелектуальних ресурсів за період, грн.;

$B'_{як}$ – витрати на якість без урахування витрат на виправлення браку, грн.;

B_{nn} – витрати на перенавчання персоналу, грн.;

$B_{зic}$ – витрати на захист інтелектуальної власності, грн.;

\bar{T}_ϕ – фактичний середній час життя кінцевої продукції підприємства, рік.;

\bar{T}_i – середній час життя виробів в галузі, рік.

А рентабельність цих затрат визначається за формулою:

$$R_{ip} = \frac{RI}{B_{ip}}, \quad (2)$$

де R_{ip} – рентабельність інтелектуальних ресурсів;

RI – економічний прибуток, грн.

Економічний прибуток вираховуємо в такий спосіб:

$$RI = NOPAT - WACC \times IC, \quad (3)$$

де $NOPAT$ – чистий операційний прибуток за винятком наявних податків, отриманий по бухгалтерському обліку, грн.;

IC – інвестований капітал, грн.;

$WACC$ – середньозважена ціна капіталу:

$$WACC = PЗК \times dЗК + PСК \times dСК, \quad (4)$$

де $PЗК$ – ціна позикового капіталу;

$dЗК$ – частка позикового капіталу в загальній

структурі капіталу;

PCK – ціна власного капіталу;

dCK – частка власного капіталу в загальній структурі капіталу.

У свою чергу ціна позикового капіталу розраховується як середньозважена відсоткова ставка по фінансових ресурсах:

$$PЗК = \frac{\sum_{j=1}^m k_j + V_j}{\sum_{j=1}^m V_j} \quad (5)$$

де k_j – ставка j -го відсотка кредитування ($k_j = 0$ для безоплатних позичок), відсоток річних;

V_j – обсяг притягнутих коштів, грн.;

m – число джерел притягнутих коштів.

Ціна власного капіталу може бути визначена за формулою:

$$PCK = p \times \frac{U}{U + A + NOPAT} \quad (6)$$

де p – відношення суми виплачених дивідендів

до ринкової капіталізації компанії;

U – акціонерний капітал, грн.;

A – амортизаційний фонд.

Використання цих формул дозволить кількісно врахувати вплив власних інтелектуальних ресурсів на комплексну ефективність підприємства. Розглянемо застосування запропонованої кількісної оцінки затрат інтелектуальних ресурсів на прикладі великого машинобудівного підприємства м. Запоріжжя [3].

Порівнюючи рентабельність інтелектуальних ресурсів і рентабельність продажів – близько 13%, можна припустити, що підприємство володіє значним потенціалом економічного зростання.

Пропонуємо проводити оцінку інтелектуальних ресурсів, виділяючи з витрат підприємства витрати на якість, перенавчання персоналу та захист прав інтелектуальної власності. Це дозволяє уникнути суб'єктивних експертних оцінок, залучення біржових індексів, які відсутні для більшості підприємств України та визначити потенціал розвитку підприємства. У подальших дослідженнях передбачається уточнити запропоновану оцінку з урахуванням своєчасності оновлення продукції.

Таблиця 1. Оцінка ефективності інтелектуальних ресурсів

	Показники	Звітний рік
1	Чистий операційний прибуток за винятком наявних податків (NOPAT), тис. грн.	230217,00
2	Середньозважена ціна капіталу (WACC)	0,2218
3	Інвестований капітал (IC), тис. грн.	181 817,00
4	Економічний прибуток підприємства (RI), тис. грн.	189 894,33
5	Фактичний середній час життя кінцевої продукції підприємства (\bar{T}_ϕ), рік	7,5
6	Середній час життя виробів у галузі (\bar{T}_i), рік	10
7	Витрати на якість без урахування витрат на виправлення браку ($B'_{як}$), тис. грн.	127171,50
8	Витрати на перенавчання персоналу ($B_{пн}$), тис. грн.	2065,64
9	Витрати на захист інтелектуальної власності ($B_{зic}$), тис. грн.	120,00
10	Витрати інтелектуальних ресурсів за період (B_{ip}), тис. грн.	517428,56
11	Рентабельність інтелектуальних ресурсів (R_{ip})	36,70

Список літератури

- Брукинг, Э. Интеллектуальный капитал: ключ к успеху в новом тысячелетии [Текст] / Э. Брукинг. – СПб. : Питер, 2001. – 288 с.
- Бурманн, К. Нематериальные организационные способности как компонент стоимости предприятия [Текст] / К. Бурманн // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – №3. – С. 99-104
- Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // http://eds.ssmc.gov.ua:8082/rpt13_sect0.aspx#p2:rpt48_sect0.aspx
- Ковальчук, К. Ф. Моделирование неопределенности поведения сложных экономических систем [Текст] / К. Ф. Ковальчук // Современные проблемы моделирования социально-экономических систем: монография. – Х. : ФЛП Александрова К. М.; ИД «ИНЖЭК», 290. – 440 с. – С. 38-49
- Литвинова, А. В. Роль инноваций в повышении качества и конкурентоспособности продукции [Текст] / А. В. Литвинова // Посткризисные очертания инновационных процессов: материалы Десятых Дружковских чтений; под ред. Р. М. Нижегородцева. – М. – Новочеркасск : ЮРГТУ, 2010. – С. 187-191
- Лукичева, Л. И. Управление интеллектуальным капиталом [Текст]: учебн. пособие / Л. И. Лукичева. – М. : Омега-Л, 2007. – 552 с.
- Пономаренко, В. С. Механізм прийняття управлінських рішень на підприємстві: процесний підхід [Текст] : наукове видання / В. С. Пономаренко, С. В. Мінухін, О. М. Беседовський. – Х. : ХНЕУ, 2005. – 240 с.
- Трапезников, В. А. Управление и научно-технический прогресс [Текст] / В. А. Трапезников. – М. : Наука, 1983. – 224 с. 199
- Управление организацией, ориентированной на стоимость [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://spb-tei.ru/kursoviki/169-upravlenie-organizaczej.html>
- Фейгенбаум, А. Контроль качества продукции [Текст] / А. Фейгенбаум; сокр. пер. с англ.; авт. предисл. и науч. ред. А. В. Гличев. – М. : Экономика, 1986. – 471 с.
- Экономика качества. Основные принципы и их применение [Текст] / Под ред. Дж. Кампанеллы; пер. с англ. А. Раскина; научн. ред. Ю. П. Адлер и С. Е. Шенетова. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2005. – 232 с.
- International Standart ISO 9000 (E). – second edition (2000-12-15) – ISO 2000. – 28 p.
- Sveiby K.-E. Intellectual capital and knowledge management. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://www.sveiby.com.au/IntellectualCapital.html/>

РЕЗЮМЕ

Гонтарева Ирина

Количественная оценка издержек интеллектуальных ресурсов при определении комплексной эффективности

Предложена методика количественной оценки затрат интеллектуальных ресурсов, которая состоит из определения реальных издержек интеллектуальных ресурсов, учитывающих затраты на качество, переобучение персонала, защиту интеллектуальной собственности, а также жизненный цикл продукции, и их рентабельности. Эта количественная оценка является составляющей комплексной эффективности и позволяет избежать субъективных экспертных оценок, привлечение биржевых индексов и определить потенциал развития предприятия.

RESUME

Gontareva Iryna

Quantitative estimation of intellectual resources in determining of the integrated efficiency

The method of quantifying costs of intellectual resources, which consists of determining of the real costs of intellectual resources, taking into account the cost of quality, education of personnel, protection of intellectual property, as well as product of life cycles, and its profitability is proposed. This quantitative estimation is a component of a integrated efficiency and avoids the subjective expert estimates. The involvement of stock market indices and identify potential of development enterprise.

Стаття надійшла до редакції 07.03.2011 р.

Володимир ГОРДОПОЛОВ

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансового аналізу і контролю,
Київський національний торговельно-економічний університет

Наталія ГОРДОПОВОЛА

кандидат економічних наук,
доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Вінницький інститут економіки
Тернопільського національного економічного університету

ЗАСТОСУВАННЯ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ПРИ ОЦІНЦІ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті визначено місце і роль аналізу фінансових результатів у системі управління підприємством. Досліджено факторні моделі чистого прибутку, оцінено їх інформативність та адаптованість до сучасних вимог фінансового аналізу. Запропоновано шляхи вдосконалення факторного аналізу чистого прибутку для підвищення ефективності та результативності управління фінансовими результатами діяльності підприємств.

Ключові слова: фінансові результати, чистий прибуток, факторний аналіз, факторні моделі.

Функціонування будь-якого підприємства, незалежно від видів його діяльності і форм власності, в умовах становлення ринкових відносин визначається його здатністю створювати необхідну і достатню величину доходу або прибутку. Згідно із Господарським кодексом України, підприємництвом є господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку [1]. Тому аналіз останнього займає провідне місце в системі фінансового аналізу, оскільки за ним оцінюється ступінь досягнення кінцевої мети діяльності підприємства. [8, с. 185].

Місце і роль аналізу фінансових результатів в системі управління підприємства обумовлюється потребою у повній та об'єктивній інформації щодо стану і динаміки фінансових відносин у ході виконання бізнес-планів. Первинна інформація надходить із бухгалтерського обліку, який забезпечує постійне збирання, систематизацію і узагальнення облікових даних. Разом з тим, управління фінансами потребує інформації щодо характеру змін в економіці підприємства і тенденціях його розвитку, яка формується у підсистемі фінансового аналізу.

В сучасних умовах господарювання отримання прибутку та забезпечення рентабельної діяльності суб'єкта господарювання є необхідною складовою, яка обумовлює зростання ринкової вартості підприємства. Як основний узагальнюючий показник фінансових результатів діяльності підприємства, прибуток є важливим джерелом формування його капіталу, забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності. Отримання прибутку - одна із стратегічних цілей управління та найважливіший об'єкт фінансового аналізу, що обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Прибуток є наслідком (результатом) різноспрямованого руху грошових потоків, що характеризуються доходами і витратами підприємства (чинниками по відношенню до прибутку). Доходи і

витрати як взаємопов'язані чинники утворення прибутку підприємства мають досліджуватися на всіх етапах їх формування. В узагальненому вигляді прибуток може розглядатися як різниця між доходами, отриманими підприємством за відповідний період внаслідок своєї діяльності, та витратами, здійсненими за той же період для забезпечення цієї діяльності [7, с. 80].

При аналізі прибутку доцільно виділити такі основні етапи:

- аналіз формування фінансових результатів
- аналіз складу та динаміки прибутку підприємства
- факторний аналіз фінансових результатів
- аналіз рентабельності господарської діяльності, активів і капіталу підприємства
- аналіз розподілу та ефективності використання чистого прибутку

Оцінка резервів збільшення прибутку та прогнозування фінансових результатів.

Факторний аналіз фінансових результатів дозволяє поглибити результати, отримані у межах загального аналізу. Його спрямовано на кількісну оцінку впливу різноманітних чинників на зміну фінансових результатів діяльності підприємства. В основі факторного аналізу лежить використання методичного прийому елімінавання, який дозволяє відокремити вплив кожного чинника на зміну результативного показника, що відбулася в звітному періоді.

Для управління фінансовими результатами факторний аналіз є надзвичайно важливим, він дозволяє виявити чинники прямого і непрямого впливу на прибуток, оцінити ступінь їх впливу і визначити, що в діяльності підприємства і якою мірою, необхідно змінювати для покращення його фінансових результатів.

Метою нашої статті є визначення шляхів вдосконалення факторного аналізу чистого прибутку для підвищення ефективності та результативності

управління фінансовими результатами діяльності підприємства.

Моделі детермінованого факторного аналізу чистого прибутку досить докладно розглядаються у спеціальній економічній літературі [3-10]. Але більшість моделей, які пропонуються, є дво- або трифакторними, що зменшує інформативність аналізу та не дозволяє врахувати взаємозв'язки різних груп показників. З метою залучення до аналізу додаткової інформації застосовуються багатофакторні моделі, а також методичні прийоми декомпозиційного аналізу, який передбачає послідовну деталізацію і розкриття впливу на результат факторних показників.

На особливу увагу заслуговує чотирифакторна мультиплікативна модель аналізу чистого прибутку підприємства, запропонована в навчальному посібнику Г. В. Митрофанова, Г. О. Кравченко, Н. С. Барабаш «Фінансовий аналіз». Для побудови цієї моделі застосовуються чинники другого ряду, до яких належать: капітал; оборотність активів; мультиплікатор капіталу; чиста рентабельність фінансово-господарської діяльності підприємства [7, с. 106].

Залежність чистого прибутку від названих чинників характеризується наступною моделлю:

$$\Pi = \bar{K} \cdot d_A \cdot M_K \cdot R_{\text{чиста}}, \quad (1)$$

де: \bar{K} - середньорічні залишки капіталу, що обчислюються за середньою хронологічною, на основі даних, які містяться у пасиві балансу підприємства;

d_A - оборотність (дохідність) активів в кількості оборотів за рік, за якою оцінюється рівень ефективності використання активів підприємства; дохідність активів обчислюється як відношення доходу (D) до середньорічних залишків активів (A), які визначаються згідно з балансом:

$$d_A = \frac{D}{A}; \quad (2)$$

M_K - мультиплікатор капіталу, який характеризує здатність власного капіталу створювати активи і є відношенням середньорічних залишків активів (A) до середньорічних залишків власного капіталу (K) підприємства:

$$M_K = \frac{A}{K}; \quad (3)$$

$R_{\text{чиста}}$ - чиста рентабельність фінансово-господарської діяльності, яка визначається відношенням чистого прибутку (Π) до доходу (D) підприємства:

$$R_{\text{чиста}} = \frac{\Pi}{D}. \quad (4)$$

Зв'язок між чинниками та результативним показником у наведеній моделі є функціональним, отже факторний аналіз чистого прибутку на її основі може здійснюватись за допомогою методу абсолютних різниць.

Перевагою цієї моделі є комплексне дослідження впливу чинників, які належать до різних груп показників фінансового стану підприємства. Недоліком моделі є те, що в ній не враховуються показники, пов'язані з ресурсним потенціалом підприємства.

Пропонуємо факторну модель, яка дає можливість оцінити вплив зміни середніх залишків оборотних активів, оборотності оборотних активів, чистої рентабельності фінансово-господарської діяльності, фондовіддачі, фондозабезпеченості та продуктивності праці працівників на зміну чистого прибутку підприємства.

$$\Pi = \bar{OA} \times d_{OA} \times R_{\text{чиста}} \times \Phi_B \times \Phi_3 \div PPP \quad (5)$$

де \bar{OA} - середні залишки оборотних активів, що обчислюються за середньою хронологічною, на основі даних, які містяться у активі балансу підприємства

d_{OA} - оборотність (дохідність) оборотних активів в кількості оборотів за рік, за якою оцінюється рівень ефективності використання активів підприємства; дохідність активів обчислюється як відношення доходу (D) до середньорічних залишків активів (OA), які визначаються згідно з балансом:

$$d_{OA} = \frac{D}{OA}; \quad (6)$$

$R_{\text{чиста}}$ - чиста рентабельність фінансово-господарської діяльності (у вигляді десяткового дробу), яка визначається відношенням чистого прибутку (Π) до доходу (D) підприємства:

$$R_{\text{чиста}} = \frac{\Pi}{D}. \quad (7)$$

Φ_B - фондовіддача, (у вигляді коефіцієнту), яка характеризує обсяг виготовленої продукції (у вартісному виразі) на 1 гривню вартості основних засобів і розраховується як співвідношення обсягу виготовленої продукції (BP) до середньорічної вартості основних засобів \bar{OZ}

$$\Phi_B = \frac{BP}{\bar{OZ}} \quad (8)$$

Φ_3 - фондозабезпеченість, у тис. грн., яка характеризує вартість основних засобів, що в середньому припадає на одного працівника і розраховується як співвідношення середньорічної вартості основних засобів \bar{OZ} до середньорічної чисельності працівників $\overline{ЧП}$

$$\Phi_3 = \frac{\bar{OZ}}{\overline{ЧП}} \quad (9)$$

PPP - продуктивність праці, в тис. грн., яка характеризує обсяг виготовленої продукції (у вартісному виразі), що в середньому припадає на одного працівника і розраховується як співвідношення обсягу виготовленої продукції (BP) до середньорічної чисельності працівників $\overline{ЧП}$

$$PPP = \frac{BP}{\overline{ЧП}} \quad (10)$$

Перевірка відповідності побудованої моделі результативному показнику, який вона позначає:

$$P = \overline{OA} \cdot \frac{D}{\overline{OA}} \cdot \frac{P}{\overline{D}} \cdot \frac{BP}{\overline{OZ}} \cdot \frac{\overline{OZ}}{\overline{CP}} : \frac{BP}{\overline{CP}} \quad (11)$$

Якщо скоротити це рівняння, отримаємо: $P = P$, тобто факторна модель є адекватною і може бути використана для оцінки впливу визначених чинників на зміну чистого прибутку підприємства у звітному періоді.

У цій моделі неможливо застосувати метод абсолютних різниць, тому розрахунок кількісного впливу чинників доцільно проводити методом ланцюгових підстановок:

$$\Delta P_{(OA)} = \overline{OA}_1 \times d_{OA0} \times R_{чиста0} \times \Phi_{\theta_0} \times \Phi_{\Phi_0} \div PPP_0 - \overline{OA}_0 \times d_{OA0} \times R_{чиста0} \times \Phi_{\theta_0} \times \Phi_{\Phi_0} \div PPP_0 \quad (12)$$

$$\Delta P_{(d_{OA})} = \overline{OA}_1 \times d_{OA1} \times R_{чиста0} \times \Phi_{\theta_0} \times \Phi_{\Phi_0} \div PPP_0 - \overline{OA}_1 \times d_{OA0} \times R_{чиста0} \times \Phi_{\theta_0} \times \Phi_{\Phi_0} \div PPP_0 \quad (13)$$

$$\Delta P_{(R_{чиста})} = \overline{OA}_1 \times d_{OA1} \times R_{чиста1} \times \Phi_{\theta_0} \times \Phi_{\Phi_0} \div PPP_0 - \overline{OA}_1 \times d_{OA1} \times R_{чиста0} \times \Phi_{\theta_0} \times \Phi_{\Phi_0} \div PPP_0 \quad (14)$$

$$\Delta P_{(\Phi_{\theta})} = \overline{OA}_1 \times d_{OA1} \times R_{чиста1} \times \Phi_{\theta_1} \times \Phi_{\Phi_0} \div PPP_0 - \overline{OA}_1 \times d_{OA1} \times R_{чиста1} \times \Phi_{\theta_0} \times \Phi_{\Phi_0} \div PPP_0 \quad (15)$$

$$\Delta P_{(\Phi_{\Phi})} = \overline{OA}_1 \times d_{OA1} \times R_{чиста1} \times \Phi_{\theta_1} \times \Phi_{\Phi_1} \div PPP_0 - \overline{OA}_1 \times d_{OA1} \times R_{чиста1} \times \Phi_{\theta_1} \times \Phi_{\Phi_0} \div PPP_0 \quad (16)$$

$$\Delta P_{(PPP)} = \overline{OA}_1 \times d_{OA1} \times R_{чиста1} \times \Phi_{\theta_1} \times \Phi_{\Phi_1} \div PPP_1 - \overline{OA}_1 \times d_{OA1} \times R_{чиста1} \times \Phi_{\theta_1} \times \Phi_{\Phi_1} \div PPP_0 \quad (17)$$

де $\Delta P_{(OA)}$, $\Delta P_{(d_{OA})}$, $\Delta P_{(R_{чиста})}$, $\Delta P_{(\Phi_{\theta})}$, $\Delta P_{(\Phi_{\Phi})}$, $\Delta P_{(PPP)}$ абсолютна зміна чистого прибутку внаслідок зміни відповідних чинників: середніх залишків оборотних активів, оборотності оборотних активів, чистої рентабельності фінансово-господарської діяльності, фондоддачі, фондозабезпеченості та продуктивності праці працівників

\overline{OA}_0 і \overline{OA}_1 - середні залишки оборотних активів відповідно в базисному та звітному періоді

d_{OA0} і d_{OA1} - оборотність (доходність) оборотних активів, в кількості оборотів за рік відповідно в базисному та звітному періоді

$R_{чиста0}$ і $R_{чиста1}$ - чиста рентабельність фінансово-господарської діяльності відповідно в базисному та звітному періоді

Φ_{θ_0} і Φ_{θ_1} - фондоддача відповідно в базисному та звітному періоді

Φ_{Φ_0} і Φ_{Φ_1} - фондозабезпеченість відповідно в базисному та звітному періоді

PPP_0 і PPP_1 - продуктивність праці відповідно в базисному та звітному періоді

Ця модель дозволяє дослідити, як на чистий прибуток підприємства впливають показники, що характеризують: економічний потенціал підприємства (середні залишки оборотних активів), ефективність використання ресурсів (фондоддача та продуктивність праці), ділову активність (оборотність оборотних активів), рентабельність фінансово-господарської діяльності (чиста рентабельність), якісний стан основних засобів (фондозабезпеченість). Тобто розглядаються майже всі групи показників, що характеризують фінансовий стан підприємства, рентабельність його діяльності та ефективність

використання ресурсів і є можливість кількісно і якісно оцінити взаємозв'язок між ними, як елементами однієї системи. Тому зазначену модель можна вважати адаптованою до сучасних вимог фінансового аналізу, основними принципами якого є системність і комплексність.

Отже, роль фінансового аналізу, зокрема аналізу фінансових результатів в управлінні господарськими процесами, полягає у тому, що він є однією з найважливіших функцій менеджменту, на основі якої реалізуються принципи об'єктивності та ефективності управління підприємством. Одним із основних етапів аналізу фінансових результатів є факторний аналіз, який застосовують для визначення основних чинників, що впливають на результати діяльності підприємства та оцінки ступеня цього впливу. Серед фінансових результатів для дослідження обрано чистий прибуток на тій підставі, що цей показник характеризує результат діяльності підприємства за всіма напрямками і може розглядатися як узагальнюючий показник.

Застосовуючи взаємозв'язки між показниками фінансового аналізу за допомогою прийому декомпозиції, можна будувати різні факторні моделі для оцінки впливу чинників на зміну чистого прибутку та інших фінансових результатів. При побудові факторних моделей доцільно застосовувати різні групи показників, що дозволить більш системно підходити до загальної оцінки діяльності підприємства. Основною умовою при практичному використанні моделей повинна бути перевірка їх адекватності реальній господарській діяльності підприємства. У такому випадку висновки за результатами проведених розрахунків можна буде застосовувати для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Список літератури

1. Господарський кодекс України: Постанова Верховної Ради України від 16.01.2003 р. № 436-IV. із змінами та допов. на 1 березня 2010 року - К.: Алерта; КНТ; ЦУЛ, 2010. - 160 с.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3. Звіт про фінансові результати : затв. наказом М-ва фінансів України від 31.03.1999 р. № 87 // Бух. облік і аудит. - 1999. - № 6. - С. 21-25.
3. Бутко, А. Д. Методи і моделі прийняття управлінських рішень в аналізі та аудиті : навч. посіб. / А. Д. Бутко, О. О. Заремба. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. - 262 с.
4. Бутко, А. Д. Теорія економічного аналізу : підручник / А. Д. Бутко. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. - 411 с.
5. Крамаренко, Г. О. Фінансовий аналіз : підручник / Г. О. Крамаренко, О. С. Чорна. - К., ЦУЛ, -2008. - 392с.
6. Костырко, Р. А. Финансовый анализ : підручник / Р. А. Костырко - К.: Фактор, - 2007.- 784с.
7. Митрофанов, Г. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / Г. В. Митрофанов, Г. О. Кравченко, Н. С. Барабаш. - К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2002. - 301 с.
8. Мних, Є. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / Є. В. Мних, Н. С. Барабаш. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. - 412 с.
9. Подольська В. О. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / В. О. Подольська, О. В. Яріш - К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 488 с.
10. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз : підручник / Ю. С. Цал-Цалко - К.: Центр учбової літератури, 2008. - 566 с.

РЕЗЮМЕ

Гордополов Владимир, Гордополова Наталия.

Использование факторного анализа при оценке финансовых результатов деятельности предприятия
В статье определено место и роль анализа финансовых результатов в системе управления предприятием.

Рассмотрены особенности детерминированного факторного анализа чистой прибыли. Исследованы факторные модели чистой прибыли, оценена их информативность и адаптация к современным требованиям финансового анализа. Предложены пути совершенствования факторного анализа чистой прибыли для повышения эффективности и результативности управления финансовыми результатами деятельности предприятий.

RESUME

Gordopolov Volodymyr, Gordopolova Natalia.

Application of factor analysis is at the estimation of financial results of activity of enterprise

In the article the location and role of analysis of financial results in enterprise control system are determined. The features of the determination of factor analysis of net income are considered. The factor models of net income are investigated. The ways of perfection of factor analysis of net income for the increase of efficiency and effectiveness of management of activity of enterprises financial results are offered.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ ДОНЕЦКОГО РЕГИОНА

Представлена корпоративная оценка процесса выявления сильных и слабых сторон компаний. Определены показатели конкурентоспособности компаний на рынке металлургической продукции и их стратегические возможности.

Ключевые слова: оценка сильных и слабых сторон компании, рынок металлургической продукции, анализ.

Существенное влияние на развитие украинской экономики оказывают предприятия черной металлургии. Государственная политика по поддержке металлургии в условиях кризиса направлена на развитие внутреннего рынка и уменьшение себестоимости металлургического производства [1, с. 154-156]. На сегодняшний день значительная часть производимой металлургической продукции приходится на Донецкий регион. В Донецком металлургическом районе сосредоточено 13 металлургических заводов, 19 мощных коксохимических предприятий, производящих около половины чугуна и почти 1/3 продукции металлургической промышленности Украины. В Донецком районе насчитываются три основных металлургических узла: Донецко-Макеевский, Енакиевский, Алчевско-Алмазьянский. Основой металлургического комплекса Донецкого региона являются следующие заводы и комбинаты: ЗАО «Донецксталь», ЗАО «Макеевский металлургический комбинат», ЗАО «Енакиевский металлургический комбинат», ПАО «Мариупольский металлургический комбинат им. Ильича», ОАО «МК Азовсталь», Харцызский трубный завод, ОАО «Краматорский металлургический завод им. Куйбышева». Производственные возможности данных предприятий устарели физически и морально, по технологии производства существенно отстают от ведущих мировых производителей стали таких как Китай, Россия. Доля производства электростали и конверторной стали в Украине составляет 60%, тогда как в развитых странах 100%. В создавшейся сложной экономической ситуации, в результате мирового кризиса и обвала рынка черной стали в 2008 году, вышеперечисленным предприятиям невозможно ввести свою производственную и экономическую деятельность без грамотного анализа конкурентной позиции компаний и определения стратегических возможностей своего бизнеса.

Комплексному анализу хозяйственной деятельности предприятий посвящены работы отечественных и зарубежных ученых [2-5]. На аспекты управленческого учета, инструменты и методы оценки любых активов для реального бизнеса делаются акценты в работах [6-8]. Темы анализа различных видов рынков, конкурентоспособности фирм отражаются в следующих работах [9-14].

В современной Украине маркетинг только еще начинает развиваться, поэтому опыт маркетинговой деятельности отечественных предприятий весьма ограничен. Возрастает значимость использования методов оценки конкурентной позиции компаний в определении стратегических возможностей бизнеса.

Цель статьи – исследование конкурентных позиций Донецкого регионального филиала ОАО «УГМК» на рынке металлопродукции.

Кризисные явления чрезмерно сориентированной на экспорт украинской металлургии в течение последних 10 лет были обусловлены значительным ухудшением конъюнктуры глобального металлургического рынка. На международной арене продукцию украинских производителей вытеснили металлургии Китая, Индии, Турции, России и Южной Кореи. Это привело к падению объемов производства металлургической продукции. В Украине они составили 13,3%, в России – 5,2%, США – 6,8%, Японии – 1,2%, ЕС-27 – 5,5% [1, с. 140-141]. В сравнении с другими странами на масштабы кризисных явлений в Украине существенно повлияли такие факторы, как неразвитость внутреннего рынка металлургической продукции, технико-технологическое отставание отрасли, высокая ресурсоемкость производства. Основным направлением поддержки сектора стали в Украине является создание и развитие внутреннего рынка сбыта путем финансирования государственных инфраструктурных и промышленных программ по подготовке к Евро-2012, восстановление и модернизация основных фондов транспортной отрасли, обновление и развитие объектов коммунального хозяйства.

Активным игроком на рынке металлургической продукции выступает Донецкий региональный филиал ОАО «УГМК», созданный на основе общества с ограниченной ответственностью «УГМК – Донецк» в июне 2008 года и входящий в состав Открытого акционерного общества «УГМК». Целью создания Донецкого регионального филиала ОАО «УГМК» было расширение рынков сбыта сети супермаркетов металлопроката «УГМК». Компания «УГМК» является официальным представителем отечественных производителей металлопроката: ОАО «Алчевский металлургический комбинат»; ОАО «Днепропетровский металлургический комбинат им. Дзержинского»; ОАО «Донецкий металлопрокатный завод»;

ОАО «Днепропетровский трубный завод им. Ленина»; ОАО «Краматорский металлургический завод имени Куйбышева».

На сегодняшний день компания УГМК является одним из лидеров по поставке плоского и фасонного металлопроката на внутренний рынок страны.

В состав компании входит 37 торговых площадок, расположенных в крупных городах Украины. Таким образом, компания «УГМК» представляет собой всеукраинскую сеть по поставке черного металлопроката оптом и в розницу [15].

Главным конкурентом компании «УГМК» является сеть металлосервисных центров «Метинвест – СМЦ», входящая в структуру СКМ. Холдинг СКМ отличается исключительным конкурентным преимуществом, так как является единственным холдингом с полным замкнутым металлургическим циклом. Это объясняется наличием собственным шахт, центральных обогатительных фабрик, горно-обогатительных комбинатов, производящих железорудное сырье, коксохимических заводов, производящих кокс, металлургических заводов и комбинатов. Явным конкурентным преимуществом является наличие собственного железнодорожного полотна, связывающего производственные предприятия холдинга между собой. В холдинг входят следующие металлургические заводы:

1. ОАО «МК Азовсталь». Производит швеллер, двутавровую балку, уголок; стан 3600 производит толстолистовой прокат.

2. ОАО «Енакиевский металлургический завод». Производит выпуск мелкого типоразмера углового проката, арматуры.

3. ОАО «Макеевский металлургический комбинат». Новый стан 390 производит выпуск арматурного и углового проката.

4. ПАО «Мариупольский металлургический комбинат им. Ильича» производит выпуск следующей продукции:

- стан 3000 - горячекатаный лист;
- стан 1700 - горячекатаный лист от 1 мм и выше;
- стан 1700 - холоднокатаный лист от 0,8 мм и выше;
- стан 4000 производит выпуск толстолистовых плит;
- производство слябов;
- трубная продукция.

После покупки холдингом СКМ летом 2010 года металлургического завода ПАО «ММК им. Ильича» компания Метинвест представляет на рынке Украины весь перечень так называемого «собственного» металлопроката.

На вторичном рынке металлопроката сеть металлосервисных центров «Метинвест», представляя холдинг СКМ, заняла монопольные позиции с явным конкурентным преимуществом. Предварительно, методом экспертных оценок потребителей и производителей, в таблице 1 определены ранги показателей конкурентоспособности компании УГМК по отношению к Метинвесту с целью выбора наиболее приоритетных среди них. Из приведенной таблицы понятно, что по конкурентным преимуществам компания «УГМК» проигрывает «Метинвесту». Весомость каждого показателя определена как частное от деления величины определенного ранга показателя конкурентоспособности к сумме значений этих показателей в соответствующей колонке.

Таблица 1. Сравнительный анализ ранжирования показателей конкурентоспособности компаний

Показатели конкурентоспособности	ОАО «УГМК», баллов (1-10)	«Метинвест СМЦ», баллов (1-10)
1. Объемы продаж	7	10
2. Политика закупок	7	8
3. Управление товарными остатками	8	6
4. Управление дебиторской задолженностью	8	5
5. Взаимодействие с основным поставщиком	4	8
6. «Входящая» цена на металлопрокат	9	8
7. Региональная представленность	9	6
8. Бренд	8	6
9. Структура товарного портфеля	8	5
10. Система сбыта	6	8
11. Привязанность к основному поставщику	6	8
12. Сортамент продукции основного поставщика	6	9
13. Наличие монопольных позиций	4	6
Всего	90	93

Конкурентным преимуществом компании «Метинвест СМЦ» по отношению к главному рыночному лидеру являются большие объемы продаж и соответствующий потребности сортамент основного поставщика (0,1), налаженная система сбыта и привязанность к основному поставщику (0,09), убедительная политика закупок (0,09).

Основными конкурентными недостатками компании «УГМК» является объем продаж (0,08), комплексность и своевременность поставок (0,04), сортамент продукции (0,07), система сбыта (0,07), наличие монопольных позиций (0,04).

Основными преимуществами компании «УГМК»

являются более высокая региональная представленность (0,1), более эффективное управление дебиторской задолженностью и товарными остатками (0,09), более сильная структура товарного портфеля (0,09), а также более сильный бренд (0,09).

Критическими факторами стратегического успеха выступают: квалификация высшего руководства организации, анализ, творческое стратегическое мышление, способ принятия стратегических решений и их реализация [10, с. 33-34]. Ситуация на рынке представляет собой сочетание внутренних и внешних факторов. На все, что происходит на рынке, влияют сами потребители, а также конкуренты и факторы,

действующие во внешнем окружении. Сама фирма также влияет на внешнее окружение через предлагаемые ею продукты, создаваемый ею имидж.

Общая оценка сильных и слабых сторон компании, возможностей и угроз может отслеживаться SWOT-анализом. Данный анализ предполагает мониторинг внешней и внутренней среды компании [11, с. 59-60]. Принято считать, что компания опирается на свои сильные стороны, пытается исправить слабые, стремится использовать возможности и пытается принять меры к смягчению угроз или изменить свою стратегию таким образом, чтобы постараться избежать их.

Ключевые возможности, маркетинговый потенциал

микро и макромаркетинговой среды компании ОАО «УГМК» представлен на рисунке 1. В результате внутреннего анализа приходит понимание того, чего на самом деле может (и чего не может) на данный момент добиться исследуемая организация. Затем эти реальные возможности организации необходимо сопоставить с тем, что ей требуется сделать, чтобы достичь поставленных целей. Менеджерам приходится постоянно выбирать одну из альтернатив: краткосрочное повышение прибыли или ее рост в долгосрочной перспективе, глубокое проникновение на существующие рынки или поиск и развитие новых, увеличение прибыли или иных показателей, высокие темпы роста или минимизация рисков.

Сильные стороны	Слабые стороны
Широкая географическая представленность	Отсутствие в сортаменте заводов Корпорации «ИСД» таких видов востребованного рынком проката, как арматура, катанка, тонкий лист
Торговля продукцией Корпорации «ИСД» на рынке Украины и стран СНГ	Отсутствие возможности гарантировать клиенту производство и своевременность поставки металлопроката
Отсутствие необходимости загрузки производства Корпорации «ИСД»	Несоблюдение Корпорацией «ИСД» принципа единого поставщика на рынках сбыта ОАО «УГМК»
Сервис, комплексное обслуживание, стандарты сети	Незавершенность модернизации системы управления региональной сетью
Бренд	Низкий уровень автоматизации системы управления предприятием
Возможности развития	Угрозы развития
Прогнозируемый прирост потребления металлопроката в 2011 году	Конкуренция первичного и вторичного рынка
Конкурентные «входящие» цены на металлопрокат	Усиление компании Метинвест СМЦ как оптового торговца
Минимальная угроза импорта	Бартерные схемы
Мероприятия Евро-2012	Неконкурентные цены «входа» металлопроката со стороны Корпорации «ИСД»
Ожидаемое возобновление кредитования со стороны банковской системы	Перебои с поставками металлопроката с предприятий Корпорации «ИСД»
Выход на новые рынки	Появление крупных конкурентов в регионах
	Отсутствие единой сбытовой политики Корпорации «ИСД» по отношению к рынкам сбыта ОАО «УГМК»
	Политические события

Рис. 1. Результаты SWOT-анализа по комплексному исследованию влияния основных факторов на получение прибыли

Каждое из этих принятых компромиссных решений требует своей маркетинговой стратегии. Майкл Портер выделил три варианта базовой стратегии: абсолютное лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование [18, с. 73-80].

Стратегия абсолютного лидерства в издержках ориентирована на создание производственных мощностей экономически эффективного масштаба, снижение издержек на основе накопления опыта, жесткий контроль производственных и накладных расходов, избегание мелких операций с клиентами, минимизацию затрат в таких областях, как исследование и разработки, обслуживание, система сбыта, реклама.

Стратегия дифференциации продукта или услуги, которая воспринималась в рамках всей отрасли как уникальная. Дифференциация может осуществляться в разнообразных формах: по престижу дизайна или

бренда, по технологии, по функциональным возможностям, по обслуживанию потребителей, по дилерской сети или по другим параметрам. В идеале фирма дифференцирует себя по нескольким направлениям.

Базовая стратегия – фокусирование на определенной группе покупателей, виде продукции или географическом сегменте рынка предполагает либо позицию низких издержек в рамках стратегической цели, либо высокую степень дифференциации, либо обе позиции.

На основании результатов анкетирования, анализа рыночных возможностей, сильных и слабых сторон компании, конкурентоспособности, анализа уровня лояльности потребителя была разработана маркетинговая стратегия компании на текущий год.

Ключевые аспекты маркетинговой стратегии компании:

Первым уровнем корпоративной стратегии является стратегия фокусирования по показателям качественного изменения. Сутью стратегии являются:

- качественно новые подходы в работе с клиентами, а именно активные продажи, сервис, удобство покупки;
- цели компании устанавливаются от достигнутого уровня, скорректированного с учетом состояния рынка.

Вторым уровнем является бизнес-стратегия, отвечающая на вопрос, как конкурировать компании на рынке. Она включает в себя стратегию максимальной регионально-географической экспансии.

Ключевыми конкурентными преимуществами ОАО «УГМК» в 2011 году будут:

- региональный масштаб сети;
- работа с клиентами.

Третий уровень стратегии представляет собой стратегию, отвечающую на вопрос, что будет делать компания в рамках функциональных зон предприятий, и сфокусирована на закупке продукции, продажах, маркетинге, рекламе, финансах, инвестициях, организации управления, персонале, юридической службе, службе безопасности. Фирма, реализующая стратегию фокусирования, получает потенциальную возможность зарабатывать более высокую прибыль, чем в среднем по отрасли.

Исходя из маркетинговой стратегии предприятия на 2011 год, поставлены следующие задачи:

1. Закупка металлопроката у Корпорации «ИСД» по рыночно обоснованным ценам.
2. Диверсификация поставщиков продукции.
3. Достижение максимальной эффективности процесса закупок и продаж посредством системы логистики.
4. Внедрение адресного хранения на региональных складах.
5. Использование системы «встречного планирования сбыта».
6. Выделение продаж промышленного сортамента Корпорации «ИСД» в отдельное направление.
7. Усиление активных продаж.
8. Разработка и реализация стратегии оптовых продаж.
9. Контролируемая дебиторская задолженность.
10. Изменение организации и принципов работы службы продаж головного офиса.
11. Формирование и внедрение CRM системы.
12. Формирование клиентской базы украинского рынка металлопроката.
13. Мониторинг и подготовка материалов по информированию персонала компании об изменениях на рынке.
14. Разработка, проведение рекламной компании 2011 года.
15. Участие в специализированных выставках.

Донецкий региональный филиал ОАО «УГМК» как структурная единица сети выполняет поставленные задачи и ведет политику бизнеса согласно общей маркетинговой стратегии. Из анализа емкости рынка, а также статистики изменения рыночной доли следует вывод, что компания является оптовым поставщиком металлопроката на рынок Донецкого региона. Среди поставленных задач на 2011 год стоит расширение рынка сбыта путем привлечения розничного потребителя.

Ключевыми элементами процесса разработки креативных маркетинговых стратегий, на основе которых определяются задачи, разрабатываются маркетинговые мероприятия, являются методы оценки конкурентной позиции компании. Наличие у компании тех или иных сильных и слабых сторон еще не равнозначно наличию у нее хорошей стратегии, а выступает лишь основанием для формирования последней. Фирмы должны придерживаться своих стратегий и находить новые пути их совершенствования. Суждения о том, какие стратегии использовать, должны базироваться на тщательных оценках конкурентной маркетинговой среды, а также внутреннего потенциала предприятия [9, с. 67]. По мере воплощения в жизнь своей стратегии компания должна отслеживать промежуточные результаты и контролировать изменения в среде.

Список литературы

1. Чентуков, Ю. І. Стратегії інтеграції крупних промислових комплексів в умовах глобалізації [Текст] / Ю. І. Чентуков. – Донецьк: ДонНУ, 2010. – 294 с.
2. Баканов, М. И. Теория экономического анализа [Текст] : учебник / М. И. Баканов, А. Д. Шеремет. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 416 с.
3. Коробов, М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств [Текст] : навч. посіб. / М. Я. Коробов. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2000. – 378 с.
4. Кравченко, Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле [Текст] : учебник / Л. И. Кравченко. – М. : Новое знание, 2003. – 526 с.
5. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – Минск : «Новое знание», 2000. – 688 с.
6. Голов, С. Ф. Управлінський облік [Текст] : підручник / С. Ф. Голов. – К. : Лібра, 2003. – 704 с.
7. Дамодарян, А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов [Текст] / Асват Дамодарян; Пер. с англ. – 6-е изд. – М. : Альпина Паблишерз, 2010. – 1338 с.
8. Нашкерська, Г. В. Фінансовий облік [Текст] : навч. посіб. / Г. В. Нашкерська. – К. : Кондор, 2005. – 503 с.
9. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств [Текст] : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – К. : Професіонал, 2006. – 448 с.
10. Дженстер, П. Анализ сильных и слабых сторон компании: определение стратегических возможностей [Текст] / Пер Дженстер, Дэвид Хасси. – М. : Вильямс, 2004. – 368 с.
11. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс [Текст] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер.– 3-е изд. Пер. с англ. – СПб. : Питер, 2010. – 480 с.
12. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст] / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг. – СПб. : Питер, 2008. – 720 с.
13. Малхорта, Н. К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство [Текст] / Нэреш К. Малхорта. – М. : Вильямс, 2002. – 960 с.
14. Рой, Л. В. Анализ отраслевых рынков [Текст] : учебник / Л. В. Рой, В. П. Третьяк. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 442 с.
15. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ugmk.ua>.
16. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrrudprom.ua>.
17. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.dn.ua>.
18. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов [Текст] / Майкл Портер; Пер. с англ. – 3-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.

РЕЗЮМЕ

Гриценко Сергій

Методи оцінки конкурентної позиції компаній на ринку металургійної продукції Донецького регіону

Подано корпоративну оцінку процесу виявлення сильних і слабких сторін компаній. Визначені показники конкурентоспроможності компаній на ринку металургійної продукції та їх стратегічні можливості.

RESUME

Grytsenko Sergiy

Methods of assessment of the competitive position of companies in the market of metallurgical products in the Donetsk region

In this article the corporate valuation of process to identification of strengths and weaknesses of companies is represented. The indicators of the competitiveness of companies in the market of metallurgical products and their strategic opportunities are defined.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.

РЕГІОНАЛЬНЕ ПОЗИЦІЮВАННЯ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ БАНКІВ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ КРЕДИТНОМУ РИНКУ

У статті обґрунтовано теоретичні аспекти та можливості впливу банківського сектору на розвиток регіонів і відповідно розвиток регіонів на забезпечення стабільності банківської системи. Здійснено аналіз окремих параметрів регіонального позиціювання малих та середніх банків на вітчизняному кредитному ринку.

Ключові слова: кредитний ринок, комерційний банк, банківська система.

Основними завданнями конкурентного позиціювання банку на кредитному ринку є збереження наявної ринкової позиції та вихід на домінуючі позиції порівняно з іншими банками. Це дає можливість кожному банку встановлювати власні умови кредитування та організації кредитного процесу і тим самим збільшувати частку кредитного ринку. Особливе значення у регіональному позиціюванні мають малі та середні банки.

Посилення банківської конкуренції, яка проявляється у суперництві між банками та небанківськими фінансово-кредитними установами спонукає банки до розширення переліку власних операцій і послуг, підвищення якості обслуговування клієнтів, що дає змогу збільшувати показники дохідності та прибутковості. В даному аспекті потребують дослідження проблеми впливу банківського сектору на розвиток регіонів і відповідно розвиток регіонів на забезпечення стабільності банківської системи.

Метою статті є дослідження конкурентного позиціювання малих та середніх банків на кредитному ринку в забезпеченні регіонального розвитку.

Теоретичні та практичні аспекти конкурентного позиціювання суб'єктів господарювання розглянуті в роботах провідних зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема: Р. Фатхутдінов, М. Портер, Г. Азоев, В. Пономаренко, О. Тридід.

В процесі конкурентної боротьби банки вирішують завдання конкурентного позиціювання, тобто вибір, здобуття і формування конкурентної позиції [3].

На сьогодні в економічній літературі не сформувалася єдина точка зору на сутність „конкурентної позиції”. Одні автори під конкурентною позицією розуміють певну позицію суб'єкта господарювання відносно його конкурентів [4]

В. Пономаренко, О. Тридід та М. Кизим визначають конкурентну позицію як місце суб'єкта господарювання на конкретних сегментах ринку зовнішнього середовища стосовно конкурентів [2]. Таке трактування можливе з погляду на позиціювання стосовно конкретних сегментів грошово-кредитного ринку - кредитного, депозитного, фондового, валютного тощо.

Але якщо розглядати конкурентне позиціювання стосовно ринку банківських послуг взагалі або в регіональному розрізі зокрема, то очевидно слід виходити із узагальненого показника, який би враховував конкретну позицію банків на всіх складових сегментах грошово-кредитного ринку, або його основних напрямках - депозитному, кредитному або результатів роботи банків -прибутковості, формування власного капіталу, обсягу активів тощо. Тому, конкурентне позиціювання може характеризуватися як досягнення певних результатів, які залежать як від частки ринку, так і від результатів роботи на ньому. Адже основна мета функціонування суб'єктів господарювання -прибутковості їх діяльності, яка визначається прибутковістю охопленого ними ринку (включаючи його сегменти). Стосовно банківської діяльності, це означає забезпечення прибуткової роботи на ринку банківських послуг з огляду на залучення та формування клієнтської бази, яка залежить від привабливості банку. Адже, залучаючи клієнтів для обслуговування, банки зорієнтовані перш за все на формування ресурсної бази та прибутковості їх розміщення на грошово-кредитному ринку у вигляді кредитів, інвестицій тощо.

Здійснюючи позиціювання малих та середніх банків, слід розпочати з їх участі в регіональній банківській структурі, залучаючи філії системних банків, адже в 10-ти регіонах України відсутні власні банки.

Результати міжрегіонального аналізу розвитку банківської системи показали наявність у ньому суттєвих диспропорцій (див. табл. 1). Вони проглядаються у значній диференціації кількості банків - юридичних осіб, питомою вагою банків III та IV груп, розвиненістю філіальної мережі крупних банків, кількості населення на одну банківську установу.

Згідно поданої аналітичної інформації щодо питання нерівномірності розвитку банківської системи на території країни можна виділити п'ять груп регіонів.

До першої групи відносять регіони з найвищим рівнем розвитку банківської системи.

Станом на 01.01.2010 р. переважну більшість діючих банків - юридичних осіб зареєстровано у Києві та Київській області (64%), із них банки III та IV груп

Таблиця 1. Структура малих та середніх банків в розрізі регіонів країни
(станом на 01.01.2010 р.)

№ п/п	Назва регіону	Загальна кількість				Питома вага банків III та IV груп
		банківських установ	філій	банків юридичних осіб		
				всього	в т. ч. банків III та IV груп	
1	м. Київ та Київська обл.	223	112	111	79	71
2	Дніпропетровська	78	65	13	11	85
3	Донецька	126	115	11	9	82
4	Харківська	55	46	9	8	89
5	Одеська	71	62	9	7	78
6	Львівська	71	67	4	3	75
7	Полтавська	51	48	3	3	100
8	Чернігівська	38	34	3	3	100
9	Запорізька	39	36	3	3	100
10	АРК і Севастополь	67	65	2	2	100
11	Луганська	61	59	2	2	100
12	Сумська	40	38	2	2	100
13	Волинська	21	19	2	1	50
14	Івано-Франківська	38	37	1	1	100
15	Закарпатська	33	32	1	1	100
16	Рівненська	25	25			
17	Вінницька	28	28			
18	Житомирська	29	29			
19	Кіровоградська	28	28			
20	Миколаївська	44	44			
21	Тернопільська	25	25			
22	Херсонська	24	24			
23	Хмельницька	33	33			
24	Черкаська	40	40			
25	Чернівецька	23	23			
26	Всього					

Складено на основі [5, с. 68]

займають 71 %. Даному регіону притаманна значна кількість філій системних банків, що впливає на показник концентрації банківських установ відносно чисельності населення, яке проживає на даній території. На одну установу банку для обслуговування припадає близько 20 тис. населення. Тому при аналізі ринкового позиціонування малих банків недоцільно долучати до даного регіону інші з огляду, по перше - на наявність і пріоритетність системних банків що значно ускладнюють конкуренцію малим та середнім банкам; по друге - на значну концентрацію філій системних банків, і по третє - динамічним та випереджуваним розвитком інституцій фінансового ринку - потужних фондових бірж, провідних інвестиційних інститутів, реєстраторів, зберігачів цінних паперів тощо.

До другої групи банків слід занести регіони високого рівня розвитку: Дніпропетровську, Донецьку, Харківську та Одеську області. Регіони даної групи дещо поступаються за рівнем розвитку банківської інфраструктури першій групі, але завдяки високому розвитку промисловості, швидкому розвитку підприємництва, досить високому рівню доходів населення утримується високий рівень попиту на природні ресурси і на надання банківських послуг, про

що засвідчує значна кількість філіальної мережі (330 або 25 %) системних банків.

Для банківської системи даної групи притаманна наявність великих банків, які мають розгалужену мережу відділень і філій, а також надають широкий спектр банківських послуг та володіють здатністю оперативно й ефективно впроваджувати у банківську практику нові банківські продукти. Питома вага банків - юридичних осіб в даній групі - 5-7%. Малі та середні банки даної групи відчувають значну конкуренцію зі сторони великих банків, адже їх питома вага складає 78-89% всієї банківської системи регіонів групи.

До третьої групи зарахували Львівську, Полтавську, Чернігівську та Запорізьку області. Характерною особливістю даної групи є те, що малі та середні банки складають основу банківської системи регіону, разом з тим значну питому вагу в ній складають відділення та філії великих системних банків (15 % загальної філійної мережі). Така розгалуженість філійної частки говорить про привабливість даних регіонів з точки зору розвитку промисловості, сфери послуг, доходності населення. Щодо концентрації банківських установ, то на одну банківську установу припадає від 29 тис. до 46 тис. населення. Питома вага банків-юридичних осіб в даній

Таблиця 2. Ринкова позиція кредитних портфелів малих та середніх банків в регіонах середньої та низької концентрації банківських установ станом на 01.04.2009 р.

Група регіонів	Назва регіону (область)	Кількість банківських установ		Питома вага чистих активів власних банків у банківській системі регіону	Питома вага кредитного портфеля власних банків	
		всього банків	власні банки III та IV груп		юридичних осіб	фізичних осіб
Середньої концентрації	Львівська область	72	4	15,4	16,4	14,2
	Полтавська область	51	3	12,9	14,9	3,1
	Чернігівська область	37	3	22,1	33,2	2,5
	Запорізька	40	3	14,5	14,3	1,2
Низької концентрації	АРК	68	3	10,2	9,9	4,9
	Луганська	61	2	4,8	4,3	2,1
	Сумська	40	2	8,4	10,0	3,1
	Волинська	21	1	3,7	6,4	2,8
	Івано-Франківська	38	1	5,8	1,9	6,6
	Закарпатська	34	1	5,4	8,2	1,4

Складено за даними [6]

групи складає близько 2 % від їх загальної кількості.

До четвертої групи - групи низької концентрації банків - юридичних осіб (1-2 банки) - належать АРК та Севастополь, Луганська, Сумська, Волинська, Івано-Франківська та Закарпатська області. Особливістю даної групи є приграничне розташування, що зумовило транзит грузопасажиропотоків і відповідно банківське обслуговування. Відділення та філії системних банків займають 20 % всієї філійної мережі. Даній групі притаманна щільність концентрації банківських установ - 30-37 тис. ка одну банківську установу. Відсутність банків I та II груп (крім Волинської області) говорить про стійкі позиції малих та середніх ба, розвитку регіонів та їх конкурентоздатність із філіями системних банків.

Остання V група характеризується відсутністю банків-юридичних осіб та низьким рівнем фінансової інфраструктури. Діапазон концентрації філійної мережі даної групи - 32 тис-58 тис. населення на одну філію. Практично всі регіони даної групи належать до регіонів депресивного розвитку економіки.

Зазначені диспропорції в регіональному розвитку банківської системи призвели до значного переміщення ресурсів між регіонами України. Залежно від збільшення або зменшення фінансових ресурсів у регіоні внаслідок діяльності банківської системи, регіони України можна розділити на дві групи:

- регіони-донори, з яких через банки вилучаються фінансові ресурси до інших регіонів;
- регіони-отримувачі, що залучають фінансові ресурси з інших регіонів.

Слід відзначити, що до кризи основними донорами були депресивні регіони та регіони низької концентрації банківських установ. Явище вилучення фінансових ресурсів з регіону, і як правило із депресивного, є небезпечним для економічного розвитку даного регіону, оскільки в результаті виникає

брак коштів, потрібних для інвестиційної діяльності, а це в свого чергу призводить до подорожчання ресурсів.

На сьогодні, оцінюючи позиціонування малих та середніх банків в економічному розвитку регіонів, слід зазначити, що в регіонах I та II груп, де малі та середні банки займають від 71 % до 90 %, спостерігається значна їх конкуренція із столичними та великими банками I та II груп, які проводять достатньо агресивну політику щодо позиціонування на ринку банківських послуг завдяки найбільшій питомій вазі капіталу в банківській системі (81 % у 2010 році) та зобов'язань - (86 % у 2010 році) і як наслідок - питомій вазі активів - 84,8 %. Тому, позиціонування малих та середніх варто проводити в тих регіонах, де вони відіграють визначальну роль щодо їх питомої ваги в регіональній банківській системі, окрім звісно регіонів, де банки-юридичні особи - відсутні. В останніх відбувається конкурентна боротьба між філіями, як правило, великих системних банків. Перед менеджерами вище керівництво банку ставить два завдання - частка ринку та прибутковість. Ці завдання взаємопов'язані, точніше, перше завдання визначає друге. Утримуючи та нарощуючи обсяги діяльності і частку регіонального ринку, банки, в основному, можуть не переживати про прибутковість бізнесу за умови збалансованої тарифної і процентної політики. Мінімальна ж втрата частки ринку позначається на прибутковості. Тобто, частка в різних сегментах банківського ринку як своя, так і найближчих конкурентів, є визначальним фактором роботи банку в регіоні. Через це, позиціонування малих та середніх банків у групах середньої (III група банків) та низької концентрації (IV група) банків регіонів України проведено по обсягу чистих активів та кредитному портфелі.

Порівнюючи позиціонування малих та середніх банків в двох групах регіонів, слід зазначити, що у групі

середньої концентрації банківських установ власні малі та середні банки займають провідні позиції. Так, в даній групі місцеві банки контролюють від 13 до 22 % чистих активів, в тому числі, від 14 до 33 % кредитного портфеля місцевої промисловості та незначну частку (в середньому по групі 4 %) населення. Значно впливають на позиціонування місцевих банків, щодо кредитування населення та склали помітну конкуренцію на даному ринку філіали крупних банків, що позначилося на процентній політиці, щодо якої місцеві банки не змогли забезпечити відповідну конкуренцію.

Позиціонування відносно регіону визначається не тільки і не стільки розміщенням центрального офісу, а професіоналізмом менеджерів, які і здійснюють напрацювання стосовно клієнтської бази, а також у активному прирості показників, що дають змогу конкурувати як із власними банками, так і з філіями великих системних банків: Адже дирекції чи філії крупних банків фактично функціонують як самостійні банківські установи з власною ресурсною та кредитною політиками, рекламною підтримкою і іншими складовими звичайної діяльності банків.

В регіонах із низькою концентрацією банківських установ на власні місцеві банки, серед позиційованих показників, приходиться незначна питома вага. Так, по питомій вазі чистих активів місцевим банкам належить в середньому по групі 6 % з діапазоном від 3.7 % у Волинській області та до 10,2% у Криму. Приблизно така сама картина і по показнику концентрації кредитного портфеля -однозначного лідерства місцевих банків немає. Питома вага власних банків у формуванні кредитного портфеля регіону в середньому по групі юридичних осіб складає близько 7% і по групі фізичних осіб - 3,5%. Місцеві банки даного регіону активніше обслуговують місцеві бюджети. їх доля в середньому по групі складає 17 %у Особливістю позиціонування місцевих банків даної групи є не тільки і не стільки їх робота на місцевих (регіональних) ринках, непрофесіоналізм менеджерів, а, очевидно, слабкий промисловий розвиток самого регіону (а значить і слабкий інтерес зі сторони крупних системних банків, які цікавляться переважно корпоративними клієнтами) та відсутність широкої філійної мережі місцевих банків. Тому саме таким банкам віддають на обслуговування різні регіональні програми та місцеві бюджети.

Отже, особливість позиціонування малих та середніх банків в регіональному розвитку визначається ступенем розвитку місцевої клієнтури, професіоналізмом менеджерів в примноженні та утриманні конкурентних позицій на місцевих ринках, інвестиційною привабливістю регіону, його перспективою економічного розвитку. Поряд з цим, проведений аналіз показав, що регіональні малі та середні банки складають гідну конкуренцію філіалам великих банків і займають при цьому лідируючі позиції. Таким чином, на регіональні банки слід покладати основні надії у перспективах розвитку регіонів, оскільки їх діяльність має певні переваги над діяльністю філій та відділень великих банків інших регіонів: по перше, місцеві банки зацікавлені у розвитку економіки регіону, адже вони повністю економічно від нього залежні (існує міцний кореляційний зв'язок між обсягом кредитного портфеля та зобов'язаннями місцевим клієнтам внаслідок обмеженої філійної мережі місцевих банків); по друге, тісно працюючи з місцевою клієнтурою, малі та середні банки не призводять до „вимивання“ коштів із регіону; по третє, для утримання та примноження клієнтури,

місцеві банки тісно співпрацюють із визначеною клієнтурою, а у роботі з нею застосовують індивідуальний підхід; по четверте, ці банківські установи добре знають місцеву клієнтуру та враховують її при своїй роботі на різних сегментах банківського ринку; по п'яте, через відносно невеликі обсяги власного капіталу, місцеві банки не можуть достойно конкурувати із філіями великих банків, особливо в економічно привабливих сегментах банківського ринку.

Список літератури

1. Азоев Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы – М. ОАО “Типография “Новости” 2000. – С.256
2. Пономаренко В.С., Трудіт О.М., Кизим М.О. Стратегія розвитку підприємства в умовах криз: ЛД “ІНЖЕК”, 2003. – 328с.
3. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: Учебник – 7-е изд. – М: Маркет ДС. 2008. – 609с.
4. Теория и практика предпринимательской конкуренции/ За ред. Иванова Ю. – Х.:ВД“ІНЖЕК”, 2006. – 384с.
5. Вісник НБУ. – 2010.- серпень. – С.68
6. Финансовые Риски. – 2009. - №1(53).

РЕЗЮМЕ

Гуцал Игорь, Сеньковская О.

Региональное позиционирование малых и средних банков на отечественном кредитном рынке

В статье обоснованы теоретические аспекты и возможности влияния банковского сектора на развитие регионов и соответственно развитие регионов на обеспечение стабильности банковской системы. Осуществлен анализ отдельных параметров регионального позиционирования малых и средних банков на отечественном кредитном рынке.

RESUME

Hutsal Ihor, Sen'kov's'ka O.

Regional positioning small and medium-sized banks in the domestic credit market

The article substantiates the theoretical aspects and possible effects of the banking sector for regional development and regional development according to the stability of the banking system. The analysis of individual parameters regional positioning of small and medium-sized banks in the domestic credit market.

Стаття надійшла до редакції 15.04.2011 р.

ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ НА ОСНОВІ СТРАТЕГІЧНИХ СЕСІЙ

Показано важливість планування маркетингової стратегії для підприємств роздрібною торгівлі. Визначено місце маркетингової стратегії серед інших продуктів стратегічного планування їх діяльності. Обґрунтовано доцільність використання стратегічних сесій при плануванні маркетингової стратегії підприємства роздрібною торгівлі.

Ключові слова: маркетингова стратегія, стратегічне планування, планування маркетингової стратегії підприємства роздрібною торгівлі, стратегічна сесія.

У нинішній нестабільний час навіть найбільш відповідальні рішення доводиться приймати в умовах ще більшої невизначеності порівняно з передкризовим періодом. Одне з них – корегування маркетингової стратегії підприємства роздрібною торгівлі аж до повної її зміни. Сучасні ринкові реалії вимагають налагодження планування маркетингової стратегії на постійній основі.

Забезпечення високої ефективності системи планування маркетингової стратегії є одним з основних факторів досягнення високого рівня конкурентоспроможності, стійкої присутності на цільових ринках та динамічного розвитку. Проте формування дієвих маркетингових стратегій на практиці часто замінюється розробкою бізнес-планів, при чому повноваження з планування маркетингових стратегій концентруються виключно на рівні вищих керівників організації. Тільки незначна кількість вітчизняних підприємств роздрібною торгівлі має у своєму розпорядженні відділи маркетингу, що здійснюють насправді ефективне планування маркетингових стратегій.

Цим питанням уже цікавились науковці, серед яких варто назвати Р. Акоффа, І. Ансоффа, Г. Багієва, Н. Боровських, О. Віханського, М. Вуда, П. Клівця, Т. Любанову та інших. Проте подальшого опрацювання потребує проблема планування маркетингової стратегії підприємства роздрібною торгівлі в кризових та посткризових умовах, коли втратило актуальність планування діяльності підприємств на віддалену перспективу.

Основна мета статті полягає у формуванні методологічного підходу до планування маркетингової стратегії підприємств роздрібною торгівлі на основі впровадження процесу стратегічних сесій. Завданням статті постає розробка вимог до організації проведення ефективних стратегічних сесій на підприємстві роздрібною торгівлі при плануванні маркетингової стратегії.

У період швидкого економічного зростання 2000-2007 років більшість підприємств роздрібною торгівлі пасивно використовували сприятливу ринкову кон'юнктуру. Тому за умов скорочення споживчого попиту та неможливості отримання кредитних ресурсів більшість з них згорнули плани швидкої експансії та заморозили всі проекти введення в дію нових

торговельних закладів.

Дослідження міжнародної компанії Bain&Company доводять, що у передкризовому періоді стратегічне планування посідало провідну позицію у рейтингу найбільш ефективних бізнес-інструментів [1, с. 61]. Напрацювання, здійснені в Україні, свідчать, що менше 25 % підприємств можуть бути зараховані до числа таких, що впровадили у практику своєї діяльності стратегічне планування. Однак для більшості воно залишається тільки теоретичною концепцією [2, с. 7].

Криза 2008-2009 років продемонструвала керівникам цінність гнучкості й швидкості прийняття рішень. Провідним підприємствам роздрібною торгівлі довелося підтримувати здатність рухатись вперед та спиратись на виважене управління продажами і операційним плануванням, а також користуватись можливостями вдалого інвестування. Кращі підприємства не змогли собі дозволити занедбати маркетингову стратегію, як не змогли відмовитись від контролю над рівнем продажів та операційними процесами.

Під час економічного спаду, коли бізнес-прогнози різко корегувалися реаліями ринку, топ-менеджери виявили, що планування маркетингових стратегій не спрацьовувало в повному обсязі. У. Шилл, один з керівників компанії Accenture, висловив наступну думку: «Стратегія, якою ми її знаємо, вмерла. Підвищена гнучкість та пришвидшений процес прийняття рішень виявилися набагато важливішими простого передбачення майбутнього» [3, с. 34].

Вітчизняні менеджери у період кризи схилились до думки про втрату важливості стратегічного планування і припинили планувати на віддалену перспективу. У цей період вони намагались більше концентруватися на тактичних діях, таких, як втримання продажів на досягнутому рівні та скорочення витрат, і менше займались плануванням стратегій [4, с. 16]. На ринку роздрібною торгівлі підприємства і раніше рідко планували на термін більше одного року, оскільки їм необхідно було зважати на співвідношення курсу гривні до курсів іноземних валют, зміни купівельної поведінки споживачів, запитаність покупцями асортименту та дії конкурентів. Одним з перших про перехід на короткострокове планування оголосило роздрібне мережеве підприємство «Фуршет» [5, с. 77].

Короткостроковий підхід сьогодні застосовують більшість підприємств роздрібною торгівлі, оскільки їх головне завдання – пришвидшити реалізацію товарів. Якщо раніше маркетингову стратегію планували, виходячи із завдань, то тепер усе залежить від наявних коштів.

Маркетингова стратегія має визначати напрями та масштаби маркетингової діяльності підприємства роздрібною торгівлі в довгостроковій перспективі та бути націленою на досягнення наміченого зростання на визначеному ринку при встановлених обмеженнях. Тому особливо важливим і навіть необхідним чинником успішності українських підприємств роздрібною торгівлі є відпрацювання процесу планування маркетингової стратегії.

Усі види стратегій є результатом стратегічного планування діяльності підприємства для відповідного ієрархічного рівня. В результаті стратегічного цього керівництво отримує відповідну низку стратегічних продуктів, таких, як політика підприємства (на корпоративному рівні), його концепція (на діловому рівні), функціональні стратегії, в тому числі і маркетингова, програми, плани, бюджети тощо. На рис. 1 подано взаємозв'язок маркетингової стратегії підприємства роздрібною торгівлі з іншими продуктами стратегічного планування.

Можна побачити, що на корпоративному рівні визначається політика маркетингової діяльності, під якою варто розуміти комплекс рішень, що стосуються бажаного обсягу продажів. На цьому рівні також

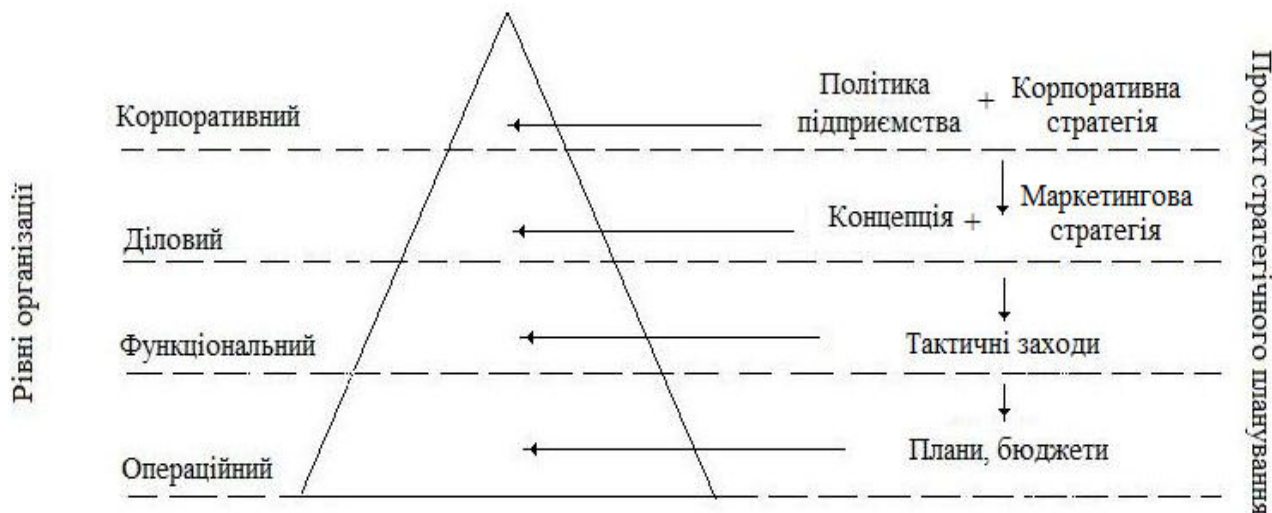


Рис. 1. Взаємозв'язок маркетингової стратегії підприємства роздрібною торгівлі з іншими продуктами стратегічного планування

окреслюється масштаб бізнесу підприємства роздрібною торгівлі на запланований часовий період, певна частка ринку. На діловому рівні діяльності підприємства роздрібною торгівлі встановлюється концепція та маркетингова стратегія. Концепція підприємства роздрібною торгівлі поєднує маркетингові, архітектурні, партнерські правові аспекти ведення бізнесу і добре знання особливостей конкретного локального ринку.

Під маркетинговою стратегією підприємства роздрібною торгівлі розуміють взаємопов'язану сукупність елементів, комплекс товарів, методів обслуговування покупців, репутацію бренду – усе те, що надає унікальності конкретному підприємству і дозволяє досягати поставлених маркетингових цілей.

На функціональному рівні підприємства роздрібною торгівлі розробляється маркетинговий план та тактичні маркетингові заходи. Маркетинговий план – це документ, що містить відомості про ринок і конкретні плани, які пропонується використовувати для досягнення маркетингових та фінансових цілей [6, с. 33]. Маркетингові заходи залежать від особливостей розташування конкретного підприємства роздрібною торгівлі, основних цільових груп, на які воно орієнтується у своїй діяльності.

На операційному рівні оцінюються бюджети та необхідні ресурси для реалізації визначених у маркетинговій стратегії заходів.

Отже, маркетингова стратегія повинна формуватися в контексті концепції та в межах відповідної бізнес-моделі підприємства роздрібною торгівлі.

Планування маркетингової стратегії – це побудова логічної послідовності окремих видів маркетингової діяльності, визначення цілей підприємства і розробка відповідних планів для їх досягнення.

Основа планування маркетингової стратегії – це послідовне прийняття низки взаємопов'язаних управлінських рішень. Йдеться, по-перше, про формалізацію власниками підприємства великих амбіційних цілей. Другим кроком цього процесу виступає формування бачення бізнесу як умовного контакту між власником і керуючими – фактично домовленість між ними. По-третє, відбувається декомпозиція бачення системи стратегічних цілей. Після цього іде формування стратегії (корпоративної і функціональної). Під стратегію вибудовуються базовий і допоміжні бізнес-процеси, на основі яких формується організаційна структура, яка, у свою чергу, заповнюється кадрами.

Сила маркетингової стратегії полягає у тому, що вона докорінно не змінюється, корегуються лише тактичні дії. Наприклад, «Метро кеш енд керрі Україна» розробила маркетингову стратегію до 2015 року, і від її виконання торговельне підприємство не відмовляється [7, с. 27]. У загальному контексті корегуються тільки тактичні заходи залежно від зміни ринкових обставин.

Дослідження кращих досягнень з практики планування маркетингової стратегії не можливе без визначення тенденцій у цьому напрямку і розуміння ставлення українських підприємств роздрібною торгівлі до цього питання. Інтерес до цього інструменту

стратегічного управління поступово зростає. Вітчизняні підприємства роздрібно́ї торгівлі за останній час істотним чином вдосконалили свою діяльність, виростили у масштабах діяльності, почали наймати висококваліфікованих професіоналів, а тому планування маркетингових стратегій для окремих з них стало природним і невід’ємним елементом діяльності [8, с. 28].

У більшості національних підприємств роздрібно́ї торгівлі процесом формування маркетингової стратегії займається генеральний директор. Але в окремих з них застосовують практику, коли функцію з планування маркетингових стратегій виконують інші топ-менеджери (комерційний директор, директор зі збуту тощо).

Одним з сучасних підходів, що дозволяє використати потенціал керівників різних рівнів підприємства роздрібно́ї торгівлі у пошуках і прийнятті стратегічно важливих рішень, зокрема планування маркетингових стратегій, є організація та проведення корпоративних стратегічних сесій із залученням фахівців різних організаційних рівнів.

При проведенні стратегічних сесій формується група осіб із числа менеджерів вищого та середнього рівнів підприємства роздрібно́ї торгівлі і – в певних випадках – профільних експертів (зовнішніх чи внутрішніх), функціонування якої розраховане на певний проміжок часу (на один-два дні) для обговорення того чи іншого стратегічного питання.

На нашу думку, до числа учасників стратегічної сесії потрібно залучати менеджерів середнього і навіть нижніх організаційних рівнів, оскільки вони можуть володіти ситуацією, мати у розпорядженні відповідні дані, або під час проведення сесії можуть висловити необхідні думки чи навести певні аргументи в умовах.

Від усіх інших видів колективної роботи стратегічна сесія відрізняється тільки поставленими питаннями і частотою проведення (табл. 1).

Отже, з наведеної таблиці можна побачити різницю між стратегічною сесією та фокус-групою. Остання, як правило, використовується при дослідженні причин виникнення проблем у маркетинговій діяльності підприємства роздрібно́ї торгівлі, їх характеру, виявлення вирішення.

Стратегічна сесія ж покликана не стільки знайти загальний напрямок розв’язання проблеми, скільки детально вирішити й розробити тактичні дії.

Якщо на щотижневих нарадах колектив відділу може збиратися для обговорення поточних питань, то стратегічна сесія, яка до того ж не виключає і роботи у форматі «мозкових штурмів», проводиться рідше і покликана вирішувати серйозні глобальні завдання, такі як: визначення місії підприємства, вихід на новий географічний ринок чи у цільовий сегмент. У той час, як «мозкові штурми», як правило, короточасні й спрямовані на вирішення оперативних питань або напрацювання певних інноваційних ідей.

Таблиця 1. Відмінності в організації проведення стратегічних сесій та інших форм групової роботи менеджерів при плануванні маркетингової стратегії підприємства роздрібно́ї торгівлі

Характерні ознаки	Форми групової роботи менеджерів		
	Поточні наради	Фокус-групи	Стратегічна сесія
Мета створення	Обговорити поточні питання, що виникають у маркетинговій діяльності підприємства роздрібно́ї торгівлі	Дослідити питання стратегічної важливості, що періодично виникають у маркетинговій діяльності підприємства роздрібно́ї торгівлі	Обговорити глобальні проблеми та прийняти рішення щодо планування маркетингової стратегії та маркетингової тактики
Частота проведення	Щотижня або частіше	Раз на квартал або на рік	Раз на місяць або на квартал
Термін роботи	15-30 хвилин	1 день	1-3 дні
Форма проведення	Офіційна нарада, директивний, нормальний тип проведення	Неформальне обговорення	Неформальне обговорення
Формат проведення	Монолог, діалог	Мозковий штурм	Мозковий штурм, пошук креативних рішень

Окремі компанії в Україні використовують підхід організації стратегічних сесій у своїй діяльності. Так у комунікаційній групі ESG стратегічні сесії проводяться планово – раз на рік у листопаді. Час обраний спеціально з метою, щоб до кінця року оцінити, чи були попередні плани близькими до реалізації, наскільки правильною виявилась обрана раніше маркетингова стратегія [9, с. 33].

У ПАТ «Київстар» стратегічні сесії також мають характер корегуючих заходів. Не дивлячись на те, що підприємство має розроблену стратегію довгострокового розвитку, щороку усі дирекції розробляють річний стратегічний план. При змінах зовнішнього середовища, природно, корегується і довгострокова стратегія, для чого залучаються всі

менеджери вищої керівної ланки.

При проведенні стратегічних сесій з метою планування маркетингової стратегії можуть виникати окремі негативні моменти:

- при обговоренні питань, пов’язаних з плануванням маркетингової стратегії, існує ризик відхилення від теми обговорення;
- можуть переважати тривалі і неконструктивні розмірковування;
- керівник маркетингового підрозділу або представники вищого керівництва можуть нав’язувати свої рішення.

У таких випадках доволі слушно при проведенні подібних заходів запрошувати сторонню людину в

якості модератору заходу, який би контролював дотримання усіма учасниками встановлених вимог щодо проведення стратегічних сесій. Модератор, як правило, є неупередженою людиною, він не обмежується певними корпоративними правилами чи стилем поведінки, що може бути прийнятий у відповідній організації.

Перевага використання підходу стратегічних сесій полягає у тому, що усі члени управлінської команди беруть участь у плануванні маркетингової стратегії, відчувають свою відповідальність та залучення у процес, завдяки чому підвищується їхня внутрішня мотивація. Крім того, ліквідується і можливий опір новому стратегічному рішення: його приймали разом, а це означає, що навряд будь-хто з посадових осіб вирішить опиратись втіленню у життя результатів власної діяльності.

Доволі часто перед групою керівників ставляться амбіційні, але нереальні цілі. Саме робота за принципом стратегічної сесії дозволить фільтрувати подібні цілі,

порівнюючи їх з оперативними даними [10, с. 63].

Також у ході стратегічних сесій потрібно обговорювати не тільки проблеми діяльності підприємства, але й почати здійснювати систематичний аналіз успіхів. Потрібно навчитись досліджувати приклади, коли відповідна проблема була успішно вирішена і ефективний процес був налагоджений – нехай навіть частково або на короткий період. Для підвищення обсягу продажів потрібно звернути увагу на приклади найефективніших і найбільш вдалих продажів і зрозуміти, що потрібно зробити, щоб повторити подібний результат [11, с. 39].

У цьому зв'язку завдання менеджерів полягає у наступному: зібрати об'єктивні думки, бажано позитивні, якомога більшої кількості співробітників усіх рівнів з усіх підрозділів компанії, постачальників, партнерів, клієнтів, що так чи інакше впливають на бізнес організації. У таблиці 2 наведено вимоги до правильного проведення стратегічних сесій на підприємстві.

Таблиця 2. Вимоги до правильного проведення стратегічних сесій при плануванні маркетингової стратегії на підприємстві роздрібно торгівлі

Вимога	Напрями дотримання
Активні дії усіх учасників	Фахівці, що беруть участь в обговоренні, повинні усвідомлювати, що від їхньої активності залежатиме просування кар'єрними сходами або інша нематеріальна винагорода
Відмова керівників від авторитарного стилю	Створення атмосфери здорової конкуренції
Відмова учасників від критики	Терпимість до будь-якої ідеї, що висловлюється чи пропонується кожним з учасників
Відсторонення від інших справ	Вивільнення робочого часу, перенесення запланованих справ, вимкнення мобільних телефонів, електронної пошти
Послідовність проведення обговорення питань	Програма стратегічної сесії повинна бути підготовлена фахівцями спільно
Проведення на високому організаційному рівні	Зміна робочих обставин, виїзд на час проведення сесії в інше місце, оренда професійного бізнес-центру
Обґрунтування рішень	Потрібно обов'язково переконатися, що абсолютно усі присутні однаково чи правильно розуміють це рішення

На нашу думку, реалізація цього підходу дозволить керівникам підприємств роздрібно торгівлі спланувати маркетингову стратегію адекватну стану ринку в межах конкретної локалізації торговельних закладів з урахуванням особливостей попиту цільових груп споживачів.

Теоретичною заміною стратегічної сесії могло б послужити тільки створення у компанії спеціального комітету, якому було б доручено опрацювати варіанти вирішення того чи іншого стратегічного питання. Залучення широкого кола керівників не тільки верхнього, але й середнього рівня підвищує якість розробки маркетингової стратегії підприємства роздрібно торгівлі. Більше того, в кількох випадках проведення стратегічної сесії буде доречнішою справою, ніж самостійне рішення керівника.

Найважливішою передумовою планування адекватної ринкової ситуації маркетингової стратегії підприємства роздрібно торгівлі є залучення і підтримка з боку персоналу. Публічна підтримка розробленої стратегії рядовими співробітниками є надзвичайно важливою. Це можливо тільки за наявності на підприємстві відповідної корпоративної культури, у якій незалежно від сфери і рівня відповідальності людина має право, хоче і вміє впливати на бізнес.

Маркетингова стратегія підприємства роздрібно торгівлі прямо зачіпає інтереси кожного працівника, клієнта, партнера, постачальника. Надзвичайно ефективним є так званий навчальний підхід до формування маркетингової стратегії, який полягає у активному використанні інформації, отриманої від усіх вище зазначених учасників бізнесу. Подібний підхід надає процесу планування маркетингової стратегії певних характеристик таких, як командне прийняття рішень, вивчення найкращих практик, гнучкість і готовність до змін, використання тільки об'єктивних і коректних даних тощо.

Список літератури

1. Мигунова, Т. *Управленческий верстак [Текст] / Т. Мигунова // Бизнес. – 2007. - № 28. – С. 61-63.*
2. *В ожидании восстановления [Текст] // Компаньон. - 2010. - № 6. - С. 7.*
3. *Гарднерт Д. Забыть о стратегическом планировании? [Текст] / Д. Гарднерт // Компаньон. - 2010. - № 9 (680). – С. 34.*
4. *Лепкина, И. Вот – новый поворот [Текст] / И. Лепкина // Компаньон. - 2009. - № 36 (657). – С. 16-17.*
5. *Курачая, Е. Интервью с Н. Славничем «Любой кризис делает нас сильнее и выносливее» [Текст] / Е. Курачая // Бизнес. – 2008. - № 42. – С. 76-78.*

-
6. Вуд, М. Б. Маркетинговый план: практическое руководство по разработке [Текст] / М. Б. Вуд; пер.с англ. Л. О. Пелявского. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 352 с.
 7. Демченко, И. На коротком поводке [Текст] / И. Демченко // Статус. – 2009. – № 8. – С. 24-27.
 8. Липинская, А. Есть ли у вас план? В поиске лучшей маркетинговой практики [Текст] / А. Липинская // Новый маркетинг. – 2004. – №10. – С. 26-31.
 9. Бородаченко, К. Шпаргалка на сессию [Текст] / К. Бородаченко // Бизнес. – 2009. – № 35. – С. 33-35.
 10. Клівець, П. Г. Стратегія підприємства [Текст] / П. Г. Клівець - К.: Академвидав, 2007. – 326 с.
 11. Любанова, Т. П. Стратегическое планирование на предприятии: [Текст]: Учеб. пособие/ Т. П. Любанова, Л. В. Мясоедова, Ю. А. Олейникова – М.: «Издательство ПРИОР». – 2001. – 536 с.

РЕЗЮМЕ

Дейнека Елена

Планирование маркетинговой стратегии предприятия розничной торговли на основе стратегических сессий

Показана важность планирования маркетинговой стратегии для предприятий розничной торговли. Определено место маркетинговой стратегии среди других продуктов стратегического планирования деятельности предприятия розничной торговли. Обоснована целесообразность использования стратегических сессий при планировании маркетинговой стратегии предприятия розничной торговли.

RESUME

Deyneka Olena

Marketing strategy of planning of retail enterprise based on the strategic sessions

An importance of marketing strategy of planning of retailer enterprises is shown. The place of marketing strategy within other strategic planning products retailer is identified. Feasibility of using strategic planning sessions in the marketing activity of retail enterprise is grounded.

Стаття надійшла до редакції 29.03.2011 р.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРВИННОГО РОЗМІЩЕННЯ АКЦІЙ (IPO) НА РИНКУ ЗЛИТТІВ І ПОГЛИНАНЬ

Висвітлено роль та місце первинного розміщення акцій (IPO) на ринку злиттів і поглинань. Проаналізовано стан і тенденції вітчизняного і світового ринку IPO. Встановлено вимоги до компаній, які мають бажання торгувати акціями на біржі. Визначено переваги і недоліки IPO для вітчизняних компаній. Оцінено перспективи ринку IPO.

Ключові слова: злиття, поглинання, IPO, фондовий ринок, лістинг, оцінка бізнесу, акціонерний капітал, інвестор.

В наш час міжнародний фондовий ринок переживає повільне відродження після останньої фінансової кризи. Багато провідних компаній з пострадянського простору знову замислюються про вихід на нього через процедуру IPO (Initial Public Offering). Цей спосіб є порівняно новим для українського бізнесу. Компанія прагне продати пакет своїх акцій (зазвичай невеликий, близький до блокуючого) інвесторам на біржі як з метою одержати фінансове вливання для розвитку, так і для того, щоб за котируваннями акцій на біржі визначити свою капіталізацію чи реальну ринкову вартість. Як виявилось, колишні методи оцінки компанії у період кризи перестали бути ефективними. Ще одна мета – підвищити свій інвестиційний рейтинг, щоб одержати доступ до інших недорогих джерел фінансування. Адже публічне розміщення – це шанс піднести імідж компанії, а заради гучного імені власники багато на що готові.

Стан та перспективи розвитку фінансових ринків України та інших країн СНД досліджуються такими українськими й російськими вченими, як О. Волкова, А. Лукашов, В. Макарова, Н. Мещерова, Я. Міркін, О. Мозговий, А. Могін, В. Никифорова, В. Оскольський, В. Суторміна та ін. Однак у цих джерелах недостатню увагу звертають на проблеми первинного розміщення акцій на фондових ринках. Окрім цього, більшість авторів розглядає первинне розміщення акцій виключно як фінансовий інструмент розвитку компанії.

Мета статті – дослідження тенденцій розвитку українського ринку капіталу, виокремлення особливостей розвитку ринку IPO в Україні, які мають відрізняються від світових тенденцій.

Залучення капіталу через фондовий ринок на довгостроковій основі – не єдина мета проведення IPO для компаній. Публічна пропозиція акцій може також здійснюватись з метою погашення або реструктуризації заборгованостей, продажу бізнесу або отримання об'єктивної ринкової оцінки компанії та реалізації її конкурентних переваг. Також компанії приваблюють такі переваги, як додаткове фінансування для розвитку і розширення бізнесу, можливість залучення стратегічного інвестора для довгострокового співробітництва, досвід роботи з міжнародними інвесторами та підвищення статусу і прозорості діяльності компанії.

На основі цього сформульовано наступні завдання:

– визначити роль та місце первинного розміщення

акцій у процесі злиттів і поглинань компаній;

– проаналізувати стан і тенденції сучасного ринку IPO у світі та в Україні;

– визначити перспективи і можливості вітчизняних компаній на ринку IPO у майбутньому.

В економіці будь-якої країни світу рівень розвитку відносин у корпоративній сфері відіграє значну роль у формуванні корпоративної культури, яка спрямована на співпрацю корпорацій (акціонерних товариств) з міноритарними акціонерами (населенням). Прийняття рішення українськими компаніями про можливий вихід зі своїми цінними паперами, насамперед акціями, на міжнародні ринки, як правило, є справжнім іспитом не стільки для їх бізнесу, скільки для їх систем корпоративного управління. З іншого боку, успіхи або невдачі українських компаній на зарубіжних фондових торговельних майданчиках є невід'ємною складовою іміджу України, на основі якого складається уявлення іноземних інвесторів про економіку нашої країни і рівень корпоративної культури всередині національного корпоративного середовища.

У теорії та практиці корпоративного управління первинне розміщення акцій (IPO) переважна більшість авторів розглядає як інструмент залучення іноземного капіталу через розміщення акцій на іноземних фондових ринках. Акціонерний капітал зазвичай продають невеликими пакетами портфельним інвесторам на біржі.

Однак, на нашу думку, таке трактування є дещо однобоким. Ми вважаємо, що IPO – це важливий та ефективний інструмент на ринку злиттів і поглинань. Так, у 2010 році на світовому ринку злиттів і поглинань частка угод на основі IPO складала понад 12 %. В Україні ж цей показник є вдвічі меншим – 5-6 %.

Злиття та поглинання можна назвати найбільш корпоративними операціями. У процесі їх виконання кардинально змінюється корпоративний контроль над компанією, вибудовуються багатоповерхові внутрішньофірмові організаційні структури. Незважаючи на складність проведення таких операцій на ринку корпоративного контролю, вони дозволяють менеджменту компанії швидко наростити її обсяги та змінити розташування сил в галузевій конкуренції.

Виходячи з критерію стратегії покупця, фахівці розділяють всі угоди злиттів та поглинань у п'ять груп:

- вертикальна інтеграція;
- горизонтальна інтеграція;

- диверсифікація бізнесу, вихід на нові ринки, створення конгломерату, портфельні інвестиції;
- збільшення вже існуючої частки в бізнесі, отримання 100 % контролю;
- викуп бізнесу менеджерами компанії (МВО).

Отже, виходячи з даної класифікації, первинне розміщення акцій можна віднести до третьої групи угод.

Російський фахівець І. Каспарова розглядає IPO як один з механізмів залучення джерел фінансування злиттів і поглинань шляхом збільшення акціонерного капіталу [4, с. 66].

І. Владімірова, один із піонерів російської науки злиттів і поглинань, серед основних термінів теорії корпоративного менеджменту виділяє «поглинання компанії». На її думку, останнє – це взяття однією компанією іншої під свій контроль, управління нею з придбанням повного чи часткового права власності на неї. Цього можна досягнути шляхом приєднання всіх активів чи зобов'язань, придбання всіх чи деяких активів, або ж шляхом придбання (купівлі) акцій компанії. Виходячи з цього формулювання, вважають, що первинне розміщення акцій є одним з видів (механізмів) поглинання [2, с. 27].

З точки зору теорії і практики корпоративного контролю важливим є поняття «рівень набутого контролю». При наявності єдиного власника чи при придбанні всього майнового комплексу мова йде про повний корпоративний контроль, при наявності кількох власників компанії – про частковий корпоративний контроль. Отже, з точки зору інтеграційних процесів первинне розміщення акцій можна розглядати як процес часткового придбання прав корпоративного контролю в рамках наявних організаційних форм.

Є. Уткін, засновник і керівник компанії «Квазар-Мікро», вітчизняного лідера ринку ІТ, телекомунікацій і мікроелектроніки, вважає, що бізнес будується для того, щоб потім його продати, а IPO є одним з інструментів. Необхідно зазначити, що протягом свого існування «Квазар-Мікро» поглинула понад 150 інших компаній у 32 країнах світу.

Аналіз світового ринку IPO дозволяє зробити висновок, що в 2010 році активність на глобальному ринку позначена швидкими темпами зростання. За перші три квартали 2010 року активність на світовому ринку IPO (888 угод на суму \$152,7 млрд.) перевищувала показники 2009 року на 36 %.

Але дійсно рекордними виявилися показники ринку IPO у жовтні і листопаді 2010 року – обсяг первинних розміщень становив понад \$100 млрд. Всього за 11 місяців 2010 року на ринку IPO укладено 1199 угод, в результаті яких залучено \$255,3 млрд. [9, с. 19]

На європейських фондових біржах було залучено понад 10 млрд. євро в порівнянні з 2,5 млрд. в попередньому кварталі, при цьому більша частина коштів, залучених за результатами IPO в 4-му кварталі, припадає на частку Лондонської біржі – 3,6 млрд. євро (в 3-му кварталі 2010 р. – 1,7 млрд. євро). Крім того, за останній квартал у Лондоні було проведено 49 з 130 європейських лістингів.

Найбільшою угодою IPO в 4-му кварталі став подвійний лістинг Enel Green Power на суму 2,3 млрд. євро, проведений на біржах Італії та Іспанії. Скандинавські фондові біржі стали місцем проведення двох угод IPO, кожна з яких перевищила 1 млрд. євро, а на Лондонській біржі найбільшим за вартістю лістингом став вихід на ринки капіталу

медійної компанії Mail.ru Group, у ході якого вдалося залучити 669 млн. євро.

У 2010 році Гонконг став привабливим фондовим ринком для проведення міжнародних лістингів. Інвесторів найбільше цікавили компанії-виробники високоякісних товарів відомих торговельних марок у сегменті luxury, а також компанії, що мають стабільні ринкові зв'язки з КНР [1].

Український ринок IPO також розвивається в руслі світових тенденцій, однак має свої особливості. За останні кілька років IPO так і не стало в Україні альтернативним інструментом залучення коштів. Загальний обсяг коштів від IPO, залучених українськими компаніями з 1991 р. по 2010 рік, складає близько 3,5 млрд. дол. Це близько 8,5 % від всього обсягу прямих іноземних інвестицій в Україну. У той же час сукупний обсяг коштів, залучених в ході IPO російськими компаніями, перевищує 20 % від всього обсягу прямих іноземних інвестицій в російську економіку [7, с. 37].

В Україні протягом 2005-2008 років було здійснено всього 16 розміщень на ринку IPO і залучено \$1,86 млрд. Розміщення цінних паперів українських емітентів за схемою IPO відбувалося як на іноземних, так і вітчизняній фондових біржах. На фондовій біржі Лондона було здійснено сім первинних публічних розміщень і по одній – на фондових майданчиках Франкфурта і Варшави. Загальна сума залучених коштів від розміщення цінних паперів на зарубіжних ринках IPO становила \$1,624 млрд.[3].

На українській фондовій біржі ПФТС за цей час було здійснено теж 7 первинних публічних розміщень і залучено \$234 млн., що у 7 разів менше, ніж на міжнародних фондових майданчиках.

У 2010 р. експерти говорили про підготовку до виходу на IPO компаній «Авангард», «Агроліга», «Дакор Агро Холдинг», «Мрія Агро Холдинг», Т.М.М., OstChem, «Галнафтогаз», UDC Holding, «Баядера», «Воля» і т.д., але в кінцевому результаті успіхи виявилися значно скромнішими. Хоча на фоні 2009-го, коли не було здійснено жодного виходу на IPO, показники-2010 – вже успіх.

Минулого року на IPO вийшли тільки 6 компаній: французька агрогрупа AgroGeneration, яка має активи в Україні (розміщення 25% акцій на 12 млн. євро на NYSE Euronext), «Авангард» (розміщення 20% акцій на \$188 млн. на Лондонській фондовій біржі), «Агротон» (розміщення 26,2% акцій на \$54 млн. на Варшавській фондовій біржі), «Мілкіленд» (розміщення 22,4% акцій на 60 млн. євро у Варшаві), «Садова Груп» (розміщення 25% акцій за \$30,4 млн. у Варшаві), «Агроліга» (розміщення 16,67% акцій на 1 млн. євро у Варшаві). Всього українські компанії залучили від IPO у 2010 р. близько \$371 млн. (прогнози на минулий рік коливалися в межах \$1-1,5 млрд.) [5].

Що ж стимулює власників підприємств йти на IPO?

У першу чергу те, що залучене фінансування не потрібно повертати, як у випадку з кредитами чи облігаціями. Це особливо важливо зараз, коли оцінкові коефіцієнти українських компаній значно зросли, і завдяки цьому вони можуть залучати значні кошти, розміщуючи свої акції.

IPO – це визнання компанії третіми сторонами, що дуже важливо для довіри інвесторів і тривалого ринкового зростання. Крім цього, це – визначення реальної ринкової вартості бізнесу і перспектив його подальшого зростання, оскільки лістинг на фондовій біржі створює премію до вартості завдяки прозорості

компанії. Вихід на біржу – хороший привід ще раз чітко визначити цілі компанії на найближчі роки, відповідно до світових тенденцій та очікувань іноземних інвесторів. Окрім цього, реструктуризація бізнесу, поліпшення стандартів управління і прозорості, які здійснюються перед IPO, дозволяють створити максимальну вартість для власників при можливому виході з бізнесу в майбутньому – наприклад, шляхом продажу стратегічному інвестору.

IPO є важливим іміджевим чинником. Компанію, чії акції котируються на міжнародних біржах, сприймають як серйозного партнера, який точно не порушить правила корпоративної етики.

IPO передбачає зміну самої стратегії розвитку бізнесу. Основним критерієм ефективності менеджменту стає не прибуток власників, а зростання капіталізації компанії.

На інший рівень виходять і стосунки менеджменту з інвесторами та акціонерами. В публічній компанії вони ретельно регламентовані для того, щоб зробити керівництво реально незалежним, підконтрольним не окремим особам, а налагодженій процедурі управління.

Компанія, яка відповідає вимогам провідних міжнародних бірж, навіть незалежно від реальних котировань її акцій, завдяки своїй прозорості є привабливим клієнтом для великих банків. Як для видачі кредитів, так і для випуску облігацій. І навпаки, співробітництво з крупним міжнародним банком, який видає компанії кредити чи допомагає випускати облігації, буде досить позитивним при підготовці до IPO [6, с. 10].

IPO надає найвищу оцінку бізнесу, а власник, навіть продавши на біржі понад 50 % акцій, зберігає повний контроль над компанією, оскільки замість одного великого інвестора в капіталі компанії будуть сотні дрібних акціонерів.

Однак не всім вдається вигідно продати власні акції. За оцінками експертів, успішне IPO очікує лише кожна третю компанію. Причин цього кілька.

По-перше, інвесторів стримують апетити емітентів. Вітчизняні бізнесмени часто просять значно більше, ніж заслуговують, забуваючи про падіння прибутків у кризові роки.

По-друге, перешкодою для інвестицій є непрозора структура власності. Більшість компаній не бажать витрачати час та гроші на відокремлення непрофільних активів від головних.

По-третє, успіх на IPO гальмує непродумана інвестиційна стратегія. Іноземні інвестори вже не мають бажання вкладати гроші, наприклад, в сільське господарство, тільки тому, що у нас це перспективний бізнес. Адже тепер існують інші ідеї: укрупнення, вертикальна інтеграція, вихід на нові ринки.

Вимоги до компанії, чії акції торгуються на біржі, можна поділити на три групи.

Перша – вимоги до фінансової звітності. Компанія має відповідати міжнародним чи американським стандартам, а то і тим, і іншим, упродовж як мінімум останніх трьох років. Крім цього, вона має пройти аудит, причому обов'язково однієї з компаній "великої трійки". У бухгалтерського підрозділу має бути напрацьований досвід швидкого впорядкування звітності за міжнародними стандартами.

Друга група вимог стосується прозорості управлінської схеми компанії та схеми її власності. Йдеться і про чіткий розподіл повноважень менеджменту всіх ланок. Бажано, щоб система

управління компанії також відповідала західним стандартам, не містила нічого зайвого й нічого нового для інвесторів. Зарплати менеджерів і вся система мотивації повинні відповідати ринковим стандартам.

Не менш прозорою має бути схема власності та корпоративних прав. Якщо на IPO виходить холдинг, що об'єднує компанії, які працюють на різних ринках, потрібно продемонструвати необхідність такої диверсифікації. Інакше в очах інвесторів це виглядатиме розпиленням коштів або оптимізацією оподаткування. Крім того, холдинг має бути спроможний подавати консолідовану звітність.

Третя група вимог стосується захисту прав інвесторів. Адже той, хто купить акції компанії на біржі, по суті, стане її міноритарним акціонером. Основні власники мають вибудувати схему управління бізнесом так, щоб у міноритаріїв не виникало жодних підозр у непрозорості ведення бізнесу емітентом [6, с. 11].

Наступним питанням, на яке слід отримати відповідь при виході на IPO, є вартість цієї процедури. При виході на такі відомі фондові біржі, як Лондонська, Франкфуртська та ряд інших європейських та американських фондових майданчиків накладні витрати можуть становити до 10-15% від суми залученого капіталу. У середньому залучення коштів на біржі дешевше, ніж кредити та фінансування через облігації. Тим паче, що витрати на IPO є разовими.

Протягом останніх років ринок IPO зазнав суттєвих змін. Посткризовий інвестор став набагато вибагливішим та вимогливішим. Часи, коли іноземці купували те, що їм пропонує ринок, закінчилися. Якщо до початку кризи 2008-го залучити акціонерний капітал на вигідних умовах було до снаги мало не всім охочим, то тепер інвестори шукають лише прозорі компанії з позитивною історією роботи на ринку.

Змінилися у 2010 році і критерії оцінки компанії: вартість бізнесу цього року буде істотно нижчою, ніж, наприклад, ще два роки тому. Раніше західні інвестори, які вкладали у ринки, що розвиваються, зокрема і в Україну, купували перспективу зростання ринку загалом. Нині за можливість розвитку економіки країни загалом або якого-небудь окремого сектора вони платити відмовляються. Високо цінуються лише сильні сторони компанії порівняно з конкурентами і ті показники, на які підприємство може безпосередньо впливати (обсяг продукції, що випускається, прибутковість бізнесу, розширення ринку збуту).

На основі проведеного дослідження сформуємо переваги та недоліки IPO (табл. 1).

Вітчизняний ринок IPO має свої особливості. Українські компанії традиційні у своїй IPO-географії. Серед пріоритетних фондових бірж – Лондонська, Варшавська і Франкфуртська. Експерти відзначають, що лише найбільші українські компанії можуть вийти на східні ринки. Для менших компаній зусилля, необхідні для виходу на азійські фондові біржі, можуть перевищувати очевидні переваги. Крім того, азійські інвестори цікавляться українськими активами насамперед у базових галузях промисловості, наприклад у металургії.

Українські власники готові віддати не більше 30 % акцій при первинному розміщенні [8, с. 31]. Це пояснюється бажанням зберегти контрольний пакет акцій після розміщення. Ця причина є ще однією істотною відмінністю українських власників від західних (де розміщення досягають 100 % акцій) і в остаточному підсумку впливає на сумарні обсяги

Таблиця 1. Переваги та недоліки IPO*

Переваги	Недоліки
Джерело безповоротного капіталу у значних розмірах для фінансування росту компаній	Вартість проведення IPO (\$ 1-2 млн. + комісія 3-10 % залежно від біржі, після IPO – \$ 0,1-0,2 млн. на рік)
Підвищення якості управління в компанії і рівня топ-менеджменту. Оптимізація корпоративної структури, що полегшує подальшу діяльність.	Затрати трудових та часових ресурсів компанії на підготовку до IPO, в період активного IPO та після проведення IPO
Мінімізація ризиків, пов'язаних з неправильним використанням повноважень менеджментом або акціонерами. Основні інвестори (навіть якщо їх частка складає менше ніж 50%) зберігають контроль над компанією	Час на підготовку IPO – 6-24 місяці
Отримання власниками об'єктивної ринкової оцінки компанії. Підвищення прогнозованості компанії	Певні обмеження щодо способу ведення бізнесу (податкове планування, відкритість інформації, яка стає доступною конкурентам, багатоступеневе прийняття рішень)
Вартість компанії, оціненої на IPO, на 30 % вища, ніж за приватного розміщення	Складність виходу з біржі (лише через викуп акцій з премією)
У майбутньому можливість залучення дешевшого ніж до IPO позичкового капіталу на міжнародних ринках	Успіх виключно залежить від привабливості активів з фінансової точки зору, а також від ситуації на фінансових ринках протягом періоду розміщення
Покращення іміджу в очах партнерів, клієнтів та потенційних інвесторів	
Безкоштовна реклама компанії внаслідок її постійного згадування в оглядах ринку та аналітичних дослідженнях	

* складено автором самостійно на основі [10]

залучених коштів.

Загальний обсяг коштів, залучених від IPO вітчизняними компаніями в 2011 р., може скласти 600-700 млн. дол. Їх залучать, перш за все, компанії аграрного сектору та харчової промисловості. Однак уже в 2012 р. у міру відновлення економіки на IPO вийдуть і компанії з інших секторів, серед яких для інвесторів цікавими можуть бути ринок нафтопродуктів, енергетика, телекомунікації, можливо, гірничо-металургійний комплекс та роздрібна торгівля. Хоча до радикального покращення ситуації ще далеко, і докризових показників український ринок IPO зможе досягнути мінімум через 2-3 роки, та й то при позитивній ринковій кон'юктурі.

Вихід на публічний ринок – не просто джерело залучення необхідних фінансових коштів. Перш за все, вихід на публічний ринок капіталу – це перехід на якісно новий рівень розвитку компанії. Цей крок не лише відкриває широкі можливості фондового ринку, але й дозволяє компанії вирішувати ряд специфічних завдань. Після успішного проведення IPO компанії, як правило, займають лідируючі позиції у своєму сегменті, однак при цьому до компанії висуваються більш жорсткі вимоги до звітності та процедури розкриття інформації.

Необхідно зазначити, що розвиток вітчизняних компаній-емітентів і всього українського фінансового ринку підійшов до такого рівня, коли потрібна диверсифікація джерел фінансування, а також збільшення ролі пайового фінансування. Досвід успішного розміщення акцій українських компаній на світових фондових біржах спонукає інших гравців ринку уважніше придивлятися до цієї форми залучення капіталу, а також до можливості виходу на світові фінансові ринки.

Список літератури

1. Високі показники угод IPO у Європі в 4-му кварталі 2010 року – позитивний імпульс для динаміки цього ринку в 2011 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pwc.com/ua/uk/press-room/release094.jhtml>.
2. Владимирова, И. Г. Слияния и поглощения компаний [Текст] / И.Г. Владимирова // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – № 1. – С. 24-42.
3. Итоги исследования первой волны IPO бума в 2005-2010 гг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.express-release.com/release/22592>.
4. Каспарова, И. Э. Проблемы финансирования слияний и поглощений в условиях российского рынка [Текст] / И.Э. Каспарова // Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2007. – N 2 (22). – С. 61-69.
5. Косенко, А. Рынок IPO Украины: показатели компаний и прогноз на 2011 год [Електронний ресурс] / А. Косенко. – Режим доступу: <http://intercredit.com.ua>.
6. Кукса, В. Это сладкое слово IPO. Украинские предприятия открывают для себя прогрессивный способ интеграции в мировую экономику [Текст] // Виталий Кукса // Зеркало недели. – 2007. – № 35 (664). – С. 8-12.
7. Мироненко, В. IPOхондрия [Текст] / Вячеслав Мироненко // Инвестгазета. – 2010. – № 42. – С. 34-37.
8. Мошенец, Е. Украинские IPO-2010 [Текст] / Е. Мошенец, И. Гошовский, Д. Исакова, Д. Пархомчук // Инвестгазета. – 2010. – № 15. – С. 28-34.
9. Очимоўська, Т. Гроші витікають у Азію [Текст] / Тетяна Очимоўська // Коментарі. – 2010. – №№ 49-50. – С. 19.
10. Руденко, В. Платний вихід [Текст] / Вікторія Руденко // Контракти. – 2010. – № 27-28. – С. 14-16.

РЕЗЮМЕ

Дейнека Юрий

Особенности первичного размещения акций (IPO) на рынке слияний и поглощений

Отражены роль и место первичного размещения акций (IPO) на рынке слияний и поглощений. Проанализированы состояние и тенденции отечественного и мирового рынков IPO. Определены требования к компаниям, имеющих желание торговать акциями на бирже. Определены преимущества и недостатки IPO для отечественных компаний. Оценены перспективы рынка IPO.

RESUME

Deyneka Yuriy

Special features of Initial Public Offering (IPO) on the market of mergers and acquisitions

In the article the role and place of the Initial Private Offering (IPO) at the market of mergers and acquisitions are reflected. The state and tendencies of domestic and world market of IPO are analyzed. Requirements to the companies, which have a desire to trade on a stock market, are identified. Advantages and lacks of IPO for domestic companies are determined. The prospects of market of IPO are appraised.

Стаття надійшла до редакції 29.03.2011 р.

МЕТОД ОЦІНЮВАННЯ ОБ'ЄКТІВ ПРОМИСЛОВОЇ ВЛАСНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті запропоновано метод оцінювання об'єктів промислової власності підприємства за етапами життєвого циклу, що створюються ним самостійно або на замовлення сторонніми організаціями. Описано особливості кожного з етапів життєвого циклу.

Ключові слова: інтелектуальна власність, об'єкти інтелектуальної власності, об'єкти промислової власності, вартість, оцінка, оцінювання, об'єкт оцінки, підхід до оцінки, метод оцінки.

Необхідною умовою для успішної діяльності підприємства в сьогоdnішніх умовах виступає використання нових способів та шляхів збільшення конкурентоспроможності продукції та підприємства загалом. Одним із таких шляхів є залучення інноваційних технологій та окремих об'єктів інтелектуальної власності (далі – ОІВ) в управління та виробництво. Ефективність цього процесу залежить від ряду факторів, а саме: досвіду використання, кваліфікації працівників, цілей залучення таких об'єктів в господарську діяльність та правильності їх оцінювання. Саме відповідно проведена оцінка ОІВ в необхідний момент часу дає можливість збільшити не тільки вартість продукції, з урахуванням більшої її конкурентоспроможності, а й самого підприємства.

Аналіз наукових джерел [1-7], що стосуються практики визначення вартості ОІВ на підприємствах, дозволив зробити висновок, що на сьогоdnішній день існує декілька підходів до оцінки ОІВ. Вибір того чи іншого залежить від мети оцінювання об'єкта, наявності необхідної вхідної інформації, вимог покупців або власників об'єктів інтелектуальної власності, економічної ситуації на момент оцінки. Як показує практика, немає універсального математичного апарату, що дозволяв би встановити вартість будь-

якого ОІВ. Це, в першу чергу, пов'язано з неоднорідністю та особливістю самих об'єктів, що оцінюються, та цілей, для яких така оцінка проводиться. Складність оцінки ОІВ обумовлена труднощами кількісного визначення результатів комерційного використання цього об'єкта, що знаходиться на тій чи іншій стадії розробки, промислового освоєння або використання, в силу впливу багатьох, подекуди різноспрямованих за своєю дією чинників. Практика діяльності підприємств показує, що із 100 об'єктів промислової власності, що охороняються, лише 2-3 при їх комерційному використанні дійсно виявляються цінними і приносять високі прибутки, і близько 10 дозволяють повернути витрати на їх розробку, а решту – збиткові.

З огляду на результати аналізування джерел [1-7] цілями дослідження є формування обґрунтованого підходу до визначення вартості ОІВ підприємства.

Необхідність проведення процедури визначення вартості ОІВ може виникати не тільки для конкретного об'єкта авторського права чи промислової власності, а й для цілого портфеля інтелектуальних ресурсів підприємства в залежності від мети оцінювання.

Як зазначає Крайнев П. П. [2, с. 265], об'єктами оцінки є наступні (рис. 1):

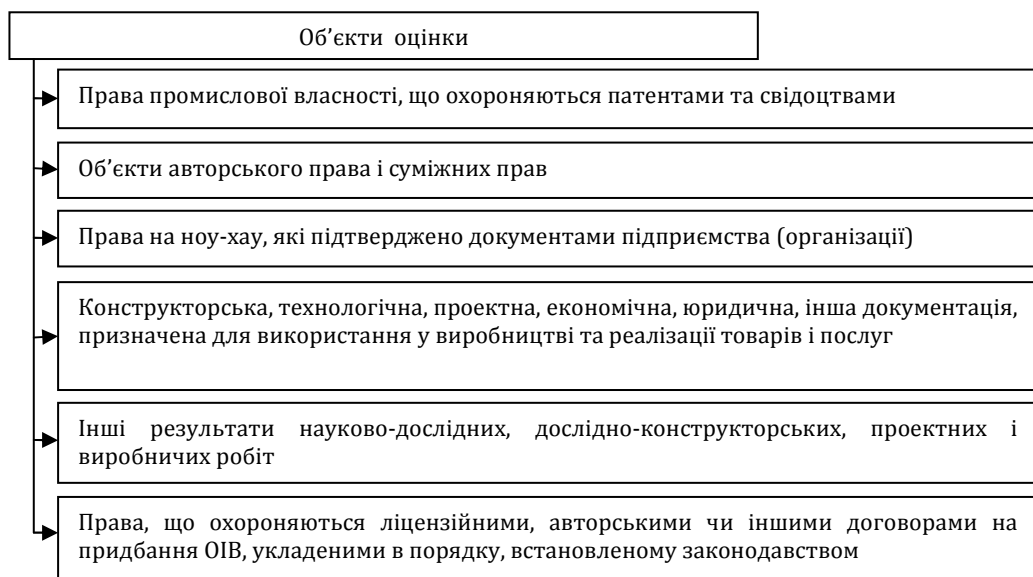


Рис. 1. Об'єкти права інтелектуальної власності, що оцінюються [2, с. 265; 3]

Особливості ОІВ та їх відмінності сприяють виникненню проблеми вибору підходу та методу до визначення їх вартості. Якщо оцінювання проводиться для завершених ОІВ, то вибір методу оцінки залежить від цілей оцінювання та особливостей об'єкта. Проблеми можуть виникати, коли необхідно оцінити результати наукових робіт або документацію, що містить новизну та є незавершеним ОІВ. Така документація часто є проміжним результатом на шляху створення інтелектуальної власності, тобто часткою її життєвого циклу.

Пропонується проводити оцінювання вартості об'єктів на різних етапах їх життєвого циклу. Деталізація життєвого циклу ОІВ може використовуватися для різних цілей. Здійснення процедури деталізації приносить підприємству переваги щодо прийняття правильних управлінських рішень на різних етапах життєвого циклу ОІВ:

1. Виникнення на основі ОІВ інноваційної технології виробництва продукту з більш високими технічними характеристиками сприяє прийняттю рішення стосовно її оперативного впровадження.

2. Актуальні на даний момент ОІВ відіграють вирішальну роль при утвердженні підприємства на ринку, що, у свою чергу, сприяє зростанню обсягів

виробництва.

3. Ефективні ОІВ слугують для захисту конкурентних позицій шляхом зниження затрат і часткової модернізації виробництва.

4. ОІВ, що добігають свого терміну використання та дії охоронних документів сприяють пошуку нових.

Кожен із етапів дає можливість прийняття оптимального управлінського рішення стосовно подальшого використання і можливої комерціалізації ОІВ.

Дослідження фахових джерел [8-14] дало можливість узагальнити підходи до трактування життєвого циклу об'єктів права промислової власності підприємства та виділити чотирнадцять етапів (зародження ідеї, розробка технічного завдання, НДДКР, технічна пропозиція, ескізне проектування, технічне проектування, розробка конструкторської документації, виготовлення дослідного взірця, виготовлення пробної партії, реєстрація прав на ОІВ, масове виробництво, зростання виробництва, спад, утилізація), що максимально відображають найважливіші моменти циклу. На кожному із етапів на формування вартості ОІВ впливає ряд чинників, що визначають ціноутворення. Пропонована послідовність етапів показує залежність тривалості життєвого циклу та вартості ОППВ (рис. 2).

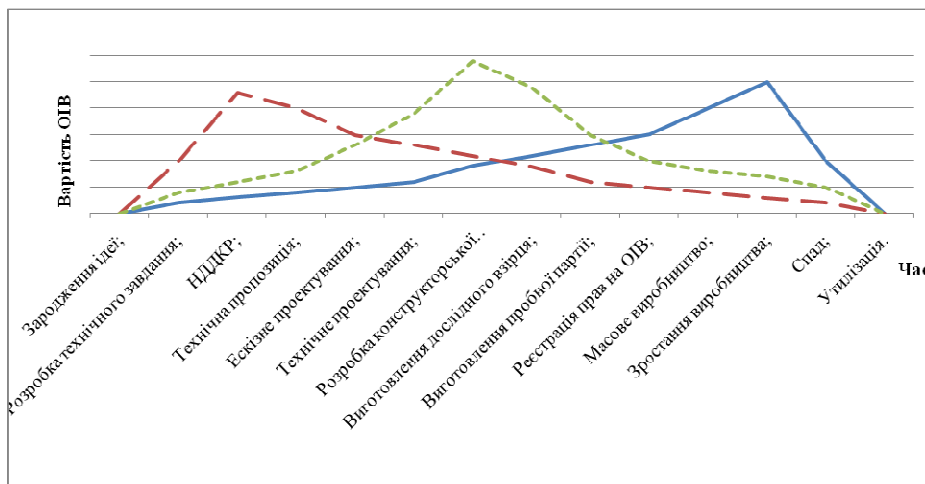


Рис. 2. Залежність етапів життєвого циклу та вартості ОІВ [8-13]

Як видно з рис. 2, пропонується виділяти чотирнадцять етапів життєвого циклу ОППВ, які підприємство створює самостійно або за замовленням сторонніх організацій, починаючи від зародження ідеї і закінчуючи утилізацією об'єкта. Пропонована залежність етапів є адекватною для різних умов ринку та зовнішнього середовища. Проте в ситуації, коли під впливом зовнішніх факторів зникає необхідність виконання таких робіт або змінюється ринкова ситуація – виникає потреба в порівнянні вартості на кожному (через можливість зміни етапу, на якому формується максимальна вартість) із запропонованих етапів і прийнятті оптимального рішення щодо подальшого управління таким об'єктом.

Проведення оцінки на кожному із зазначених етапів має свої особливості та затрати і, відповідно, може визначатися по-різному. Пропонована послідовність оцінювання дає можливість визначити вартість ОППВ залежно від етапу, на якому він перебуває у теперішній момент часу. Ідентифікація етапу дозволяє врахувати усі можливі чинники, що впливатимуть на зміну ціни.

Пропонується проводити оцінювання ОППВ підприємства за наступною схематичною послідовністю (див. рис. 3).

Як показує рис. 3, одним із кроків пропонуваної послідовності є ідентифікація етапу життєвого циклу. На визначеному етапі основою для формування вартості є величина витрат, що були понесені під час реалізації етапу, тобто собівартість, яка коригується за допомогою врахування чинників впливу.

Вибір чинників впливу проводився експертним методом. Використовуючи відомі статистичні моделі, проводиться вибірка факторів найбільшого впливу на формування ціни на кожному із запропонованих етапів. В результаті отримуємо оптимальну вибірку чинників для кожного етапу життєвого циклу ОППВ (табл. 1).

Наступним кроком є визначення ваги кожного із чинників у складі відповідних етапів життєвого циклу ОППВ. Ваги чинників розраховуються, як правило, за допомогою методу простого ранжування, пропорційного методу або методу попарного

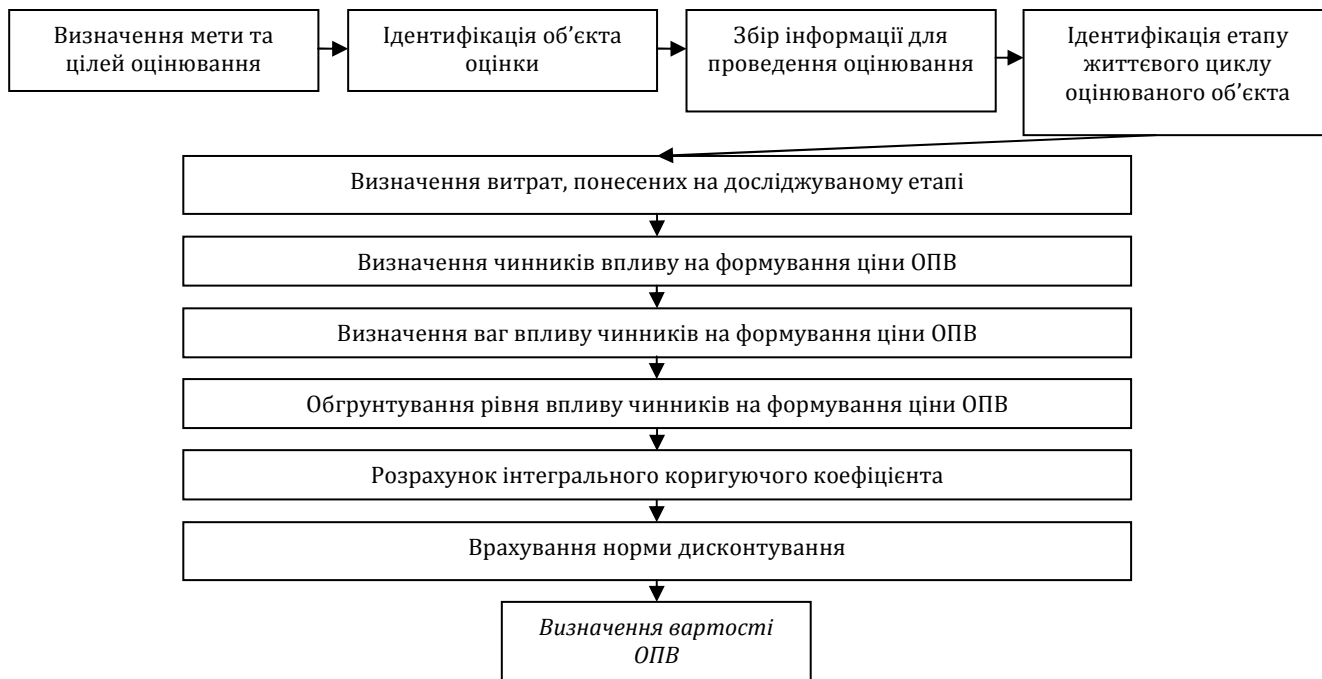


Рис. 3. Схематична послідовність проведення оцінювання ОПВ

порівняння [14]. Для визначення коефіцієнтів важливості для чинників впливу на формування ціни ОПВ підприємств ми пропонуємо скористатися правилом Фішберна [15] та проранжувати всі чинники в порядку зменшення їх значущості. Таким чином, значимість i -го чинника S_i буде визначатися за формулою:

$$S_i = \frac{2(N-j+1)}{(N+1)N}, \quad (1)$$

де N – кількість чинників,
 j – ранг чинника,
 i – порядковий номер етапу життєвого циклу.

Після проведення ранжування експерти обґрунтовують рівень впливу кожного із чинників, що потрапили у вибірку (впливають на заданному етапі). Пропонується система переводу якісних характеристик в п'ятибальну оцінкову шкалу. Усі чинники мають суб'єктивний характер, відповідно, доцільно скористатися експертними методами аналізу. Для уникнення похибок у визначенні впливу вводиться критеріальна інтерпретація бальної шкали по кожному чиннику. Критеріальна шкала буде однаковою для усіх етапів життєвого циклу, проте визначене за її допомогою значення буде змінюватися в залежності від обраного етапу життєвого циклу. Визначення ступеня впливу факторів на формування ціни на вибраному етапі життєвого циклу повинно встановлюватися, виходячи з діапазону від мінус двох до плюс двох. Найнижчим буде вважатися ранг «-2» (чинник має негативний вплив), найвищим – «+2» (чинник має позитивний вплив). Ми пропонуємо власний підхід до визначення рівня впливу факторів, який полягає в обґрунтуванні градації характеристик кожного фактора та переведення її в шкалу від «-2» до «+2», де «-2» - низький рівень, «-1» - недостатній рівень, «0» - середній рівень, «+1» - достатній рівень, «+2» - високий рівень.

Визначення ваг чинників та обґрунтування їх

впливу проводиться з метою визначення коригуючого коефіцієнта (K_k) для ідентифікованого етапу життєвого циклу, який розраховується за формулою:

$$K_k = \sum_{j=1}^n S_j * I_j, \quad (2)$$

де K_k – інтегральний коригуючий коефіцієнт;
 n – кількість факторів, що чинять вплив на вибраному етапі;

S_i – важливість (вага) i -того чинника;

I_i – рівень впливу (influence) i -того чинника.

Після того, як визначено коригуючий коефіцієнт для вибраного етапу життєвого циклу, можна визначити вартість ОПВ за такою формулою:

$$B = \frac{C \pm C \times K_k}{(1+i)^t}, \quad (3)$$

де B – вартість ОПВ на ідентифікованому етапі життєвого циклу;

C – собівартість ОПВ, понесена до ідентифікованого етапу життєвого циклу;

K_k – інтегральний коригуючий коефіцієнт;

i – облікова ставка (% за банківський депозит провідних банків у році, в якому здійснюється розрахунок);

t – рік, що настав після моменту зародження ідеї.

При оцінюванні конкретного ОПВ перевага пропонованого методу полягає у визначенні вартості не тільки на теперішньому етапі, а й для минулих і майбутніх етапів. Якщо в результаті дослідження встановлено, що максимальна вартість ОПВ була на етапі, що вже відбувся, то це свідчить про відсутність актуальності щодо продовження робіт з обраним об'єктом. Якщо максимальна вартість встановлена на теперішньому етапі життєвого циклу, то доцільно шукати потенційних покупців для продажу об'єкта і

Таблиця 1. Чинники впливу на формування ціни на ОППВ залежно від етапу життєвого циклу

	Зародження ідеї	Розробка технічного	НДДКР	Технічна пропозиція	Ескізне проектування	Технічне проектування	Розробка конструкторської...	Виготовлення дослідного взірця	Виготовлення пробної партії	Реєстрація прав на ОПВ	Масове виробництво	Зростання виробництва	Спад	Утилізація
Тривалості робіт		✓		✓						✓	✓	✓	✓	
Врахування досвіду та кваліфікації працівників									✓	✓	✓		✓	
Вплив місії та цілей організації	✓					✓			✓		✓	✓		✓
Кількості осіб, що задіяні у ході роботи	✓	✓		✓	✓		✓				✓	✓	✓	
Перевищення планової собівартості		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	
Правова захищеність				✓	✓			✓			✓	✓	✓	
Актуальності результатів досліджень на певний момент часу								✓	✓	✓				
Періоду проведення реєстрації прав										✓				
Віку ОПВ									✓	✓	✓			
Врахування кількості конкурентів		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓				
Врахування величини попиту		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓				✓
Популярність виробника	✓								✓	✓	✓			✓
Наявність аналогів на ринку	✓		✓			✓	✓		✓					
Частка на ринку	✓	✓		✓	✓	✓			✓					
Можливості забезпечення конфіденційності						✓			✓					✓

отримання максимального прибутку за цим проектом. Максимальна вартість на етапах, що прогноуються, дозволяє продовжувати життєвий цикл об'єкта із плануванням стратегії подальшого управління ним.

Проведення оцінювання ОППВ є частиною загальної системи управління такими об'єктами. Саме правильна та вчасна оцінка вартості інтелектуальних ресурсів може впливати на хід управління такими об'єктами. Важливим моментом початку здійснення будь-якої інноваційної діяльності є актуальність проведення робіт, тобто вибору моменту, що сприятиме максимальному ефекту. Знаходження оптимальної концепції комерціалізації доцільно пов'язувати із оцінюванням вартості ОПВ. Якщо керівниками (власниками) підприємства буде вчасно виявлено максимальну вартість їх ресурсів, то, скориставшись ситуацією, можна отримати максимальні прибутки від їх використання.

Використання запропонованої послідовності оцінювання дає можливість визначити вартість ОППВ на різних етапах, що, у свою чергу, за допомогою використання моделі оптимізації дозволить встановити етап найвищого ефекту. Після визначення найбільш ефективного етапу виникає необхідність прийняття відповідних управлінських рішень.

Список літератури

1. Капіца Ю. Оцінка вартості інтелектуальної власності в наукових організаціях / Ю. Капіца, І. Мальчевский, Н. Аралова, Л. Федченко // Вісник НАНУ. — 2002. — №7. — С. 38-45.
2. Крайнев П. П. Інтелектуальна економіка: управління промисловою власністю : монографія / П. П. Крайнев. — К.: Концерн «Видавничий дім «Ін Юре», 2004. — 448 с.
3. Шпак Н. О. Види та класифікація об'єктів інтелектуальної власності машинобудівних підприємств / Н. О. Шпак, К. І. Дмитрів // Міжнародний науково-практичний журнал «Економіка та держава», №10 (70), -Київ.: Видавництво

4. Шипова Е. В. Оценка интеллектуальной собственности: учеб. пособие / Е. В. Шипова. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003. – 122с.
5. Леонтьев Б. Б. Оценка интеллектуальной собственности для целей лицензирования / Б. Б. Леонтьев // WIPO Regional Seminar for Scientists and Researches of Licensing. — Kyiv, October 5 to 7, 1998.
6. Каница Ю. Методологічні підходи до експертної оцінки вартості нематеріальних активів (інтелектуальної власності) [Електронний ресурс] / Ю. Каница, Л. Федченко. - <http://www.ndiiv.org.ua>
7. Черепов Л. Оцінка вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності / Л. Черепов // Інтелектуальна власність, № 10, 2004, ст. 54-56.
8. Инновационный бизнес: формирование моделей коммерциализации перспективных разработок: учеб. пособие / В. А. Антонен, Н. В. Нечаева, К. А. Хомкин, В. В. Шведова ; под ред. К.А. Хомкина. — М.: Издательство «Дело» АНХ, 2009. — 320 с. — (Сер. «Образовательные инновации»). ISBN 978-5-7749-0531-7
9. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер. - СПб.: Питер, 2005.
10. Твисс Б. Прогнозирование для технологов и инженеров. Практическое руководство для принятия лучшего решения / Б. Твисс ; пер. с англ. под ред. А. И. Коршунова. - Н. Новгород: Парсек НН, 2002.
11. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: учебник / Р. А. Фатхутдинов. 9-е изд. М.: Издательство «Дело» АНХ, 2008.
12. Черевко Г. В. Інтелектуальна власність: навч. посіб. / Г. В. Черевко. – К.: Знання, 2008. – 412 с. ISBN 978-966-346-583-8
13. Калініченко О. В. Проектний підхід в управлінні інтелектуальною власністю // [Електронний ресурс] / О. В. Калініченко, Ю. І. Казарінов. - http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2007-2/Kalnichenko_207.htm
14. Багриновский К. А. Наукоемкий сектор экономики России: состояние и особенности развития / К. А. Багриновский, М. А. Бендиков, И. Э. Фролов, Е. Ю. Хрусталева. – М.: ЦЭМИ РАН, 2001. – 120 с.
15. Фишберн П. Теория полезности для принятия решений / П. Фишберн. – М.: Наука, 1978. – 352 с.

РЕЗЮМЕ

Дмитрий Катерина

Метод оценки объектов промышленной собственности предприятия

В статье предложен метод, который основан на принципах последовательности оценивания объектов промышленной собственности предприятия, которые создаются им самостоятельно или на заказ сторонними организациями. Описаны особенности каждого из этапов жизненного цикла.

RESUME

Dmytriv Kateryna

Evaluation method of industrial property objects of the enterprise

In this article the method which is based on the sequence evaluation of industrial property objects of the enterprise is offered. This evaluation method can be created singly by the organization or made to order of the outsider organization. The main peculiarities of each life cycle stage are described.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ВНУТРИФИРМЕННОГО МАРКЕТИНГА В КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

На основе обобщения научных взглядов зарубежных и отечественных ученых сформулированы общие подходы к применению внутрифирменного маркетинга на предприятии. Разработана концептуальная модель внутрифирменного маркетинга в коммуникационной системе предприятия машиностроения на основе применения коммуникативного суб-микса.

Ключевые слова: внутрифирменный маркетинг, коммуникационная система, концептуальная модель, внутренние коммуникации, маркетинговый суб-микс.

Мировой экономический кризис прервал продолжавшийся последние девять лет рост украинского машиностроения, производство в отрасли сократилось почти наполовину. Спад в машиностроении оказал серьезное влияние на общие экономические показатели страны, ведь на эту отрасль приходится 13,3 % всего промышленного производства. Для инновационного развития Украины очень важно ускорение развития отрасли машиностроения.

В 2009 г. объем реализованной машиностроительными предприятиями Донецкой области продукции снизился на 5192 млн. грн., что на 27,4% меньше, чем в 2008 г. Возникшие проблемы производства и экспорта машиностроительной продукции отрицательно сказались на финансовом состоянии предприятий. Удельный вес убыточных предприятий увеличился с 31,5% за 2008 г. до 39,3% за 2009 г. (табл. 1). [3, с. 17].

Таблица 1. Основные финансовые показатели работы предприятий машиностроения Донецкой области

Показатели	Годы				
	2005	2006	2007	2008	2009
Объем реализованной предприятиями машиностроения продукции, млн. грн.	9484,3	10274,8	14220,6	18903,2	13711,2
Удельный вес убыточных предприятий машиностроения, %	32,4	33,0	26,8	31,5	39,3

О проблемах отрасли свидетельствует также то, что она начала терять свой кадровый потенциал. Уволенных с начала года работников почти вдвое больше, чем принятых. При этом каждый пятый выбывший машиностроитель уволен по сокращению штатов, за 9 месяцев их численность составила 3,6 тыс. человек, что больше аналогичного периода прошлого года в 5,5 раза. За январь-октябрь 2009 г. численность занятых в машиностроении области сократилась по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 17,8 тыс. человек, или 19,7%, и составила 72,8 тыс. человек, а в октябре – 68,9 тыс. человек. При этом 10,7 тыс. человек, или почти каждый шестой работник отрасли, в октябре были отправлены в неоплачиваемый отпуск [3, с. 22].

В условиях нестабильных экономических отношений, низкого производственного потенциала предприятий повышается требования к качеству принимаемых решений. Нерациональные решения могут привести к потере устойчивости предприятия, а, в некоторых случаях, и к их краху. Положение обостряется тем, что в наше время отсутствует методология принятия эффективных решений на предприятии с учетом влияющих рыночных факторов. Нет достаточно проработанных методов оперативного управления в условиях динамики внешней и

внутренней среды предприятия.

Перечисленные выше проблемы требуют их научного обоснования и практического решения.

С этой точки зрения предлагается использование в деятельности предприятия машиностроения концепции внутрифирменного маркетинга. Эффективное управление предприятия машиностроения в условиях экономического и финансового кризиса требует нового подхода к организации коммуникационной системы предприятия машиностроения. Применение внутрифирменного маркетинга в коммуникационной системе предприятия машиностроения, сочетающего в себе методики управления персоналом и маркетинговой деятельности, позволяет повысить эффективность управления внутренними коммуникациями на предприятии.

Концепция внутрифирменного маркетинга впервые появилась в литературе, посвященной маркетингу услуг. Сам термин "внутрифирменный маркетинг" был впервые использован в 70-х годах. Начиная с трудов Л.Бери [8,9], особенно в 80-х годах, термин получил широкое распространение, и внутрифирменный маркетинг стал и остается по сей день предметом пристального изучения и различных исследований. Несмотря на это, внутрифирменный маркетинг не получил широкого распространения в реальном бизнесе,

лишь немногие организации применяют концепцию на практике [5, с. 3].

Одна из основных проблем, которая тормозит проникновение внутрифирменного маркетинга в бизнес среду – отсутствие единой концепции и единого понимания его сущности внутрифирменного и, как следствие, трудности практического внедрения моделей внутрифирменного маркетинга в организациях.

Проблемами внутрифирменного маркетинга на предприятии занимались такие отечественные и зарубежные ученые как О.М. Азарян, П. Ахмед, Л. Берри, М. Брун, Р. Вaley, К. Грэнроос, Н.Л. Жукова, Д. Каилл, Б. Левис, А. Парасураман, М. Рафик, Н.Н. Терещенко [1, 5, 8, 2, 13, 11, 10, 4].

Концепция внутрифирменного маркетинга Л. Берри изначально предлагалась как решение одной из самых острых проблем, стоящих перед маркетингом услуг – проблемы качества услуги. Л. Берри предполагает, что построение взаимоотношений с работниками должно предшествовать построению взаимоотношений с клиентами [8, с. 142]. Для того, чтобы клиент был удовлетворен, первичный рынок компании – работники организации – должен быть удовлетворен. Внутрифирменный маркетинг определяет как «...привлечение, развитие, мотивация и удержание квалифицированных работников посредством такого продуктового предложения места работы, которое способно удовлетворить их потребности. Внутрифирменный маркетинг – это философия отношения к работникам, как к клиентам, и стратегия формирования продуктового предложения (работы) так, чтобы оно удовлетворяло человеческие потребности» [8, с. 242-244]. Работники образуют «первый» рынок компании, и их следует обслуживать также качественно, как и клиентов.

Согласно модели внутрифирменного маркетинга Л. Берри, отношение к персоналу компании, как к клиентам, изменит отношение работников к своей деятельности и организации в целом. Работники станут сервисно ориентированными, что приведет к улучшению качества обслуживания внешних клиентов и, как следствие, к получению конкурентного преимущества и успеху компании. «Вложение денег в исполнителя вносит вклад в исполнение... Инвестиции в успех сотрудников компании гарантируют успех самой компании» [8, с. 242-243].

В данной модели отношение к персоналу, как к клиентам, требует, чтобы предлагаемая им работа рассматривалась как любой другой продукт компаний, а именно при формировании продуктового предложения работникам должны учитываться их потребности и должны предприниматься определенные усилия, направленные на то, чтобы сделать этот продукт привлекательным для клиентов – работников.

Все это требует нового подхода к управлению персоналом и применению маркетинговых технологий для того, чтобы привлечь и удержать нужных работников [6, с. 223-224].

Основными составляющими внутрифирменного маркетинга в данной модели являются следующие компоненты [9, с. 152-171]:

1) борьба за таланты. Компания должна приглашать на работу и удерживать только тех, кто реально способен быть эффективным;

2) предложение видения. Зарплата удерживает человека на работе физически, однако необходима и

эмоциональная привязанность. Персоналу необходимо предложить видение, которое поможет им понять и поверить в цели организации, придаст их работе чувство смысла;

3) подготовка людей к деятельности. Для того чтобы персонал компании был в состоянии предоставлять качественную услугу, необходимо вооружить людей соответствующими знаниями и навыками. Обучение и повышение квалификации персонала должно стать непрерывным процессом. По мнению Л. Берри, помимо формирования необходимых в работе навыков и умений, необходимо формировать и укреплять сервисно ориентированное отношение персонала;

4) превращение персонала компании в единую команду и поощрение командной работы. Особенно командная работа важна в сервисной организации. Предоставление услуг — это всегда эмоциональный труд, в результате которого персонал испытывает стресс. Компания должна помогать работникам восстановиться после эмоционального труда. Важная роль в процессе восстановления отводится команде и ее способности к поддержке, менеджером высшего звена и непосредственным руководителям;

5) наделение полномочиями работников. Наделение полномочиями особенно важно для контактного персонала в сфере услуг. Предоставление права принимать решения и свобода действий в работе с клиентами и в проблемных ситуациях – действенное средство повышения качества обслуживания;

6) измерение качества обслуживания, поощрение достижений и награждение достойных. Деятельность любого работника компании должна оцениваться, даваться обратная связь и вознаграждаться соответственно;

7) изучение клиента. Работники являются первыми и основными клиентами компании. Необходимо систематически проводить оценку их удовлетворенности и выявлять потребности и их изменение. Дизайн должности должен проводиться на основе результатов подобных исследований [6, с. 225].

Основная цель модели внутрифирменного маркетинга Л. Берри, как и других моделей, – усилить конкурентоспособность компании. Источник конкурентоспособности, по его мнению, лежит внутри компании. Несмотря на внешнюю цель (удовлетворение клиентов), модель имеет четко выраженный внутренний фокус. Л. Берри делает основной акцент на постоянное и регулярное совершенствование продуктового предложения (работы), а не на построение долгосрочных и взаимовыгодных отношений как внутри организации, так и за ее пределами.

Продуктовый фокус также не связан со стратегией компаний и анализом текущей ситуации на рынке, то есть предложение работы должно постоянно улучшаться, основываясь на нуждах и интересе работников, без учета баланса интересов других сторон: клиентов, компании, общества и т. д.

В своей модели К. Грэнроос [11, с. 331-335] подчеркивает, что для успеха внутрифирменного маркетинга он должен стать элементом стратегического управления организацией. К. Грэнроос в своей концепции основное внимание уделяет построению эффективных взаимоотношений между людьми внутри организации, на всех уровнях, для того чтобы сервис-ориентированное и клиент-ориентированное мышление было создано внутри

организации и разделялось всеми ее работниками. Сервис ориентированное и клиент ориентированное мышление должно быть направлено на создание и управление взаимоотношениями с внешними клиентами.

Внутрифирменный маркетинг модели К. Грэнрооса включает в себя следующие аспекты:

1) внутрифирменный маркетинг является системным и стратегическим подходом к управлению внутренней активностью компании;

2) работники компании, как и в предыдущей модели, являются первичным рынком для всех инициатив фирмы, в том числе внешних маркетинговых программ;

3) внутрифирменный маркетинг является активным, скоординированным и целенаправленным подходом к управлению персоналом организации, который соединяет внутреннее управление работниками организации и процессы, направленные на обеспечение внешней эффективности организации;

4) работники компании, отдельные департаменты и функции в компании рассматриваются как внутренние клиенты, которым услуги должны быть предоставлены в такой же клиент-ориентированной и сервис-ориентированной манере, как и внешним клиентам.

Внутрифирменный маркетинг, согласно К. Грэнроосу, обязательно включает в себя следующие 2 элемента:

1) управление взглядами и поведением работников (установки персонала);

2) управление коммуникацией (информация).

Сервис-ориентированное и клиент-ориентированное мышление, а также мотивация работников на соответствующее мышление и отношение к клиентам должны быть в центре внимания менеджмента компании.

Работники нуждаются в разнообразной информации, чтобы хорошо выполнять свои обязанности, а также им необходимо доводить до сведения руководства и своих коллег информацию о своих потребностях, требованиях клиентов, свои мысли и инициативы по улучшению качества обслуживания клиентов и т.д. Из всех структурных элементов организации коммуникации являются самым важным элементом, влияющим на эффективную реализацию стратегии компании. Выстроенная система коммуникаций – основа успешной деятельности компании. Естественно, работникам в организации необходимо предоставить все ресурсы для качественного исполнения своих обязанностей.

Немаловажную роль в модели играют обучение персонала и управленческая поддержка. Именно эти два фактора становятся исходными условиями для роста прибыли организации.

Успешная реализация концепции внутрифирменного маркетинга по К. Грэнроосу обусловлена следующими факторами:

1) внутрифирменный маркетинг должен быть неотъемлемой частью стратегии компании;

2) организация обязана привлекать, развивать и удерживать клиент ориентированный персонал;

3) организационная структура не может противоречить концепции и инициативам внутрифирменного маркетинга;

4) топ-менеджменту следует постоянно демонстрировать приверженность процессам внутрифирменного маркетинга;

5) концепцию внутрифирменного маркетинга

должны разделять и активно поддерживать все руководители в организации [11, с. 331-335].

Также как и Л. Берри, для К. Грэнрооса работники являются первичным рынком для организации. Однако сама модель имеет четкий внешний фокус. Все в ней подчинено главному – достижение удовлетворенности клиентов, что, в свою очередь, приведет к росту прибыли компании. Как и предыдущая модель, модель К. Грэнрооса статична, она не направлена на построение взаимовыгодных и долгосрочных отношений с работником и клиентами. Модель так же закрыта, в ней не заложены изменения в поведении организации в зависимости от удовлетворенности и восприятия клиентов.

П. Ахмед и М. Рафик утверждают, что обе модели, как Л. Берри, так и К. Грэнрооса, являются неполными, т. к. не предлагают механизмы мотивации работников, кроме маркетингового подхода к взаимоотношениям с работником, а также не объясняют связь между удовлетворенностью клиентов и ростом прибыли организации [5, с. 15].

П. Ахмед и М. Рафик предложили свою модель внутрифирменного маркетинга на основе моделей Л. Берри и К. Грэнрооса.

В данной модели, удовлетворенность клиентов приводит к росту прибыли через лояльность клиентов [12; 7, с. 53-66]. Основой является стратегия качества организации, которая должна исходить из стратегии и миссий компании, хотя эти два фактора модель опускает. Удовлетворенность работников является функцией их обучения, вдохновляющего менеджмента и расширения границ ответственности. Удовлетворенность работников не является залогом успешной деятельности, а считается одним из факторов, наряду с мотивацией, клиент ориентированностью и склонности к продажам, который ведет к увеличению качества обслуживания клиентов. Таким образом, удовлетворенность работников влияет на качество обслуживания, опосредованно, как клиент ориентированность.

П. Ахмед и М. Рафик предлагают применять «7 Р» для внутреннего рынка.

Внутрифирменный маркетинг микс «7 Р» включает в себя [5, с. 28-36] продукт, цену, продвижение, распределение, участников, процесс и физические свидетельства.

Фокус объединенной модели внутрифирменного маркетинга Ахмеда-Рафика – внешний [5, с. 17]. Маркетинговая активность направлена на достижение целей организации и удовлетворение внешних клиентов. Внутрифирменная маркетинговая активность определяется внешними целями организации, таким образом, успех внутреннего маркетинга связан с успехом внешней маркетинговой деятельности компании. Авторы видят внешних клиентов, как первичный и наиважнейший рынок для организации, но при этом признают ключевую роль работников и важность удовлетворения их потребностей.

Модель строится фактически на балансе интересов организации, клиентов и работников. Однако, как и предыдущие модели, модель Ахмеда-Рафика не подчеркивает важность построения долгосрочных и взаимовыгодных отношений с работниками.

Главный недостаток рассмотренных моделей заключается в том, что внутрифирменный маркетинг не принимает во внимание чувства работников и их

эмоции. Технологии внутрифирменного маркетинга должны включать в себя и эмоциональную составляющую, должны быть направлены и на создание позитивного опыта, позитивных эмоций внутри организации, с тем, чтобы способствовать созданию позитивной эмоциональной атмосферы при взаимодействии как внутри организации, так и с внешними клиентами.

Проведя анализ основных концепций внутрифирменного маркетинга, можно сделать вывод о том, что внутрифирменный маркетинг рассматривается как управление внутренними взаимоотношениями, как целостный процесс в управлении организацией, направленный на построение и развитие позитивных взаимоотношений внутри организации и создание атмосферы сотрудничества. Однако сегодня теориям внутрифирменного маркетинга необходимо тестирование, накопление примеров и практик применения в организациях.

Целью данной статьи является построение концептуальной модели внутрифирменного маркетинга на предприятии как инструмента повышения эффективности управления внутренними коммуникациями.

Само понятие внутрифирменного маркетинга может рассматриваться по-разному. Во-первых, оно может трактоваться как особая философия деятельности компании. При этом сфера применения внутрифирменного маркетинга не ограничивается мегакорпорациями и может применяться даже сравнительно небольшими компаниями. М. Брун определяет внутрифирменный маркетинг как «систематическую оптимизацию внутрифирменных процессов средствами маркетингового и кадрового менеджмента, ведущую к превращению маркетинга в философию предприятия благодаря последовательной и одновременной ориентации на клиента и персонал» [2, с. 66].

Таким образом, суть внутрифирменного маркетинга заключается в том, что отношения компании и работников строятся на тех же основаниях, что и клиентов. Компания «предлагает» особый продукт – должность в компании с ее специфическими правами и обязанностями. Работник «покупает» этот продукт, «оплачивая» его своим трудом. Соответственно, ориентация на клиента – основа традиционного понимания маркетинга – дополняется ориентацией на «внутреннего потребителя» – сотрудника.

Достоинством внутреннего маркетинга в этом случае является обеспечение высоких стандартов качества на всех этапах создания стоимости, а не только на стадии выпуска конечного продукта. Повышается

мотивация сотрудников к труду. Соответственно, внутрифирменный маркетинг рассматривается как инструмент управления качеством [2, с. 37].

Субъектами внутрикорпоративного маркетинга предприятия могут выступать, во-первых, топ-менеджмент компании; во-вторых, отдельные юридические лица в составе корпоративной предпринимательской структуры; в-третьих, автономные подразделения, не являющиеся отдельными юридическими лицами, но входящие в состав корпоративной предпринимательской структуры; в-четвертых, проектные группы, а также другие временно выделенные образования; в-пятых, отдельные сотрудники предприятия.

Рассматривая предприятие как открытую коммуникационную систему, можно говорить, что компания и ее сотрудники являются по отношению друг к другу потребителями и поставщиками ресурсов (отправителями и получателями коммуникационных сообщений), и к их отношениям можно применить маркетинговые принципы. Коммуникации сотрудников компании, руководства компании, подразделений компании на основе маркетинговых принципов, на наш взгляд, и есть суть внутрифирменного маркетинга. Учитывая вышесказанное, можно утверждать, что внешние потребители (в контексте данного исследования имеется в виду потребление информации в процессе коммуникаций), таким образом, – это клиенты компании, а внутренние потребители – сотрудники, подразделения компании и руководство компании.

Основой эффективного коммуникационного процесса является правильное восприятие сообщения, психологическое и эмоциональное состояние отправителя и получателя коммуникационного сообщения. Таким образом, при разработке концептуальной модели внутрифирменного маркетинга следует учитывать психологические особенности сотрудников предприятия. В монографии О. М. Азарян и Н. Л. Жуковой [1, с. 30] предложена новая концепция маркетинга «10Р», которая учитывает психологические и социальные факторы (рис. 1.).

В состав элементов комплекса маркетинга умышленно введен ряд чисто психологических величин: преимущество, познание, способ выражения. Авторы акцентировали внимание на психологических факторах, которые являются подсистемами фактора "Люди". Данные элементы можно интегрировать в модель внутрифирменного маркетинга. Таким образом, полученный суб-микс маркетинга содержит как тактические, так и стратегические инструменты. Преимущество и познание в комплексе элементов

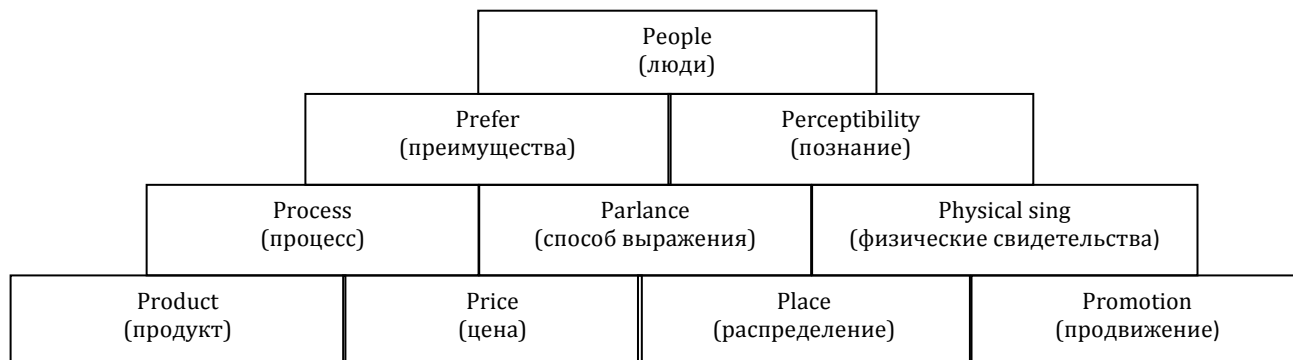


Рис. 1. Элементы комплекса внутрифирменного маркетинга «10Р»

маркетинга выступают как факторы лица сотрудника в стремлении к расширению своего кругозора и поиску впечатлений. С помощью этих двух элементов сотрудник стремится к способу выражения своих потребностей и желаний.

Через фактор способа выражения сотрудник получает ощущение причастности, имиджа и положения в организации. Впечатления становятся постоянной общественной потребностью. Опыт, который получается сотрудником в процессе трудовой деятельности, является важным элементом

самообразования и самосовершенствования. Кроме того, например, корпоративная культура предоставляет содействие формированию корпоративного сознания и приверженности к своей компании. Следует отметить наличие негативных психофизиологических факторов – рост психофизиологических нагрузок в результате интенсификации работы, ухудшения здоровья населения под воздействием техногенной среды.

На основе комплекса «10Р» можно построить концептуальную модель внутрифирменного маркетинга на предприятии (рис. 2).

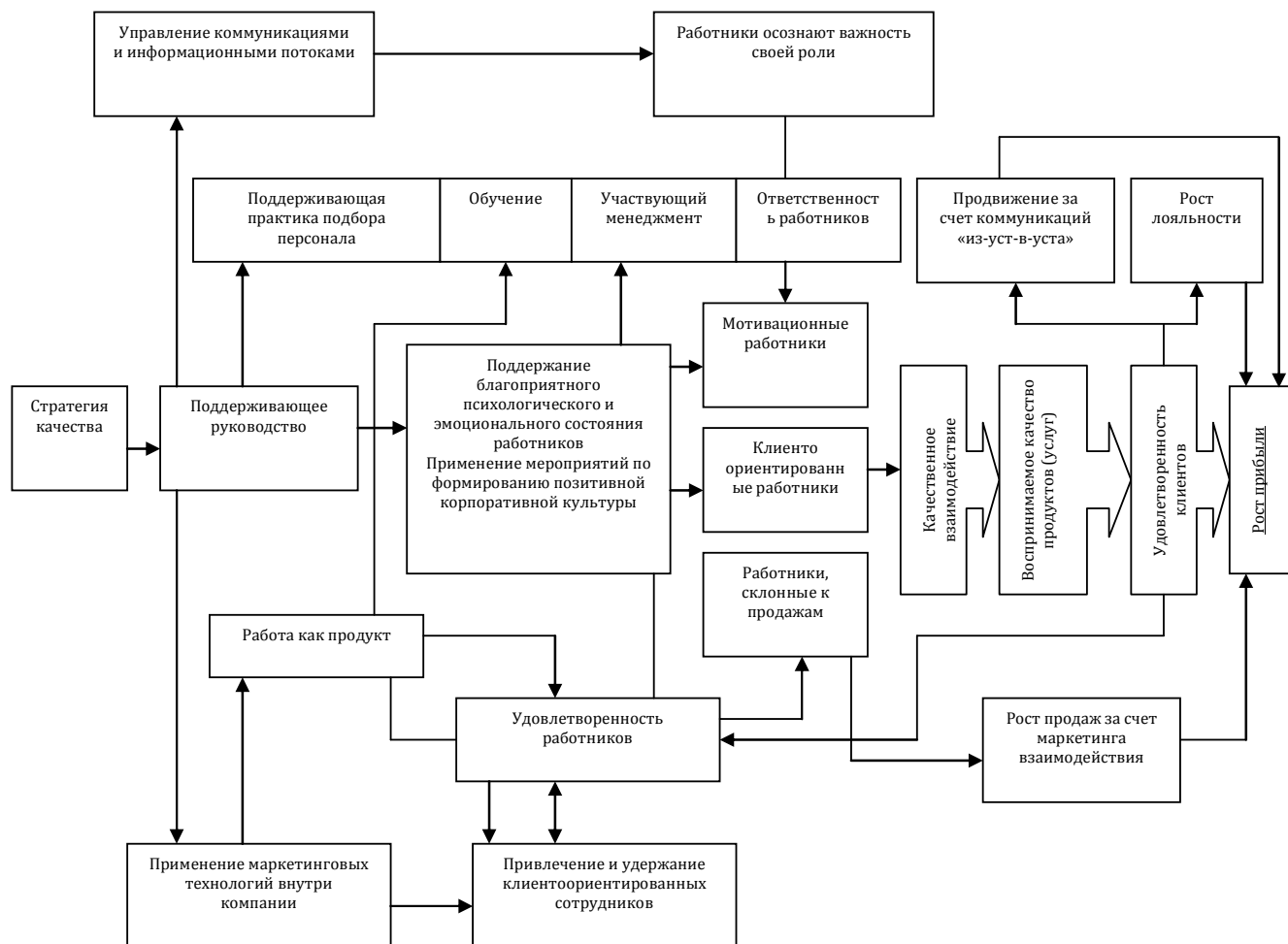


Рис. 2. Концептуальная модель внутрифирменного маркетинга на предприятии

Внутрифирменный маркетинговый суб-микс «10 Р» включает в себя:

Продукт (Product). Базовый уровень продукта – это сама работа, предлагаемая работодателем. Однако продукт также включает в себя обучение, развитие и карьерные возможности, предлагаемые компанией. На стратегическом уровне продукт включает в себя ценности и миссию компании. Представление работы как продукта требует от работодателя смотреть на работу с точки зрения перспектив и выгод, которые получит работник, а не задач и обязанностей, которые должны быть выполнены работником. Работа, как любой другой продукт, должна быть грамотно предложена и продана на внешнем рынке кандидатам.

Цена (Price) – это психологические издержки, связанные с принятием изменений в организации, применением новых методов работы, и т. д. Так как такого рода издержки тяжело поддаются измерению,

работники склонны преувеличивать психологические издержки, отсюда, по мнению авторов, и идет сопротивление изменениям и нововведениям.

Продвижение \ Внутренние коммуникации (Promotion) – это использование рекламы, PR инструментов, персональных продаж, презентаций, также других ресурсов для того, чтобы информировать работников и повлиять на их отношение к продуктам компании.

Распределение (Place) – место и каналы распределения, которые используются для доставки продукта клиентам. В контексте внутрифирменного маркетинга место означает собрания, встречи, на которых политика компании, ее цели и задачи доносятся до персонала, а каналы – это внешние стороны (кадровые агентства, тренинговые компании, консультанты и пр.), которые информируют о продукте или предоставляют обучающие и другие программы в

рамках продукта компании.

Физические свидетельства (Physical evidence) – это фактически физическое окружение, в котором происходит доставка продукта. Физическое окружение, по мнению авторов, совпадает, по большей части, с нормальной рабочей обстановкой. К физическим свидетельствам также относятся все документы, объясняющие процедуры, политику, правила работы в компании, веб-сайт компании, корпоративный портал и пр. Физические свидетельства включают различные обучающие программы, направленные на обучение стандартам работы или отработку навыков, требуемых для выполнения своих обязанностей.

Процесс (Process) – показывает, как доводится до сведения работников изменения в продукте, например, как вводятся новые процедуры работы.

Участники (People) – это те, кто участвует в процессе производства и доставки продукта и те, кто получает продукт (работники), и те, кто способен повлиять на восприятие продукта внутренними клиентами (работники, линейные менеджеры, работники других компаний, кадровые агентства и пр.).

Преимущество (Prefer), познание (Perceptibility) и способ выражения (Parlance) – те материальные и нематериальные возможности, которые могут получить сотрудники для удовлетворения информационных, коммуникационных, познавательных, психологических, эмоциональных и других нематериальных потребностей.

Кроме того, основной составляющей данной концептуальной модели является применение маркетинговой сегментации и маркетинговых исследований, как инструментов внутрифирменного маркетинга. Различная сегментация работников давно практикуется в организации. Например, система грейдов является системой сегментации работников. Можно сегментировать работников не общепринятыми способами, а, например, по лояльности. Маркетинговое исследование работников является ключевым инструментом реализации внутрифирменного маркетинга и должно включать в себя выявление их потребностей и желаний работников, а также отслеживание влияния различных методов и политик управления персоналом [10, с. 6-9].

Таким образом, с помощью внутреннего маркетинга по отношению к внутрифирменным коммуникациям на предприятиях можно достичь следующих успехов:

- коммуникации приобретают «направленность» или «целенаправленность» (т.е. каждый сотрудник осознает свое место в иерархии целей компании);
- обеспечение направленности маркетинга не только к клиенту, но и на саму компанию. У сотрудников должна быть не менее полная информация, чем у потребителей.
- вытеснение отрицательных межличностных коммуникаций и замещение их эффективными коммуникациями, т.е. теми, которые направлены на реализацию целей компании и выполнение должностных обязанностей;
- формирование положительного образа компании в глазах сотрудников, что повышает уровень приверженности персонала и положительно сказывается на внутрикорпоративных коммуникациях. Особенно это эффективно во времена больших изменений или трудностей в компании, когда сотрудники ищут моральную

поддержку и ощущение защищенности, они более восприимчивы к новым идеям;

- воздействие на сотрудников с целью создать у них эмоционально - психологическую привязанность к брэнду компании, чтобы они не просто имели аналогичную с потребителями информацию, но и имели желание и возможности действовать соответственно;
 - выполнение интегрирующей функции в рамках предприятия машиностроения. Когда отдельные подразделения и их сотрудники действуют по единым принципам и имеют одинаковый уровень информированности о целях и задачах компании, коммуникации между ними заметно улучшаются;
 - осуществление мотивационной функции, которая обязательна при организации эффективных коммуникаций (дифференцированная оплата труда и маркетинг внутрикорпоративных рынков трудовых ресурсов позволяют добиться более высокой производительности труда на предприятиях машиностроения, обеспечить стабильность трудовых ресурсов);
 - выполнение аналитической функции, т. е. изучение структур внутрикорпоративного рынка и коммуникаций его опосредующих;
 - функция управления внутрикорпоративными рынками и связанными с этим коммуникациями.
- В результате нашего исследования можно сделать следующие выводы:

Выводы по исследованию:

- предложенная концептуальная модель внутрифирменного маркетинга призвана скоординировать и направить в единое русло функции маркетинга и управления персоналом для повышения эффективности управления внутренними коммуникациями на предприятии;
- модель понятна и применима в любой организации, независимо от ее размера и сферы деятельности;
- при организации внутренних маркетинговых коммуникаций компания может успешно использовать некоторые инструменты внешних маркетинговых инструментов, адаптируя их для использования на внутрикорпоративных рынках. Данный коммуникативный суб-микс внутрифирменного маркетинга будет способствовать повышению эффективности коммуникационной системы предприятия.

Список литературы

1. Азарян, О. М. Рынок туристических услуг: моніторинг розвитку комплексу маркетингу: [Монографія] / О. М. Азарян, Н. Л. Жукова ; МОН України. ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк: Вид-во ДонМУ, 2002. – 241 с.
2. Брун, М. Внутрифирменный маркетинг как элемент ориентации на клиента // Проблемы теории и практики управления [Текст] / М. Брун. – 1996. – №6. – С. 66-72.
3. Мишина, Л. А. О работе машиностроительных предприятий Донецкой области: Экономический доклад [Текст] / Л. А. Мишина. – Донецьк: Донецькoblstat, 2010. – 50 с. - Режим доступа: www.donetskstat.gov.ua.
4. Терещенко, Н. Н. Re: Маркетинг : книга для первых лиц : возможна ли практика в стиле funk? [Текст] / Н. Н. Терещенко, Е. О. Трибунская, О. И. Корень. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 228с.
5. Ahmed Pervaiz. Internal marketing: tools and concepts for customer-focused management / P.Ahmed, M.Rafiq. – Woburn:

-
- Butterworth-Heinemann, 2002. – 299p.
6. Ahmed, P. A Meta-model of Internal Marketing in Varey R., Lewis B.(eds): *Internal Marketing – Directions for Management*. / P. Ahmed, M.Rafiq. – New York: Routledge, 2002. – 460p.
 7. Anderson, W. Customer satisfaction, market share, and profitability. / W. Anderson, C. Fornell, R. Lehmann. – *Journal of marketing*, 1994, – №58 (3).– P.53-66.
 8. Berry, L. *Discovering the soul of service: The nine drivers of sustainable business success* / L Berry. – New York: The Free Press, 1999. – 288p.
 9. Berry, L. *Marketing Services: Competing through quality* / L. Berry, A. Parasuraman. – New York: The Free Press, 1991. – 228p.
 10. Cahill, Dennis J. *Internal marketing: your company's next stage of growth*. / D. Cahill. – NY: Routledge, 1996 – 164p.
 11. Gronroos, K. *Service Management and Marketing: A customer relationship management approach*. / K. Gronroos. – Chichester: Wiley, 2000. – 496p.
 12. Heskett, J. *Service Breakthroughs*. / J. Heskett, E. Sasser, C Hart. – New York: Simon & Schuster, 2007. – 306p.
 13. Varey, R. *Internal marketing: directions for management*. / Richard J. Varey, Barbara R. Lewis. – NY: Routledge, 2000. – 311p.

РЕЗЮМЕ

Дрокіна Ніна

Концептуальна модель внутрішньofірмового маркетингу в комунікаційній системі підприємства

На основі узагальнення наукових поглядів зарубіжних і вітчизняних учених сформульовані загальні підходи до застосування внутрішньofірмового маркетингу на підприємстві. Розроблена концептуальна модель внутрішньofірмового маркетингу в комунікаційній системі підприємства машинобудування на основі впровадження комунікативного суб-міксу.

RESUME

Drokina Nina

Conceptual model of internal marketing in communication system of enterprise

On the base of generalization of scientific opinions of foreign and national scientists, the common conditions of application of the internal marketing on an enterprise have been formulated. The conceptual model of the internal marketing in communication system of engineer enterprise on the basis of application of communicative sub-mix is constructed.

Стаття надійшла до редакції 26.04.2011 р.

ВИКОРИСТАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПРИ ВПРОВАДЖЕННІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН

Стаття присвячена питанням управління організаційними змінами на підприємствах з урахуванням людського фактору.

Ключові слова: підприємство, організаційні зміни, працівники.

Зміни на сучасному етапі в економіці України вимагають вирішення ряду принципово нових завдань, одним з яких є максимально ефективне використання трудових ресурсів на підприємствах. Причому, це актуально як для українського суспільства в цілому, так і для кожного підприємства авіаційної галузі.

На підприємстві можуть буди чудові технології, матеріально-технічне забезпечення, але без трудових ресурсів неможливо досягти ефективної господарської діяльності. Тому правильна оцінка останніх, розумне їх використання, налагодження системи швидкої адаптації людей до проведення необхідних змін, створення соціально-комфортних умов для самореалізації особистості стають першочерговими завданнями в мотиваційній діяльності. Ефективність проведення організаційних змін за рахунок мотивації праці персоналу - актуальна і важлива тема, яка потребує подальшого розвитку та дослідження.

Різні аспекти теорії та практики управління організаційними змінами, в тому числі процеси планування й реалізації змін є предметом наукових досліджень зарубіжних і вітчизняних вчених, зокрема: Бергера Л., Брукінга Є., Віханського О., Грейнера Л.Е. [3], Дональдсона Дж., Друкера П., Єрмошенка М. М., Катела Р., Кондратьєва М. Д., Котлера Ф., Куліка В. А., Левіна К., Мазура І. І., Осовської Г. В. [1], Панченка Є. Г., Хміль Ф. [2] та ін.

Проблемою мотивації займалися багато українських та іноземних вчених. При аналізі досягнень результатів діяльності різних наукових шкіл було розроблено ряд теорій, які мають цінність для менеджменту і сьогодні. Серед мотиваційних теорій варто виділити наступні: теорія мотивації Абрагама Маслоу, теорія мотивації Девіда Мак Клеелланда, теорія мотивації Фредеріка Герцберга, теорія мотивації В. Врума, теорія справедливості, теорія мотивації Л. Портера, Е. Лоулера. Але ця проблема є актуальною та об'єктивною і на сьогоднішній день через зміни, що відбуваються в навколишньому середовищі організації.

Метою статті є розгляд способів залучення працівників у здійснення організаційних змін. Відповідно до мети необхідне виконання наступних завдань:

- визначити та проаналізувати основні чинники, які ускладнюють організаційні зміни на підприємстві;
- розглянути мотиваційний механізм залучення працівників у здійснення організаційних змін.

Ефективне управління організаційними змінами — одне з найскладніших завдань керівників. Вони є наслідком процесів прийняття рішень і вирішення проблем. Автори й виконавці організаційних змін вирішують багато соціальних, економічних і навіть технічних проблем та приймають комплексні рішення.

При їх проведенні необхідно враховувати реакцію персоналу. Бажаний підхід - залучення співробітників до участі в проекті і їх стимулювання. Реалізація проектів в галузі управління змінами повинна враховувати людський фактор, емоційні та поведінкові аспекти організаційних перетворень.

Ставлення до організаційних змін (згода або незгода на їх прийняття) залежить від відносної вигідності, сумісності, складності змін. Відносна вигідність — це ступінь вигідності пропонованих змін порівняно з існуючою організацією, а також ступінь підвищення соціально-економічної ефективності організації. Сумісність (узгодженість, придатність) — це ступінь сумісності організаційних змін із поглядами та досвідом працівників організації. Зміни, які не відповідають звичним для працівників нормам, сприйматимуться важче, ніж зміни, які узгоджуються з нормами, оцінками та звичками. Складність організаційних змін — це ступінь труднощів у сприйнятті змін, їх використанні чи пристосуванні до них. При їх проведенні важливе значення має процес мотивування працівників для більш швидкого отримання запланованих результатів. На підприємстві має бути розроблений мотиваційний механізм.

В основі мотиваційного процесу лежить актуалізована потреба людини, яка спонукає її до певних дій, у результаті яких, на думку людини, потреба може бути задоволена. Як правило, в межах організації такі дії спрямовуються менеджментом у напрямку досягнення організаційних цілей. Під впливом формування мотиваційних механізмів на підприємствах, суттєво піддалися змінам і життєві принципи робітників. Тепер спектр їхніх інтересів вже не обмежується тільки одержанням заробітної платні, а включає також потреби фахового зростання, забезпечення гідних умов праці і відпочинку, користування визначеними соціальними благами. В умовах сучасного динамічного розвитку життя для отримання користі потрібен облік психологічних переваг персоналу, а також впровадження сучасних технологій мотивації персоналу в структури

підприємства, яке швидко розвивається.

Белике значення в мотиваційній діяльності має такий чинник, як різноманітні соціальні пільги. Останні, втілюючи собою додаткові блага, одержувані працівниками від підприємства, підвищують їхній добробут і якість трудового життя. Частина соціальних пільг надається в законодавчому порядку й обов'язкова для всіх підприємств (оплачувані основні і додаткові відпустки, оплата тимчасової непрацездатності, пільги молодим співробітникам і жінкам тощо). Частина соціального пакета надається підприємствами на основі добровільно узятих на себе зобов'язань стосовно працівників. Також варто виділити такі соціальні пільги, як безкоштовне харчування, корпоративні вечори, проїзд, медичне страхування, допомога у отриманні різноманітних цільових кредитів, доплати (до пенсії, за вислугу років, за підготовку стажерів тощо).

Мотиваційний механізм має бути, в першу чергу, обумовлений бажаннями та прагненнями працівників та спрямований на їх задоволення. З одного боку це так, але з іншого, задля встановлення дієвого та ефективного мотиваційного механізму, має бути врахований наступний парадокс: якщо не заохочувати працівників у процесі їх роботи, то результат буде невтішним, але якщо мотивувати їх «занадто», то результат буде такий самий. Цей парадокс можна в першу чергу прослідкувати на вітчизняних підприємствах. Але, на жаль, діє насамперед лише перша частина даного парадоксу. Працівники майже не мотивуються.

Для України, яка була визнана світовим економічним співтовариством країною з ринковою економікою, за дефіцитом кваліфікованих спеціалістів в усіх сферах виробництва та послуг, проблема пошуку нових форм мотивації та стимулювання праці особливо актуальна. Якраз недооцінка людських ресурсів, невміння стимулювати високоефективну працю є однією з причин нестабільності економічного розвитку організації в нашій країні. Проблема багатьох виробничих організацій є не тільки залучення висококваліфікованих співробітників, але і їх утримання та ефективне управління ними. Відомі мотиваційні моделі не завжди ефективно допомагають у цьому управлінцям, тому що вони є більш теоретичними конструктами і не враховують певні обставини кожної організації, навколишнє середовище, політичні та соціальні умови існування тощо.

Часто дослідження мотивації зводяться до вивчення мотивів праці й конструювання мотиваційних механізмів продуктивності праці щодо найманих працівників, тобто осіб, які вже працюють. Натомість в механізмі активізації політики зайнятості важливо передбачити мотиваційні інструменти (заходи) активізації як працедавців, так і безробітних, а також найманих працівників з метою розширення сфери зайнятості.

Відсутність ефективних мотиваційних механізмів стримує зростання промислового виробництва, його ефективність, збільшує обсяг бартерних операцій, негативно позначається на динаміці реалізації продукції, призводить до затоварення. Важливість мотиваційних процесів полягає в тому, що вони впливають не тільки на ефективність праці персоналу в організації чи фірмі, але деякою мірою керують життям людини взагалі, тобто пов'язані з усіма сторонами життя суспільства і особистості в ньому, зачіпаючи і економіку, і психологію, і бізнес, і педагогіку тощо. Тому

можна вважати, що мотиваційний механізм здатен вирішити питання залучення інтелектуального капіталу до організації.

Мотиваційний вплив в умовах розвитку ринкових відносин повинен базуватися на глибоких змінах у системі інтересів і стимулів. Саме останні є тими детермінантами, використання яких дозволить ефективно управляти мотиваційними процесами і на цій основі формувати умови для підвищення рівня виробництва на нашому підприємстві.

Ринкова модель управління передбачає, що заробітна плата – це ціна робочої сили на ринку праці. І в цьому зв'язку вона може слугувати індикатором, що дозволяє вчасно приймати адекватні міри мотиваційного впливу по управлінню і регулюванню промисловим виробництвом.

У сучасних умовах організація оплати праці як ніколи повинна забезпечити прямий зв'язок між мірою праці працівника і мірою одержуваної грошової винагороди. Це ті мотиваційні умови, що дозволять працювати з урахуванням його потреб у виборі професії, сфери діяльності, характеру й змісту праці, рівня його оплати.

У процесі застосування мотиваційного механізму на будь-якому підприємстві перш за все потрібно звернути увагу на людину як на об'єкт мотивації і стимулювання, на рівень її потреб і цілей; на розвиток її професіоналізму, прагнення до досконалості, створення умов для реалізації її здібностей та більш повного виконання її призначення – в цьому процесі задіяні управлінська і соціальна політика, стратегія розвитку нашої держави.

Таким чином, на даному етапі розвитку підприємств нашої країни необхідне формування мотиваційних механізмів, які не тільки задіяли б наявний потенціал, але й адекватно відбили б зміни, що відбуваються як у виробничій, так і в соціальній сфері. Мотиваційний механізм – це механізм управління ринковою економікою. Його необхідність продиктована самою сутністю ринкових процесів, що наявні в промисловості й у суспільстві взагалі. Різні інтереси породжують різні мотиви. Їх взаємодія й узгодженість здійснюється з допомогою взаємодії інтересів, стимулів, потреб індивіда, колективу та держави.

Таким чином, у процесі стратегічного управління має діяти такий мотиваційний механізм, який дозволить співробітнику:

- по-перше, отримати можливість кар'єрного зростання;
- по-друге, формувати відчуття власної значущості у діяльності всього підприємства та адекватно оцінювати свої можливості;
- по-третє, розвивати свій професіоналізм та допомагати у цьому іншим;
- по-четверте, швидко адаптуватися до змін;
- по-п'яте, досягати поставлених цілей.

Такий мотиваційний механізм можна назвати «позитивним». Він допомагає розвивати у співробітника стратегічну налаштованість та відчувати себе невіддільним від підприємства, на якому він працює. За допомогою дієвих важелів і стимулів підвищує зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати, сприяти піднесенню їх конкурентоспроможності, забезпечити якісне оновлення трудового менталітету. Необхідний також інструментарій мотиваційного механізму, здатного

поєднати в єдиний вузол цілі і результати діяльності персоналу. Це дозволить на практиці реалізувати цілеорієнтовану мотивацію до високопродуктивної праці.

Безумовно, ключовою функцією управління є мотивація – єдина антропоцентрична функція, що безпосередньо орієнтована на людину як основний об'єкт управління. Мотивація розглядається як основна функція першого порядку. Вона орієнтована на людину, як об'єкт управління. Таким чином, мотивація стає центральною функцією управління.

При розробці цілей системи мотивації і оплати праці відповідно до цілей підприємства треба сформувати його стратегічні цілі, а також цілі системи винагород і відтак визначити специфічне для компанії відношення складових сукупних доходів.

Реалізація головної мети комплексної мотивації повинна передбачати синхронне формування мотивації на досягнення кінцевих результатів роботи підприємства й формування мотивації поведінки персоналу.

Таким чином, будь-яка спроба здійснити організаційні зміни (злиття або приєднання компаній, реорганізація, відкриття філіальної мережі, освоєння нового напрямку і т.п.) наштовхуються на інтереси людей, а це неминує пов'язане з явним або неявним виявом емоцій і амбіцій. При проведенні організаційних змін необхідно враховувати реакцію персоналу. Бажаний підхід – залучення співробітників до участі в проекті і їх стимулювання.

Реалізація проектів у галузі управління змінами повинна враховувати людський фактор, емоційні та поведінкові аспекти організаційних перетворень. Майже кожне нововведення породжує у працівників невпевненість та побоювання, оскільки неможливо передбачити всі ймовірні його наслідки. Непоінформованість, авторитарне, директивне програмування нововведень загострюють почуття захищеності, яке ускладнює реалізацію організаційних змін. Необхідно роз'яснювати співробітникам, що пропонувані організаційні зміни є об'єктивно зумовленими, а через те й неминучими. Саме на цьому етапі необхідно мотивувати працівників до виконання певних завдань щодо організаційних змін на підприємстві. Також при формуванні мотивації на результативність необхідно враховувати зовнішню діяльність компанії й особливості організації праці й заробітної плати. Через маркетинговий аспект відображаються стосунки персоналу організації зі споживачами й постачальниками, орієнтуючи мотивацію персоналу фірми на задоволення їхніх інтересів і потреб. Економічний, організаційний, соціально – психологічний аспект відображає внутрішні особливості організації праці, враховує співвідношення матеріальних інтересів співробітників зі стратегічними завданнями організації, відображає формування мотивації, що спонукає до координування всіх виробничих та управлінських функцій.

Список літератури

1. Осовська, Г. В. *Основи менеджменту, третє видання* [Текст] : підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. - К.: Кондор, 2006. - 664 с.
2. Хміль, Ф. І. *Основи менеджменту* [Текст] : підручник / Ф. І. Хміль. — К.: Академвидав, 2005. — 608 с.
3. Грейнер, Л. *Еволюція і революція в процесі росту організацій* [Текст] / Л. Е. Грейнер // *Вести*. - 2002.- №4. -

С. 76-94.

4. Куликов, К. Т. *Мотивация труда наемных работников*. [Текст] : монография / К. Т. Куликов ; Отв. ред. Д. П. Богиня. – 2 – е изд., перераб. – К.: Ин – т демограф. и социал. исслед. НАН Украины, 2008. – 244 с.
5. Санкина Т. П. *Исследование экономических интересов и трудовой мотивации в условиях становления рынка*. [Текст] : монография / Т. П. Санкина. - Пятигорск: издательство «Технологический университет», 2005. – 128 с.
6. Бондаренко, О. О. *Трудовая мотивация: проблемы та розвиток* [Текст] /О. О. Бондаренко // *Економіка та держава*. – 2007. - №4. - С. 64-67.

РЕЗЮМЕ

Дяченко Оксана

Использование мотивационного механизма на предприятиях при внедрении организационных изменений

Статья посвящена вопросам управления организационными изменениями на предприятиях с учетом человеческого фактора.

RESUME

Dyachenko Oksana

The use of motivational mechanism on enterprises at introduction of organizational changes

The article is devoted to the questions of management of organizational changes on enterprises taking into account a human factor.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2011 р.

РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПРИ ЗАЛУЧЕННІ ІНВЕСТИЦІЙ У РОЗВИТОК АВІАПІДПРИЄМСТВ

У статті розглядається необхідність використання організаційної культури при залученні інвестицій у розвиток авіапідприємств.

Ключові слова: інвестиції, авіапідприємства, організаційна культура.

Робота транспорту становить матеріальну основу географічного і міжнародного поділу праці. Транспорт забезпечує зв'язки між виробництвом і споживанням, задовольняє потреби населення в перевезеннях, має велике оборонне значення. Розвиток будь-якої держави пов'язаний з динамікою інвестиційних процесів, структурним та якісним оновленням виробництва й створенням ринкової інфраструктури. Чим інтенсивніше здійснюється інвестування, тим швидше проходить відтворювальний процес, тим активніше відбуваються ефективні ринкові перетворення.

Інвестиційна діяльність авіаційних підприємств головним чином спрямована на оновлення морально та фізично застарілого парку повітряних суден, розбудову інфраструктури аеропортів та модернізацію основних фондів. На сучасному етапі інвестиційна активність в Україні істотно зменшилась. Діяльність підприємств потребує раціонального розподілу як залучених, так і власних коштів. Тому приплив інвестиційних ресурсів залежить не тільки від сприятливого інвестиційного клімату, який створює держава та органи місцевого самоврядування, але й від підприємства, яке повинно самостійно розробляти програми свого подальшого розвитку.

При розробці цих програм керівникам підприємств необхідно спиратися на підтримку співробітників. При цьому важливе значення має використання організаційної культури підприємства. В успішно працюючих підприємствах існує власна культура, що допомагає їм у досягненні позитивних результатів. У кожній великій корпорації існує цілий набір правил, норм, принципів гри, згідно з якими окремі групи визначають свою поведінку. При цьому носіями культур цих груп є окремі особистості, що виражають подібні інтереси.

Організаційна культура визначає принципи та правила внутрішнього життя на підприємстві. Така культура може розглядатися як втілення основних цінностей в організаційній структурі, системі управління, кадровій політиці, впливаючи на них[1].

Організаційна культура – це сукупність найважливіших засад діяльності підприємства, обумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях, які поділяє більшість працівників.

Чинні методи прийняття інвестиційних рішень досліджуються у численних наукових працях. Такі вчені,

як О. Амоша, Г. Астапова, П. Беленький, В. Геєць та ін., розглядали в своїх роботах питання залучення інвестицій [5].

Питаннями сутності організаційної культури займалися Д. Бодді, В. Веснін, Д. Елдрідж, Д. Олдхем, У. Оучи, С. Смірнов Е. Шейн, [4] та ін.

До цього часу в наукових публікаціях практично не знайшли відображення питання економічного обґрунтування управлінських рішень, пов'язаних з інвестиційним менеджментом, який необхідно впроваджувати авіаційним підприємством для отримання ефективних інвестиційних проектів, виявлення економічних ризиків, скорочення тривалості інвестиційного періоду, що пов'язує підприємство з його контрагентами: фінансовими, кредитними, страховими установами тощо. Не розглядався також зв'язок між культурою підприємства та впровадженням відповідних змін при інвестуванні.

Метою статті є визначення пріоритетних напрямів залучення коштів для розвитку авіаційної галузі, а також роль організаційної культури при впровадженні відповідних змін, які будуть відбуватися на підприємстві з появою нових інвестиційних проектів.

Темпи зростання обсягів пасажирських перевезень авіаційним транспортом України забезпечуються, перш за все, групою лідерів, яка вже давно сформувалась у країні і виконує на сьогодні основні обсяги авіаперевезень. За статистичними даними у 2010 році послугами українських авіакомпаній скористалось 6106,5 тис. чоловік, темп зростання порівняно з 2009 роком склав 19 відсотків. На сьогодні 6 провідних пасажирських авіаперевізників: „Аеросвіт”, „Міжнародні авіалінії України”, „Дніпроавіа”, „Роза Вітрів”, „Авіалінії Візз Ейр Україна” та „Донбасаеро”, які здійснюють 91 відсоток загальнодержавних перевезень. Посилення транспортної активності компаній та громадян у 2010 році на фоні поступового відновлення економіки сприяло значному зростанню порівняно з 2009 роком обсягів пасажирських перевезень авіакомпаній „Міжнародні авіалінії України” (на 14 відс.), „Роза Вітрів” (в 1,5 рази), „Авіалінії Візз Ейр Україна” (на 6,3 відс.). [2]

Регулярні пасажирські перевезення у 2010 році виконували 10 українських авіакомпаній за 128 маршрутами до 46 країн світу. Слід зазначити, що за підсумками року кількість перевезених пасажирів на регулярних міжнародних лініях склала 3046,7 тис. чол.

Минулий рік відзначений розвитком мережі маршрутів вітчизняних авіакомпаній. Упродовж року українськими авіаперевізниками було розпочато експлуатацію на регулярній основі 22 нових міжнародних повітряних ліній, що з'єднали міста України із столицями та діловими центрами світу, а також всесвітньовідомими курортами. [2]

Поряд з цим у 2010 році зафіксовано розширення діяльності на українському ринку іноземних авіакомпаній, до столиці України започаткували виконання регулярних польотів авіакомпанії „Air Malta”, „Air Moldova”, „Tajik Air”, „RusLine”, „Yakutiya”. Загалом до України виконували регулярні польоти 52 іноземні авіакомпанії з 34 країн світу за 83 маршрутами, послугами іноземних регулярних авіаперевізників за звітний рік скористалось близько 3,2 млн. пасажирів. Частка українських авіакомпаній в загальних обсягах перевезень на регулярних лініях між Україною та країнами світу склала 49 відсотків, це майже на 4 процентних пункти більше показника за 2009 рік. На даний час найбільші обсяги пасажирських перевезень здійснюються між Україною та Росією, Німеччиною, Чехією, Великобританією, Угорщиною, Австрією, Ізраїлем, США, Туреччиною, Францією, Нідерландами, Польщею та Італією.

Розглядаючи проблему розвитку авіаційної галузі, ми намагалися окреслити наявний потенціал галузі, який зосереджується в таких індустріальних та наукових центрах країни, як Київ, Харків, Запоріжжя. В Україні існує досить потужна база як промислова, так і наукова, однак існують перешкоди, які заважають Україні вийти на світовий рівень літакобудування і отримувати прибутки. Економічне обґрунтування управлінських рішень, пов'язаних з фінансовим менеджментом авіаційного підприємства, визначає основні функції та управлінські структурні відносини підприємства по визначенню потреб у фінансових ресурсах; управління основними видами фінансування, джерелами фінансування та особливостями їх отримання (зовнішнє, акціонерне, кредитне, довгострокове фінансування, фінансування за допомогою облігацій, акцій, середньострокове, короткострокове фінансування; кредити під заставу обладнання, відсоткова ставка); управління формуванням капіталу підприємства.

Важливим елементом авіаційної галузі є аеропорти. Комерційні рейси вітчизняних та іноземних авіакомпаній у 2010 році обслуговували 28 українських аеропортів та аеродромів, за статистичними даними пасажиропотоки через вітчизняні аеропорти зросли на 14,4 відсотка, поштовантажопотоки – на 7,1 відсотка та склали відповідно 10,2 млн. пас. та 42,5 тис.тонн. Слід зазначити, що на сьогодні близько 97 відсотків всіх пасажиропотоків та 83 відсотків поштовантажопотоків сконцентровані в 7 стратегічних аеропортах: Бориспіль, Донецьк, Дніпропетровськ, Одеса, Сімферополь, Львів та Харків. Стабільна та ефективна робота аеропортів є обов'язковою умовою нормального функціонування економіки України.

Основним проблемним питанням, яке потребує негайного вирішення, є технічна невідповідність аеропортів України вимогам Міжнародної організації цивільної авіації (ICAO) та Міжнародної асоціації авіаційного транспорту (IATA).

Незважаючи на різні шляхи розвитку, загальним для усіх аеропортів України є те, що сьогодні практично будь-який з них представляє собою інвестиційний проект або

їх сукупність. Можливості залучення інвестицій аеропортами значною мірою обумовлені рівнем ефективності інвестиційних проектів та їх інвестиційною привабливістю.

Оскільки доцільність будівництва та реконструкції аеропорту значною мірою залежить від обсягів очікуваних прибутків та витрат, їх необхідно враховувати при вирішенні питань фінансування модернізації аеропортів.

За даними Міжнародної ради аеропортів, у середньому в світі у 2009 році доходи від неавіаційної діяльності становили 53,5%, у деяких розвинених аеропортах ця цифра може доходити й до 70%. [6] оскільки саме співвідношення авіаційних і неавіаційних доходів є основним показником ефективності управління аеропортом. Неавіаційні доходи є життєво важливим компонентом економічної діяльності аеропортів.

Під час економічного спаду саме диверсифікованість доходів допомагає пом'якшити негативний вплив падіння обсягів перевезення пасажирів і вантажів. Неавіаційні доходи - критичний чинник, що визначає фінансову життєздатність аеропорту, оскільки їх рентабельність перевищує авіаційну діяльність, доходи від якої здебільшого не завжди покривають видатки. В Україні основні прибутки аеропорти отримують від авіакомпаній. Навіть у аеропорті "Бориспіль" прибутки від неавіаційних видів діяльності становлять тільки 18,2%. Решту сплачують за різними статтями авіакомпанії. Кістяк доходу найбільшого українського аеропорту "Бориспіль" становлять обов'язкові для всіх авіакомпаній платежі: збір за посадку-зліт, за авіабезпеку та пасажирський збір, що входить у вартість квитка для кожного пасажирів. [6]

Прибутки від авіаційної діяльності формуються за рахунок зборів: за зліт-посадку; за обслуговування пасажирів; за обробку вантажу; за використання місць стоянки та ангарів; за забезпечення безпеки; за шуми; за обслуговування перевезень (наприклад, збори за телескопічні трапи, перевезення пасажирів та ін.); за наземне обслуговування.

Прибутки від неавіаційної діяльності складаються з: концесій на постачання авіаційного пального та мастил; ресторани, бари та постачання харчування; паркування автомобілів; інші концесії та комерційна діяльність, що здійснюється аеропортом; орендна плата; інші прибутки від неавіаційної діяльності.

Через велику сумарну вартість оновлення комплексу аеропортової інфраструктури у світовій практиці існує досвід розділення одного масштабного інвестиційного проекту на окремі частини. Ціллю такого розділення є залучення коштів декількох менших інвесторів, сумарні інвестиції яких забезпечать здійснення необхідної модернізації та оновлення.

У разі залучення інвестиційних коштів з ціллю фінансування розвитку авіаційної або неавіаційної діяльності слід пам'ятати про необхідність забезпечення безперебійного здійснення допоміжної діяльності аеропорту. Під допоміжною діяльністю пропонується розуміти такий вид діяльності, який має опосередкований вплив на здійснення обслуговування перевезень пасажирів, вантажу та пошти та не належить до диверсифікаційної діяльності аеропорту, але має важливе господарське значення. Таким чином до допоміжної діяльності можна віднести функціонування систем опалення, каналізації, пожежної безпеки та інші.

Але не всі аеропорти мають кошти на самостійну

модернізацію. І якщо досі "Бориспіль" традиційно випускав для цього облигації або брав кредити, то під проведення "Євро-2012" аеропортам суттєво допомагає держава.

Причому допомога має чітко виражену спрямованість: понад половину бюджетних коштів спрямовують на аеропорт Донецька. Згідно з Держбюджетом на 2010 рік, кошти на підготовку аеропортів до чемпіонату розподілилися таким чином: 337 млн. грн. - на розвиток аеропорту "Бориспіль", 113,03 млн. грн. - на "Жуляни", 1,033 млн. грн. - на "Львів", 534,9 млн. грн. - на "Харків", а на "Донецьк" - 2,993 млрд. грн. Цікаво, що за отримані з бюджету кошти донецький аеропорт будується фактично заново. З переходом економіки України на ринковий варіант розвитку в практичній діяльності підприємств авіаційної галузі з'являється необхідність використання позикових коштів у розумних межах, що сприяє розвитку підприємства і забезпечує безперервність обігу його капіталу. [2]

Але слід зауважити, що при будь-яких перетвореннях на підприємстві можливе виникнення певного опору з боку працівників. Саме тут в нагоді може стати саме організаційна культура, яка допоможе послабити деякі негаразди, що можуть спричинити певні зміни.

Механізм впливу організаційної культури на діяльність підприємства полягає у тому, що працівники прогнозують розвиток ситуації, щодо якої вони оцінюють і вибудовують моделі своєї поведінки. Реалізуючи їх у діяльності, вони підсилюють ті чи інші тенденції та створюють у такий спосіб адекватні їм ситуації. Зміст культури визначається ступенем особистої значущості професійно-трудова діяльності для більшості співробітників. [3]

Інвестор краще буде вкладати кошти в підприємство, яке має певні традиції, статус надійного партнера, потужну організаційну культуру. Зауважимо, що «сильна» культура чітко визначає поведінку працівників. Передбачуваність, упорядкованість і послідовність діяльності у підприємства формується за допомогою високої формалізації. «Сильна» культура досягає того ж результату без ведення якої-небудь документації і розподілів. Більше того, сильна культура може бути більш ефективною, ніж будь-який формальний структурний контроль. Чим сильніша культура підприємства, тим менше управлінському персоналу потрібно звертати увагу на розвиток формальних правил і положень для керування поведінкою працівника. Це закладено у підсвідомості працівника, що приймає корпоративну культуру [4].

Вплив організаційної культури на ефективність діяльності підприємства виявляється в досягненні головної мети організаційної культури – забезпеченні самоорганізації соціально-економічної системи за допомогою персоналу, підвищенні трудового потенціалу підприємства, який є складовою частиною загального економічного потенціалу підприємства.

На сьогодні підприємства авіаційної галузі України потребують значних інвестиційних надходжень. Слід зауважити, що резерв для нарощування прибутковості є. Інвестиції, що зараз вкладаються державою та приватними компаніями у їх розвиток до проведення "Євро-2012", мають окупитися, хоча й не скоро.

Щоб забезпечити в майбутньому отримання значних прибутків, підприємства авіаційної галузі мають відстежувати сучасні тенденції техніко-технологічного оснащення, а також розробляти відповідні стратегічні

плани розвитку.

Але при проведенні певних зрушень необхідно спиратися на підтримку колективу, на усвідомлення кожного їх необхідності. На цьому етапі перетворень необхідно використовувати важелі організаційної культури, оскільки остання так чи інакше впливає на всі характеристики результативності діяльності підприємства.

Список літератури

1. Бондаренко, О. О. трудова мотивація: проблеми та розвиток [Текст] / О. О. Бондаренко // *Економіка та держава*. - 2007. - №4. С. 64-67
2. Офіційний сайт Державіаслужби України // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.avia.gov.ua
3. Селезнева, Ю. Корпоративная атмосфера: размышления на тему взаимоотношений в организации [Текст] / Ю. Селезнева, М. Пименова // *Корпоративная имиджология*, (январь-март). - 2008. - №1.
4. Семенов, Ю. Г. Организационная культура: управление и диагностика [Текст] / Ю. Г. Семенов. - Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2004. - 180с.
5. Щелкунов, В. І. Методи забезпечення фінансової стійкості та інвестиційної привабливості авіапідприємств корпоративного типу [Текст] : монографія / В. І. Щелкунов, С. Г. Мізюк, Г. В. Астапова. - Київ: Наук. Думка, 2007. - 160 с.
6. Як заробляють українські аеропорти [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.tochka.net

РЕЗЮМЕ

Дяченко Татяна

Роль организационной культуры при привлечении инвестиций в развитие авиапредприятий

В статье рассматривается необходимость использования организационной культуры при привлечении инвестиций в развитие авиапредприятий.

RESUME

Dyachenko Tetyana

The role of organizational culture in attracting investments in airlines

This article discusses the need for an organizational culture in attracting of investment in development aerospace enterprise.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2011 р.

АНАЛІЗ ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ НА КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ХЕРСОНЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Проведено аналіз прийняття стратегічних рішень у діяльності корпоративних підприємств Херсонської області. Визначено основні напрями проведення оцінки стратегічних рішень в умовах інноваційних змін організаційно-управлінської структури корпоративних підприємств.

Ключові слова: стратегічні рішення, аналіз, внутрішнє та зовнішнє середовище, оцінка, стратегії, рівні управління корпоративних підприємств.

Тенденції об'єктивних стратегічних перетворень на макроекономічному рівні при впровадженні ефективних стратегій розвитку держави потребують швидкого реагування підприємницькими структурами на ці видозміни та вирішення глобальних проблем їх розвитку у сучасному економічному світі. Трансформаційні процеси, які відбуваються в діяльності корпоративних підприємств харчової промисловості Херсонської області, уможливають впровадження сучасних інноваційних розробок в їх організаційно-управлінській структурі з урахуванням налагодження системності в прийнятті стратегічних рішень, що є запорукою актуальності існування таких підприємств у ринковому середовищі.

Значний внесок у дослідженні питань стратегічного планування та оцінки стратегічних рішень у реалізації економічної діяльності підприємств зробили як українські вчені: В. Г. Герасимчук, А. П. Наливайко, В. Ф. Оберемчук, К. І. Редченко, А. С. Редькін, О. М. Тридід [2; 6-9; 11], так і російські автори: Т. П. Любанова, В. П. Русаков, Р. А. Фатхутдинов [4, 10, 12]. Серед західних вчених виділимо таких, як І. Ансофф, У. Кінг, Г. Мінцберг [1, 3, 5]. У наукових працях зазначених авторів запропоновані основні дослідження із впровадження стратегічного планування та аналізу в діяльності підприємств, що складають основу подальших наукових розробок у цій сфері. У той же час практичні аспекти вдосконалення системи стратегічного планування потребують перегляду в трансформаційних умовах сьогодення та визначають необхідність виокремлення нами проблеми аналізу прийняття стратегічних рішень.

Метою дослідження є аналіз прийняття стратегічних рішень в умовах інноваційних змін організаційно-управлінської структури корпоративних підприємств харчової промисловості Херсонської області та викладенні основних напрямів оцінки стратегічних рішень у сучасних умовах їх розвитку.

Поширене використання підприємствами стратегічного планування у своїй діяльності, дозволяє констатувати, що без наявності стратегічного планування розробка ефективних управлінських рішень є складною. На етапі реалізації стратегічних рішень ми не можемо говорити про наявність на підприємствах ефективної системи управління, але для того, щоб вона існувала, ми пропонуємо для кожної обраної стратегії

розробити програму, проект, план, які допоможуть координувати дії функціональних підрозділів корпоративного підприємства у процесі здійснення його довгострокової діяльності.

Відповідно до проведеного нами моніторингу економічної діяльності таких корпоративних підприємств як АТЗТ "Херсонська кондитерська фабрика", ВАТ "Херсонський хлібокомбінат" та ВАТ "Херсонський маслозавод", визначено, що в сучасних умовах їх функціонування постає завдання у системному підході до прийняття та реалізації стратегічних рішень. Зазначеним підприємствам, перш за все, було запропоновано здійснювати аналіз використання стратегій, який повинен обов'язково проводитися за наявності основних категорій рішень, що наведені нами у таблиці 1.

Такий розподіл дозволяє структурувати кожне управлінське рішення з точки зору визначення проблеми, сутності, шляхів вирішення та окреслити характер і вплив на управлінську систему. Зазначена структуризація уможливує проведення аналізу кожного управлінського рішення і розподілу їх на стратегічні, адміністративні та операційні, що дозволяє визначити їх ієрархічність в управлінській системі корпоративних підприємств. Широта та результативність досліджень уможливають ефективні трансформації в діяльності підприємств, що призводять до взаємозалежності та взаємозв'язку всіх структурних підрозділів в управлінській системі.

Власне ефективне розшарування стратегічних рішень доводить необхідність їх реалізації кожною ланкою управління при обов'язковому їх взаємозв'язку, що дозволяє нам говорити про безперервне удосконалення. У зв'язку з цим запропоновано принципи організації діяльності корпоративних підприємств та їх структури, що зображені у таблиці 2 із виділенням органу виконавчої влади, який приймає адміністративні рішення.

Зазначені видозміни в організаційній структурі уможливають досягнення успіху в діяльності зазначених корпоративних підприємств за рахунок якісної стратегічно важливої співпраці середнього та нижчого рівнів управління. Хоча нижча ланка управління – функціональні та виробничі підрозділи – вилучена із процесу прийняття стратегічних інноваційних рішень і відповідає лише за виконання

Таблиця 1. Основні категорії рішень, які застосовуються на корпоративних підприємствах харчової промисловості

Елементи рішень	Стратегічні	Адміністративні (управлінські)	Операційні (оперативні)
Проблема	Різноманітність продукції і ринків збуту, за допомогою яких корпоративне підприємство може отримати дохід та інвестиції.	Структура ресурсів, які використовує підприємство для забезпечення оптимального результату.	Використання оптимальних рішень доходності капіталу.
Сутність проблеми	Розумний розподіл ресурсів між виробництвом і ринком.	Організація, придбання і використання ресурсів.	Дотації відділу стратегічного планування на використання і перетворення ресурсів
Шляхи вирішення проблеми	Визначення стратегічного об'єкту. Заходи щодо диверсифікації. Заходи щодо розширення. Управлінська стратегія. Фінансова стратегія. Шляхи можливого зростання та їх розподіл у часі.	Організація: структура органів корпоративного підприємства, функціональних підрозділів і зв'язків з громадськістю. Структура і перетворення ресурсів: розподіл роботи і повноважень. Придбання і використання ресурсів: фінансових, людських, матеріальних, природних.	Визначення оперативної задачі. Встановлення ціни і рівня виробництва. Планування виробництва та управління запасами. Маркетингова політика. Політика досліджень і розвитку (моніторинг). Контроль.
Характер рішення	Централізація. Приймання часткової неосвіченості. Рішення не повторюється і не відновлюється	Боротьба між стратегією та її реалізацією. Боротьба між одиничними об'єктами і колективними цілями. Тісний зв'язок між економічними змінами і соціальними факторами. Рішення приймається за допомогою стратегічних питань.	Децентралізація. Урахування ризику і невизначеності. Рішення повторюються. Обмеженість в оптимізації складності рішень. Відновлення.

Таблиця 2. Рівні управління на корпоративних підприємствах

№ п/п	Рівень управління	Вертикаль підприємства	Рівень прийняття рішень	Основні функції
1.	Вищий рівень	Загальні збори акціонерів	Стратегічний	Розробка і корегування корпоративної стратегії, прийняття стратегічних рішень підприємства
		Спостережна рада		Контроль і регулювання діяльності виконавчого органу, формування плану дій, політики управління ризиками, річних бюджетів і бізнес-планів, контроль за ходом виконання проектів
2.	Орган виконавчої влади	Правління	Адміністративний	Попередній та поточний контроль, SWOT-аналіз, розробка стратегічних рішень та втілення їх у стратегічні плани, аналіз ефективності горизонтальних зв'язків, розподіл ресурсів
		Ревізійна комісія		Контроль та координація за виконанням цільових інвестиційно-інноваційних програм, аналіз фінансового стану товариства, виявлення резервів покращення економічного стану підприємства та розробка рекомендацій для вищих органів управління
3.	Середній рівень	Структурні підрозділи	Операційний	Розробка цільових інвестиційно-інноваційних програм, реалізація управлінських рішень та стратегічних планів, розробка робочих планів, управління низовими ланками підприємства, узгодження їх діяльності
4.	Нижчий рівень	Функціональні та виробничі підрозділи		Надання послуг фірмам, контроль ходу виконання складових інвестиційно-інноваційних проектів, стратегічних планів, виконання стратегічних рішень вищих порядків

чітких конкретних задач. Участь цієї ланки у процесі інновацій забезпечується за рахунок: роботи у процесі прийняття стратегічних рішень; доступу до інформаційних потоків; упровадження адаптаційної системи нагород і мотивації; підвищення професіоналізму.

Для кожного рівня управління зазначені основні функції, що відображають поетапну реалізацію прийняття стратегічних рішень у певний період розвитку корпоративного підприємства. Необхідно констатувати, що з точки зору ефективної адаптації підприємства до реальних умов функціонування винятково важлива роль належить механізму управління процесом вирішення функціональних завдань і, отже, процесом прийняття стратегічних рішень – як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі (рис. 1).

Внутрішній моніторинг представлений вибором актуальних стратегій та пошуком необхідних ресурсів для реалізації альтернативної стратегії в рамках бачення корпоративного підприємства. При цьому зовнішній моніторинг дає можливість оцінити розроблені стратегії із функціонуванням ринкового середовища, в якому знаходиться підприємство і обрати певні взаємозалежні стратегії для стійкого розвитку корпоративного підприємства.

Реалізація стратегічних рішень у внутрішній оцінці корпоративних підприємств харчової промисловості дозволяє провести моніторинг процесу вибору стратегій за умови аналізу їх на кожному етапі

реалізації. При цьому є три напрями впровадження стратегії: перший – визначити розбіжності між обраними стратегіями щодо їх строкового періоду реалізації; другий – перевірити наявність ресурсів для впровадження обраних стратегій та провести внутрішню диверсифікацію виробництва; третій – об'єднати та спрямувати результати моніторингу внутрішніх стратегій на їх адаптацію до зовнішнього середовища.

Реалізація рішень у зовнішній оцінці корпоративного підприємства харчової промисловості представлена розгалуженою структурою реалізації стратегічного напрямку конкретного підприємства. За допомогою внутрішньої стратегічної оцінки та чинників зовнішнього впливу підприємство може оцінити витрати й доходи під час впровадження стратегії і перейти до нового важливого етапу, який вказує на його стратегічний розвиток.

Таким чином, певні розробки стратегічних сценаріїв розвитку та ситуацій повинні проводитися переважно з використанням технології ситуаційного аналізу та експертного оцінювання, які дають змогу враховувати й аналізувати як кількісну, так і якісну інформацію. У нашому випадку доводиться розглядати найбільш ймовірні альтернативні варіанти очікуваних змін як за наявності керуючих впливів, так і за їх відсутності. Аналіз декількох альтернативних варіантів розвитку ситуації, як правило, є більш інформативним і сприяє розробці більш ефективних стратегічних рішень.

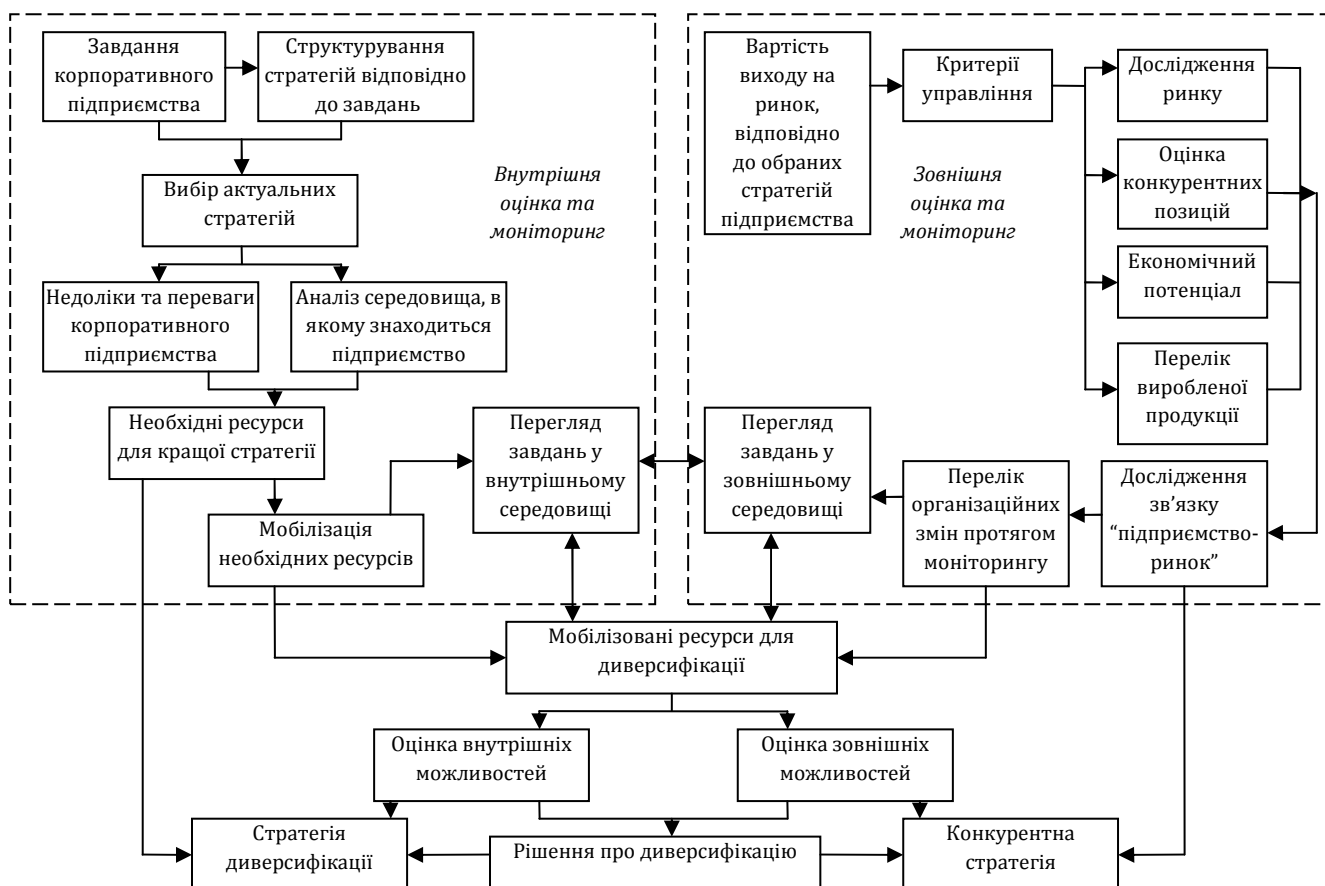


Рис. 1. Оцінка стратегічних рішень у внутрішньому та зовнішньому середовищі корпоративних підприємств

Використання всіх функціональних підрозділів у виборі кращої стратегії дозволяє корпоративним підприємствам та їх керівництву більш ефективно здійснювати стратегічне планування, яке у процесі реалізації стратегічних управлінських рішень може корегуватися відповідно до змін. Крім того, зміни умов реалізації стратегічного плану, особливо за наявності аналізу чуттєвості до найменших змін, аналізуються з метою визначення ймовірних змін, які вони можуть викликати при реалізації наміченого плану. Результатом такого аналізу є адекватна зміна стратегічного плану, що забезпечує найменше відхилення від поставлених цілей, а при більш сприятливому розвитку ситуації - більш повному досягненні цілей.

Реалізований зведений стратегічний план (або його складова частина) повинен бути ретельно проаналізований з метою оцінки ефективності прийнятих управлінських рішень та їх реалізації. Ураховуючи те, що однією з особливостей стратегічного планування є можливість реагувати на зміни у зовнішньому середовищі для досягнення цілей підприємства у майбутньому, доцільно створювати ймовірні сценарії розвитку сфери функціонування цього підприємства за допомогою таких сценаріїв, як система безперервного моніторингу та прогнозування, коли всі досить серйозні зміни зовнішнього та внутрішнього

середовища фіксуються і виступають об'єктом аналізу та реагування.

За таких умов мета підприємства полягає у створенні такої стратегії, в якій використовувалися би сильні сторони підприємства і слабкості конкурентів, а також яка здатна нейтралізувати слабкі сторони підприємства і сильні - його суперників. У цьому випадку, використовуючи функціональні стратегії, які безпосередньо покладені на відділ стратегічного планування та аналізу, доцільно запропонувати схему процесу прийняття стратегічних рішень, яка, перш за все полягає, в аналізі прийнятих рішень стосовно певних проектів реалізації конкретно визначеної стратегії. У зв'язку з цим корпоративне підприємство можна представити центром автономних рішень, що мають різний характер і масштаби. При цьому кожне впроваджене управлінське рішення завжди пов'язується з фінансовою складовою, за допомогою якої досягається реалізація певної стратегії. Ці прогнозовані фінансові наслідки можуть бути критерієм вибору тих чи інших варіантів поведінки підприємства. Саме тому корпоративним підприємствам доцільно проводити оцінку стратегічних рішень на підставі розробки інвестиційно-інноваційних проектів, які відображають наявність реальних фінансових можливостей реалізації певного рішення.

На підставі викладеного на рис. 2 нами представлено

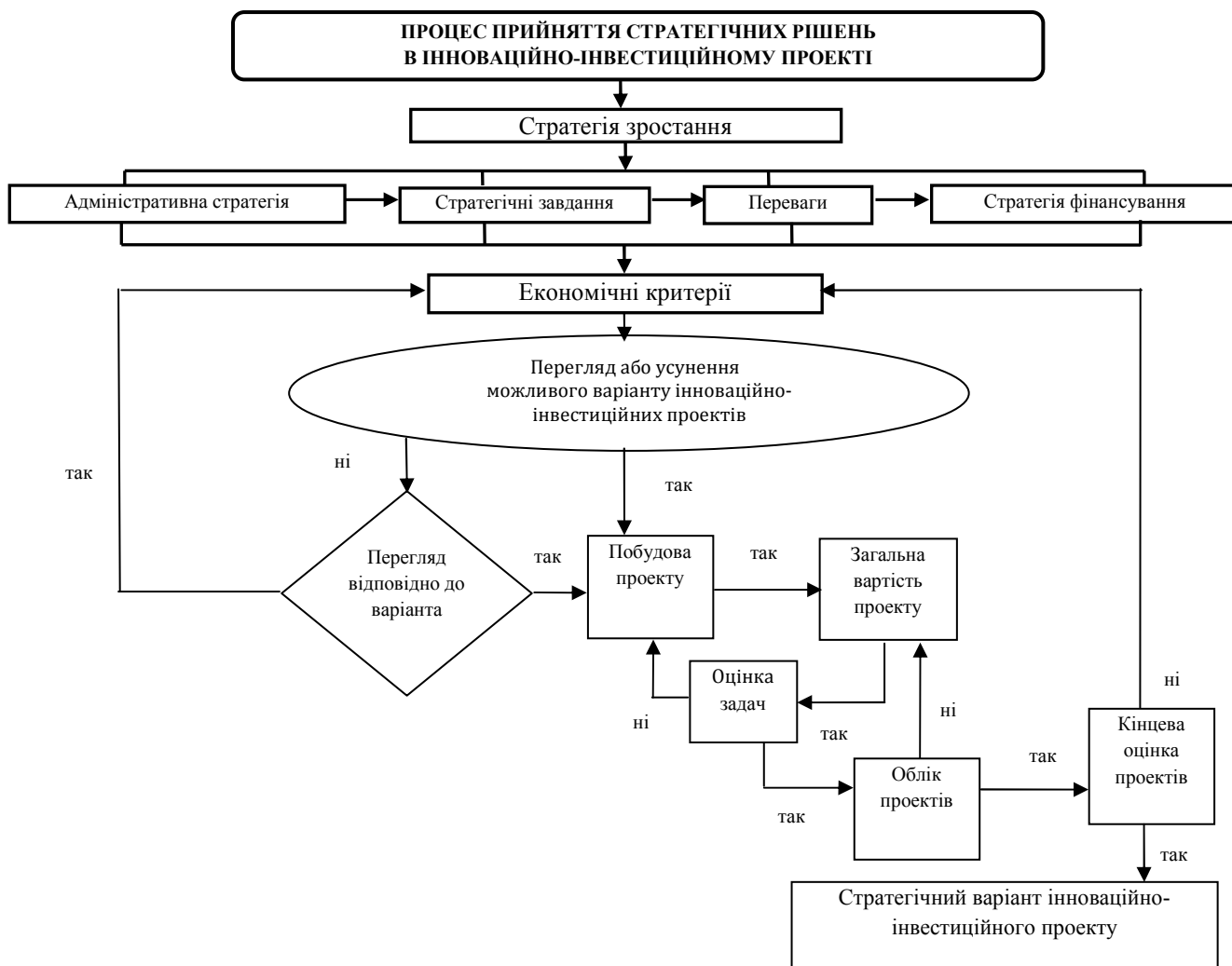


Рис. 2. Структурно-логічна схема процесу прийняття стратегічних рішень в інноваційно-інвестиційному проекті

структурно-логічну схему процесу прийняття стратегічних рішень в інноваційно-інвестиційному проєкті, який містить розробку стратегічного плану для корпоративних підприємств, проаналізованих нами протягом дослідження. На рисунку відображено "квадрат", що відповідає перегляду відповідних чинників; "ромб" показує оцінку відповідної детермінанти процесу. Згідно зі схемою кожне управлінське рішення має свої часові обмеження щодо реалізації і підлягає перегляду в кінці фінансового періоду реалізації проєкту.

На нашу думку, корпоративним підприємствам харчової промисловості доцільно проводити оцінку стратегічних рішень за такими напрямками: визначення основних управлінських проблем, що підлягають вирішенню; реалізація стратегічних рішень відповідними управлінськими ланками підприємства; оцінка стратегічних рішень кожним рівнем управління щодо взаємозв'язку «внутрішнє середовище – зовнішнє середовище»; оцінка стратегічних рішень на підставі розробки інвестиційно-інноваційних проєктів. Усі разом вони демонструють, наскільки ефективним та привабливим є обране стратегічне рішення за сучасних умов розвитку підприємства.

Зазначене вище дозволяє констатувати, що для корпоративних підприємств харчової промисловості Херсонської області важливий як механізм управління процесом вирішення проблем, так і виконавчий механізм реалізації стратегічних рішень. Таким чином, впровадження запропонованих організаційних інновацій та ефективного становлення структури управління на АТЗТ "Херсонська кондитерська фабрика", ВАТ "Херсонський хлібокомбінат", ВАТ "Херсонський маслозавод" спрямувало скоординовану діяльність усіх суб'єктів інноваційного поля у досліджуваній період та дозволило оперативно реагувати на зовнішні й внутрішні зміни із застосуванням ринкових важелів та ефективно вирішувати на основі аналізу складні завдання щодо вибору оптимального стратегічного рішення розвитку корпоративних підприємств.

Список літератури

1. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия [Текст] / Игорь Ансофф; Эдвард Дж. Макдоннелл (при содействии); пер. с англ. С. Жильцов. – СПб. : Питер, 1999. – 416 с. – (Теория и практика менеджмента).
2. Герасимчук, В. Г. Развитие предприятия: диагностика, стратегия, эффективность [Текст]: монография / В. Г. Герасимчук. – К.: Вища шк., 1995. – 264 с.
3. Кинг, У. Стратегическое планирование и хозяйственная политика [Проблемы управления капиталистическим производством] [Текст] / У. Кинг, Д. Клиланд; пер. с англ. под ред. Г. В. Кочетова / – М.: Прогресс, 1982. – 399 с.
4. Любанова, Т. П. Стратегическое планирование на предприятии [Текст]: учеб. пособие / Т. П. Любанова, Л. В. Мясоедова, Ю. А. Олейникова. – М.: ПРИОР, 2001. – 272 с.
5. Минцберг Г. Стратегический процесс [Текст] / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошай; пер. с англ. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с. – (Теория и практика менеджмента).
6. Наливайко, А. П. Теория стратегии предприятия. Современный стан та напрямки розвитку [Текст]: монография / А. П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2001. – 227 с.
7. Оберемчук, В. Ф. Стратегия предприятия [Текст]: курс лекций / В. Ф. Оберемчук. – К.: МАУП, 2000. – 128 с.
8. Редченко, К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі [Текст]: навч. посіб. [для студ. вищ. закл. освіти] / К. І. Редченко. – Л.:

Новий Світ-2000, 2003. – 272 с.

9. Редькін, О. С. Сучасні стратегії та технології корпоративного управління [Текст]: монографія / О. С. Редькін, В. Реген, Н. А. Хруці; Одес. Нац. Академія зв'язку ім. О. С. Попова. – Одеса: „Евен”, 2004. – 216 с.
10. Русаков, В. П. Стратегическое планирование на фирме [Текст]: учебное пособие / В. П. Русаков. – М.: МГУЛ, 2000. – 193 с.
11. Трудід, О. М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства [Текст]: монографія / О. М. Трудід. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2002. – 304 с.
12. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический менеджмент [Текст]: учеб. для студ. высш. учеб. заведений, обуч. по спец. напр. "Менеджмент" / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ДЕЛО, 2001. – 448 с.

РЕЗЮМЕ

Евтухова Светлана

Анализ принятия стратегических решений на корпоративных предприятиях пищевой промышленности Херсонской области

Проведен анализ принятия стратегических решений в деятельности корпоративных предприятий Херсонской области. Оценены стратегические решения во внешней и внутренней средах, определены основные направления их реализации в условиях инновационных изменений организационно-управленческой структуры корпоративных предприятий пищевой промышленности.

RESUME

Yevtukhova Svitlana

The Analysis of the Strategic Decision-Making Process on the Food Industry's Corporations of Kherson Region

The analysis of the strategic decision-making process in the activity of the food industry's corporations of Kherson Region is carried out. The strategic decisions in the internal and the external environments are evaluated. The basic ways of their implementing in terms of the innovative changes in the organizational and managerial structure of the food industry's corporations are defined.

Стаття надійшла до редакції 16.02.2011 р.

Ніна ЄФРЕМОВА

кандидат економічних наук,
доцент, завідувача кафедрою фінансів
Дніпродзержинський державний технічний університет

Ольга ЗОЛОТАРЬОВА

старший викладач кафедри фінансів,
Дніпродзержинський державний технічний університет

Каріна НЕДАШКІВСЬКА

ДВНЗ «Національний гірничий університет»

НАПРЯМИ ПОБУДОВИ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ КОШТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті конкретизовано сутність і складові системи управління оборотними коштами промислового підприємства, наведено пропозиції щодо підвищення ефективності її функціонування.

Ключові слова: оборотні кошти, оборотність, підприємство, прискорення, система, управління, ефективність, виробництво, інформаційні потоки.

Проблема управління оборотними коштами господарюючих суб'єктів і, в першу чергу, промислових підприємств, привертають все більшу увагу представників фінансової науки. Це обумовлено трансформаційними процесами, що відбуваються у вітчизняній економіці, розвитком різноманітних форм власності. Господарською практикою стають затребувані нетрадиційні, унікальні рішення, засновані на глибокому синтезі досягнень сучасної фінансової науки й досвіду фінансового управління.

У сучасних умовах практично кожне підприємство має самостійно вирішувати питання про формування механізму управління оборотними коштами і визначати напрямки щодо підвищення ефективності його функціонування.

Ці питання набувають особливої актуальності у наш час, коли економіка країни й досі відчуває на собі негативні наслідки світової фінансово-економічної кризи. Більшість вітчизняних промислових підприємств, поряд з іншими негараздами, гостро відчувають нестачу оборотних коштів і опинилися на межі банкрутства.

З цього приводу слід зазначити, що останніми роками почали з'являтися наукові публікації, у яких тією чи іншою мірою розглядаються проблеми управління оборотними коштами підприємств, джерел їх фінансування, показників ефективності використання [1-6].

Однак, незважаючи на те, що провідні вітчизняні науковці, такі, як О. Біла, О. Білейченко, М. Білик, В. Бочаров, А. Гулько, Ю. Долгоруков, Н. Редіна, І. Зельнікова, М. Іванова, С. Калабухова, А. Корбовник, В. Маргасова, А. Поддєрьогін, О. Сліпачук, П. Чорба, А. Шило досліджують проблеми, пов'язані з формуванням і використанням оборотних коштів, але ґрунтовних розробок в галузі управління оборотними коштами, які були б здатні врахувати специфіку функціонування окремих фірм та підприємств, а також оперативної й адекватно реагувати на мінливу ринкову

кон'юнктуру, на сьогодні існує недостатньо.

Відповідно, низка питань, пов'язаних з вирішенням завдань управління оборотними коштами, диктує необхідність побудови цілісної концепції щодо управління рухом оборотних коштів, яка дасть можливість на підставі суб'єктивної інформації приймати оптимальні рішення, що сприяють підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Тому мета і завдання нашої статті – визначити зміст системи управління оборотними коштами підприємства, обґрунтувати основні напрями підвищення її ефективності.

Ми схиляємось до того, що суть системи управління оборотними коштами підприємства полягає в забезпеченні раціоналізації джерел їх фінансування, оптимізації розподілу за стадіями циклу «постачання-збут», а також у дієвому контролі за ресурсозбереженням та прискоренням їх обігу. Тобто, система управління оборотними коштами має забезпечувати рівновагу між ризиком втрати ліквідності, ефективністю функціонування підприємства та достатнім рівнем платоспроможності, а також прийнятним обсягом, структурою й рентабельністю активів.

У широкому розумінні система управління оборотними коштами підприємства - це функціональна єдність таких складових: об'єкта системи управління (оборотні кошти та фінансові відносини), суб'єктів системи управління (фінансово-економічна служба підприємства) та факторів зовнішнього й внутрішнього середовища підприємства. Найважливішими факторами, які впливають на ефективність управління оборотними коштами, є: характер бізнесу; тривалість виробничого циклу; кількість та різноманітність споживаних видів ресурсів; географія контрагентів; система розрахунків; платоспроможність клієнтів; якість банківського обслуговування; темп зростання виробництва та реалізації продукції; інфляція.

У вузькому розумінні, на нашу думку, система

управління оборотними коштами повинна розглядатися як взаємопов'язаний комплекс заходів та інструментів для досягнення певних цілей в галузі обґрунтованого формування та раціонального використання оборотних коштів, пошуку можливостей прискорення їх оборотності.

Основною метою системи управління оборотними коштами є підвищення ефективності їх використання та прискорення оборотності.

Зауважимо, що значний обсяг оборотних коштів, задіяних у виробничому процесі, різноманітність їх елементів, визначальна роль у прискоренні обороту, забезпечення постійної платоспроможності обумовлюють складність завдань, пов'язаних з управлінням рухом оборотних коштів [2, с. 103; 4, с. 48]. У зв'язку з цим, як ми вважаємо, мають бути чітко конкретизовані напрями побудови ефективної системи управління оборотними коштами підприємства, які заслуговують на першочергову увагу. Ними, на нашу думку, повинні стати наступні:

1. Забезпечення економії при використанні оборотних коштів.
2. Вибір ефективного методу оцінки грошових коштів і матеріально-виробничих запасів.
3. Виявлення і використання можливостей прискорення оборотності оборотних коштів.
4. Упорядкування інформаційних потоків системи управління оборотними коштами підприємства.
5. Чітке розмежування етапів процесу управління оборотними коштами підприємства.

Причому виділені напрями побудови ефективної системи управління оборотними коштами повинні реалізовуватись з урахуванням галузевих особливостей кожного окремого підприємства та специфіки його стратегічного курсу.

Конкретизуємо зміст зазначених напрямів детальніше.

1. Значення економії при використанні оборотних коштів полягає в наступному: а) зниження питомих витрат сировини, матеріалів, палива забезпечує виробництву значні економічні вигоди, що дає можливість з певної кількості матеріальних ресурсів виробити більше готової продукції й тому виступає як одна з серйозних передумов збільшення масштабів виробництва; б) прагнення до економії матеріальних ресурсів спонукає до впровадження нової техніки й удосконалення технологічних процесів; в) економія в споживанні матеріальних ресурсів сприяє поліпшенню використання виробничих потужностей і підвищенню суспільної продуктивності праці; г) економія матеріальних ресурсів сприяє зниженню собівартості продукції та позитивно впливає на фінансовий стан підприємства.

Наголосимо, що на кожному підприємстві є резерви економії матеріальних ресурсів, під якими варто розуміти, що виникли або виникають, але ще не використані (повністю або частково) для поліпшення використання матеріальних ресурсів [5, с. 37]. Основні напрями реалізації резервів економії ресурсів у промисловості підрозділяються на виробничо-технічні й організаційно-економічні. Причому визначальними, на нашу думку, є виробничо-технічні напрями, до яких відносяться заходи, пов'язані з якісною підготовкою сировини до виробничого споживання, удосконаленням конструкції устаткування і виробів, застосуванням більш економічних видів сировини, палива, впровадженням нової техніки і прогресивних технологій, що забезпечують максимально можливе

зменшення технологічних відходів і втрат матеріальних ресурсів у процесі виробництва з максимально можливим використанням вторинних матеріальних ресурсів.

2. При побудові системи управління оборотними коштами важливо визначити найбільш ефективний метод оцінки грошових коштів і матеріально-виробничих запасів, що у підсумку впливатиме на розмір прибутку підприємства.

Так проведення оцінки, яку частку грошових коштів потрібно мати на розрахунковому рахунку, а яку у вигляді цінних паперів, які можна швидко реалізувати, дає можливість визначити величину грошових ресурсів, необхідних для забезпечення поточної діяльності і виконання поточних розрахунків, а також для підтримки необхідного рівня ліквідності. Тобто для управління грошовими ресурсами можуть використовуватися моделі, які розроблені у теорії управління виробничими запасами та дозволяють оптимізувати величину грошових коштів.

У теорії управління виробничими запасами розрахунок оптимального обсягу фінансових ресурсів, які вкладаються у виробничі запаси з метою мінімізації загальних витрат, тобто модель для визначення обсягу однієї партії замовлення є ідентичною моделі Бемоля, яка допомагає визначити оптимальну суму грошових коштів для підприємства [1, с. 57]. Суть цієї моделі полягає у мінімізації суми постійних витрат за угодами або можливих витратах на утримання залишків грошових коштів, які не приносять доходу, причому підприємство починає працювати, маючи максимальний і доцільний для нього рівень грошових коштів, а потім постійно витрачає їх протягом деякого періоду часу. До речі, модель Баумоля розглядає той ідеальний варіант, коли грошові витрати стабільні і прогнозовані. Але в дійсності таке буває нечасто: залишок грошових коштів на розрахунковому рахунку може змінюватися під впливом випадкових факторів. Тому у тих випадках, коли грошові виплати є нестабільними, для регулювання грошових операцій застосовують модель Міллера-Орра.

Модель Міллера-Орра спирається на невизначеність руху грошових коштів, тобто коли надходження і витрачання грошей від періоду є незалежними випадковими ситуаціями [1, с. 68]. Суть цієї моделі полягає у встановленні верхньої та нижньої межі для залишку грошових коштів, а також у розрахунку оптимальної величини грошових залишків. Залишок коштів на рахунку хаотично змінюється до тих пір, доки не досягне верхньої межі. Коли досягається верхня межа, підприємство повинно трансформувати грошові кошти у цінні папери з метою повернути запас грошових ресурсів до деякого встановленого шляхом розрахунку (формула 1) оптимального рівня. У випадку, коли запас грошових ресурсів досягає нижньої межі, підприємству необхідно продавати свої цінні папери і таким чином поповнювати запас грошових коштів до встановленого оптимального рівня. Різниця між верхньою та нижньою межею залежить від щоденного змінювання грошових потоків. Якщо змінюваність грошових потоків велика або постійні витрати, пов'язані з придбанням і продажем цінних паперів, високі, то підприємству належить збільшувати розмах варіації.

Оптимальні залишки грошових коштів (Z) розраховуються за формулою:

$$Z = 3 * \sqrt{\frac{3 * F * \delta}{4 * i}} \quad (1)$$

де F фіксовані витрати, які пов'язані з операціями по цінних паперах;

δ – варіація щоденного чистого руху ліквідності;

i – витрати по зберіганню коштів на розрахунковому рахунку (щоденна ставка доходу по ринкових цінних паперах).

Політику управління грошовими залишками на розрахунковому рахунку можна сформулювати таким чином: верхня межа у формулі Міллера-Орра є контрольною, і тому, коли залишок грошових коштів (Z) досягає верхнього рівня, підприємству потрібно починати придбавати цінні папери. При цьому оптимальне значення верхньої межі (D) визначається за формулою: $D = 3 \cdot Z$. Цінні папери купуються на суму, яка дорівнює $(D - Z)$, і новим грошовим залишком знову стає Z . Коли грошовий залишок починає дорівнювати нулю, на Z умовних одиниць цінні папери продаються, і тоді залишок грошових коштів знову досягає величини Z . Середній залишок грошових коштів приблизно розраховують як $(Z + D) / 3$.

Треба мати на увазі, що в сучасних умовах на українських підприємствах безпосереднє застосування моделей управління грошовими ресурсами ускладнене у зв'язку з інфляційними процесами, аномальними обліковими ставками, нерозвиненістю ринку цінних паперів, але цінність цих моделей очевидна і практичне їх впровадження – це недалеке майбутнє.

3. Прискорення оборотності оборотних коштів має велике значення для забезпечення стабільності фінансового стану підприємства, що пояснюється трьома основними причинами: а) від швидкості оборотності оборотних коштів залежить розмір річного обороту, адже підприємство, що має невеликий обсяг оборотних коштів, але ефективніше їх використовує, здатне робити такий самий оборот, як і підприємство з більшим обсягом коштів, але з меншою швидкістю оборотності; б) з оборотністю пов'язують відносну величину витрат, зменшення яких знижує собівартість одиниці продукції; в) прискорення обороту на тій чи

іншій стадії кругообігу коштів (наприклад, скорочення часу перебування матеріалів на складі) змушує прискорити оборот на інших стадіях [3, с. 76].

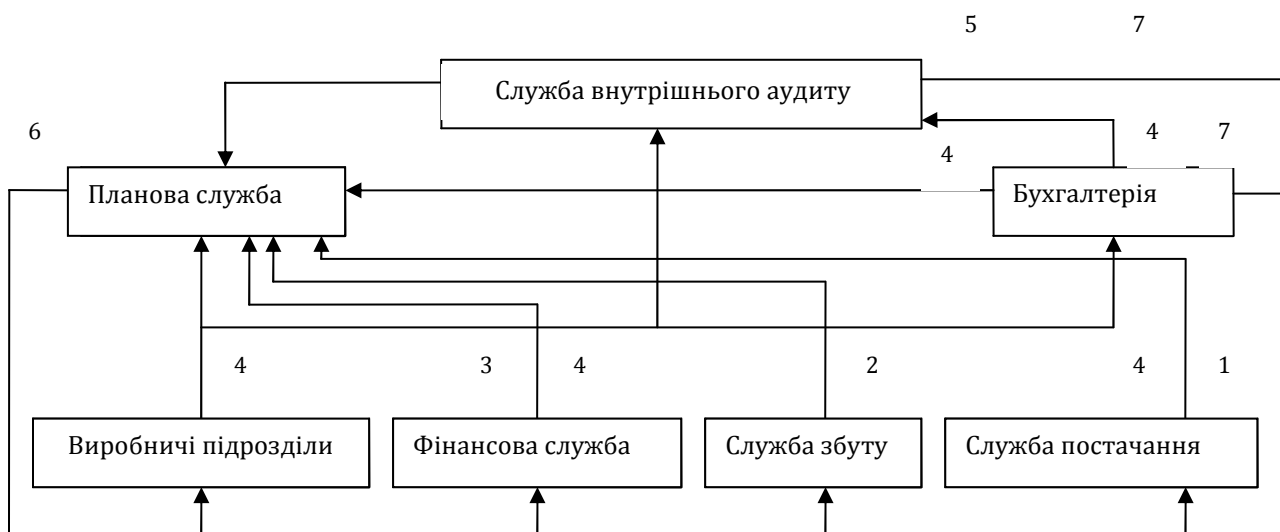
Зазначимо, що підприємства мають значні внутрішні резерви прискорення оборотності мобільних коштів, на які воно може суттєво вплинути, але на практиці майже не звертається до їх використання. При цьому, на різних стадіях руху оборотних коштів джерела зазначених резервів відрізняються.

На стадії створення виробничих запасів такими можуть бути: впровадження економічно обґрунтованих норм запасу; наближення постачальників сировини до споживачів, широке використання прямих тривалих зв'язків; розширення складської системи матеріально-технічного забезпечення, а також оптової торгівлі матеріалами й устаткуванням; комплексна механізація й автоматизація вантажно-розвантажувальних робіт на складах.

На стадії незавершеного виробництва: прискорення науково-технічного прогресу (впровадження прогресивної техніки і технологій, особливо безвідходних, роторних ліній, хімізація виробництва); розвиток стандартизації, уніфікації, типізації; удосконалення форм організації промислового виробництва, застосування більш дешевих конструктивних матеріалів; удосконалення системи економічного стимулювання ощадливого використання сировинних і паливно-енергетичних ресурсів; збільшення питомої ваги продукції, на яку є підвищений попит.

На стадії обігу: наближення споживачів продукції до її виробників; удосконалення системи розрахунків; збільшення обсягу реалізованої продукції внаслідок виконання замовлень за прямими зв'язками, дострокового випуску продукції, виготовлення продукції із зекономлених матеріалів; ретельна і своєчасна добірка продукції, що відвантажується, по партіях, асортименту, транзитній нормі, відвантаження в точній відповідності з укладеними договорами.

4. Важливим аспектом в управлінні оборотними коштами є упорядкування інформаційних потоків, зведення їх у систему, загальну схему якої подано на



1 - вартість вхідних факторів виробництва; 2 - ціни та місткість ринку в розрізі видів продукції; 3 - вартість фінансових ресурсів; 4 - фактичний рівень оборотних коштів; 5 - висновки і пропозиції щодо управління оборотними коштами; 6 - планові й нормативні показники управління оборотними коштами; 7 - стимули і санкції.

Рис. 1. Інформаційні потоки механізму управління оборотними коштами

рис. 1.

Інформаційна підтримка процесу управління підприємства набуває особливого значення в умовах жорстокої конкуренції, з одного боку, і глибокої системної кризи вітчизняної економіки - з іншого, для промислових підприємств, що долають зatoryжний період спаду виробництва й економічної невизначеності.

Необхідно додати, що до зовнішніх факторів, які впливають на перелічені внутрішні інформаційні потоки, належать особливості ринків постачання і збуту, тип конкурентного середовища й стратегії конкретного підприємства на ринку, а до внутрішньовиробничих, що традиційно враховуються при побудові облікової моделі підприємства за типом

виробничої технології та структурою асортименту продукції, - структура всіх основних і допоміжних внутрішньогосподарських процесів, рівень охоплення їх інформаційними технологіями тощо. Сьогодні у більшості галузей промисловості темпи конкурентних і технологічних змін такі стрімкі, що інформація про ринок стає недоступною або ж застарілою, а помилкове прийняття управлінських рішень веде до банкрутства підприємства [6, с. 22].

Для підвищення ймовірності прийняття правильних рішень доцільно чітко розмежувати етапи процесу управління оборотними коштами. Раціональну організацію процесу управління оборотними коштами треба будувати на розумінні логічної послідовності його

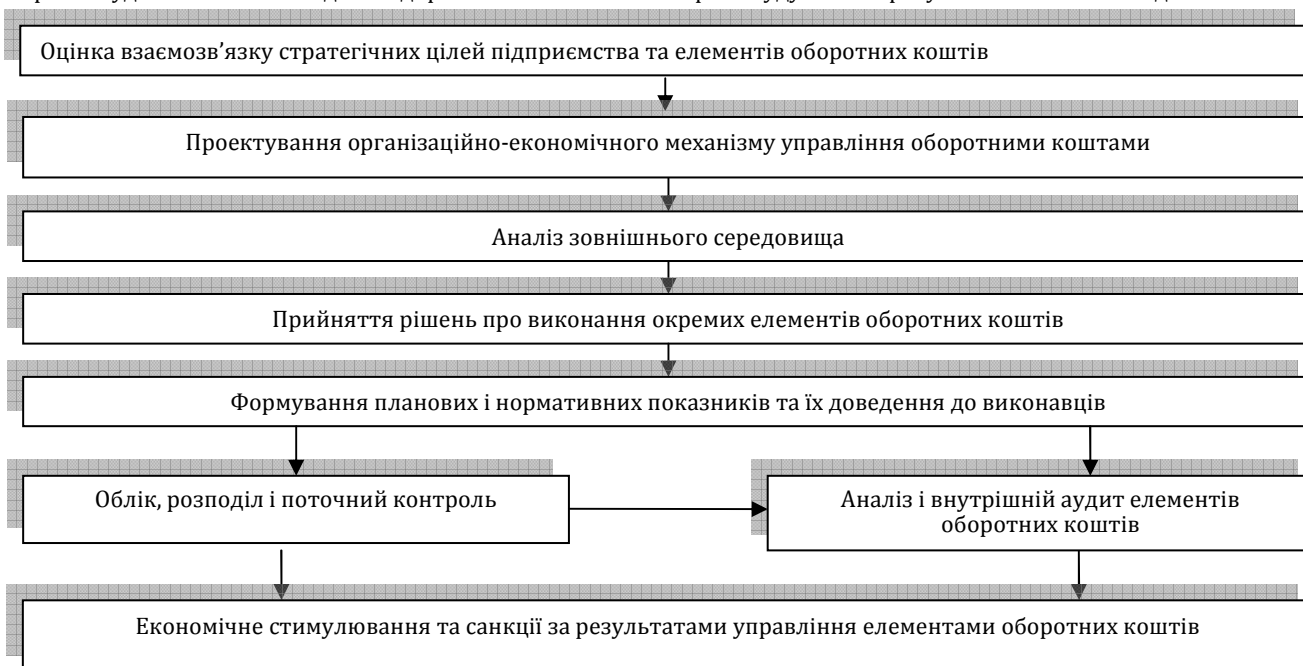


Рис. 2. Етапи процесу управління оборотними коштами

етапів (рис. 2).

Застосування такого підходу до управління оборотними коштами сприятиме підвищенню конкурентоспроможності продукції вітчизняних промислових підприємств, ефективності їх виробничо-господарської діяльності та забезпеченню фінансової стабільності, тощо.

Реалізації (досягненню) цих цілей буде сприяти й застосування на підприємстві моделі механізму управління оборотними коштами, запропонованої вітчизняними фахівцями (рис. 3).

Слід підкреслити, що в основу побудови цього механізму управління оборотними коштами підприємства покладено загальні принципи формування організаційно-управлінських структур. Що стосується його функцій (організація, нормування, планування і прогнозування, облік і розподіл, аналіз і поточний контроль, регулювання, мотивація), то вони реалізуються з урахуванням особливостей сфери економічної діяльності, кожного окремого підприємства та специфіки його стратегічного курсу.

У цілому, головними шляхами формування ефективної системи управління оборотними коштами можуть бути: спостереження і постійний контроль за фактичним рівнем оборотних коштів; діагностика відхилень елементів оборотних коштів від запланованого рівня як за місцями виникнення цих

відхилень, так і на підприємстві в цілому; виявлення внутрішньовиробничих і внутрішньогосподарських резервів підвищення ефективності використання оборотних коштів; забезпечення керівництва підприємства, підрозділів і функціональних служб достатньою інформацією для прийняття обґрунтованих управлінських рішень та оперативного регулювання процесу трансформації елементів оборотних коштів; розрахунок і врахування нормативів оборотних коштів (виробничих, збутових та грошових ресурсів).

Список літератури

1. Гулько, А. А. *Управление оборотными средствами кооперативных организаций на основе их обоснованного нормирования* / А. А. Гулько. - Белград, 2006. - 287с.
2. Долгоруков, Ю. А. *Управление эффективностью использования оборотных средств в промышленности* / Ю. А. Долгоруков, Н. І. Редана // *Фінанси України*. - 2005. - №5. - С.103-110.
3. Зельнікова, І. О. *Формування механізму ефективного керування оборотними коштами* / І. О. Зельнікова. - М., 2006. - 350 с.
4. Корбовник, А. М. *Деякі аспекти управління дебіторською заборгованістю та їх вплив на джерела формування оборотних активів* / А. М. Корбовник // *Фінанси України* - 2007 - № 9. - С.48-59.
5. Швець, І. Б. *Удосконалення методів обліку витрат на матеріальне забезпечення виробництва* / І. Б. Швець, І. О. Бондарева // *Фінанси України* — 2007. - № 8. - С. 36-41.



Рис. 3. Модель механізму управління оборотними коштами

6. Якубовський, М. Промислова політика: проблеми та перспективи модернізації / М. Якубовський // Економіка України. - 2010. - №8. - С. 21-29.

РЕЗЮМЕ

Золотарєва Ольга, Ефремова Ніна, Недашковская Карина

Направления построения эффективной системы управления оборотными средствами предприятия

В статье конкретизирована сущность и составляющие системы управления оборотными средствами промышленного предприятия, приведены предложения относительно повышения эффективности ее функционирования.

RESUME

Zolotaryova Olga, Yefremova Nina, Nedashkivs'ka Karina
Direction of building of the efficient system of management of company working capital

In article the essence and making control systems of circulating assets of the industrial enterprise is concretized. Offers concerning increase of efficiency of its functioning are represented.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЯК ДОМІНАНТА СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізовано роль та значення стратегічного аналізу формування та використання інтелектуального капіталу як підґрунтя стратегічного менеджменту підприємства в швидкозмінному хиткому ринковому середовищі. Надано характеристику основних проблем проведення стратегічного аналізу. Згенеровано концептуальний підхід до стратегічного аналізу інтелектуального капіталу підприємства з орієнтацією на конкурентостійкість суб'єкта підприємництва

Ключові слова: стратегічний аналіз, інтелектуальний капітал, компетентнісний капітал, структурний капітал, споживчий капітал, партнерський капітал, VRIO-аналіз.

Сучасний етап розвитку економіки характеризується нестійкістю та швидкою зміною ринкового середовища в умовах віртуалізації та глобалізації. Це актуалізує дослідження щодо методичних підходів та інструментарію стратегічного аналізу діяльності підприємства в нових умовах функціонування.

Формування методичного забезпечення стратегічного аналізу є актуальною проблемою сьогодення в Україні також і внаслідок того, що в нашій країні спостерігається відставання в усвідомленні та засвоєнні концептуальних положень стратегічного менеджменту, що розвивається переважно провідними західними економічними школами. Специфікою вітчизняної теорії і практики стратегічного аналізу є акцент на проведенні аналізу внутрішнього середовища – оцінці економічного потенціалу та фінансового стану, а не глибинних джерел конкурентних переваг.

Дослідженню проблеми стратегії управління підприємством присвячені роботи І. Ансоффа, Дж. Барні, В. Герасимчука, Р. Гранта, К. Ендрюса, М. Портера, В. Пономаренка, К. Прахалада, Д. Тиса, Г. Хамела, Д. Шендела, З. Шершньово, та ін.

Крім того, практика свідчить, що в структурі капіталу найбільш конкурентоспроможних підприємств починає домінувати інтелектуальний капітал. За оцінками вчених, останній зараз є стратегічним активом і вплив цього чинника постійно зростає [1, 2, 3]. К. Прахалад і Г. Хамел [4] наголошують на перевагах від самої можливості залучення стратегічних активів в максимально широкому спектрі продуктів, послуг і видів діяльності. Залежно від частки інтелектуального капіталу в структурі загального та рівня його сформованості й ефективності слід розробляти різний пакет стратегій розвитку підприємства. Проте малодослідженими є питання формування стратегії розвитку підприємства на підґрунті такої складової як інтелектуальний капітал. Залишається невирішеною проблема адекватної сучасному стану розвитку постіндустріального суспільства оцінки інтелектуального капіталу як джерела конкурентної переваги, яка пов'язана з неоднозначністю у підходах щодо її визначення та використання в стратегічному аналізі. На це впливає недостатня теоретична

опрацьованість управління такого різноманітного капіталу, як інтелектуального, та відсутність досвіду застосування аналітичних процедур у стратегічному менеджменті інтелектуального капіталу в практиці вітчизняного господарювання. Звідси особливе значення, якого набувають розвиток теоретико-методологічного і практичного забезпечення стратегічного аналізу інтелектуального капіталу підприємств.

Розгляду цих питань і присвячено дану статтю, метою якої є відображення теоретико-прикладного дослідження стратегічного аналізу на підґрунті знаннєвого підходу та генерація його динамічної моделі, що дозволить переорієнтувати стратегічний аналіз на швидкозмінне майбутнє, виокремити складові інтелектуального капіталу, які будуть мати найбільше значення на майбутніх ринках та стануть стійкими конкурентними перевагами, визначити асиметрію структури інтелектуального капіталу стосовно потреб конкурентостійкості підприємства.

Враховуючи домінантне значення інтелектуального капіталу для розвитку підприємства та стратегічного аналізу для ефективності стратегічних рішень, слід зазначити наступне. За сутністю стратегічний аналіз – це методологічний інструмент, який забезпечує отримання об'єктивної інформації щодо очікуваного стану сформованості та використання інтелектуального капіталу як глибинного джерела конкурентної переваги підприємства. При цьому інтелектуальний капітал розглядається як система компетентнісного, споживчого, структурного та партнерського капіталів [5].

Різноманіття існуючих методів теоретично дозволяє реалізувати стратегічний аналіз формування та розвитку інтелектуального капіталу. Але використання цих методів здійснюється в більшості випадків інтуїтивно і далеко не завжди пов'язується з цілями та завданнями довгострокового розвитку суб'єкта господарювання. Крім того, при використанні методів стратегічного аналізу не враховується динамізм та нестійкість сучасних ринкових умов: ресурси підприємства в моделі внутрішнього аналізу розглядаються в статичній як рівноправні [6] та

ізолювано від факторів зовнішнього середовища. В умовах економіки знань межі підприємства як відкритої системи стають все більш розмиті, адже зростає роль і значення споживчого, партнерського капіталів як складових інтелектуального. Ресурси і здатності підприємства слід розглядати у відношенні до майбутніх, а не теперішніх ринків. Підхід з точки зору інтелектуального капіталу дає новий, більш цілісний погляд на компанію та її ресурси [3]. Для створення цінності недостатньо просто мати ресурс в своєму розпорядженні – необхідно задіяти його результативно і ефективно. Звідси - актуальність завдання стратегічного аналізу щодо вияву та виміру асиметрії процесів формування та використання інтелектуального капіталу для досягнення конкурентної стійкості.

На підґрунті аналізу наукових джерел [7, 8, 9, 10, 11] вважається доцільним методологію стратегічного аналізу формування та використання інтелектуального капіталу ґрунтувати на інтеграції знаннєвого підходу, ринкового підходу, еволюційного підходу та динамічного нелінійного розвитку на принципах: цілісності, системності, комплексності, гетерархічності, ефективності, біфуркаційності, зіставності, забезпечення багатоваріантності рішень, проактивності.

Слід зауважити, що стрижневий у стратегічному аналізі знаннєвий підхід ґрунтується на ресурсному підході, запозичивши з нього розуміння природи компетенцій і ресурсів як стійкої конкурентної переваги, поведінкової теорії. Але на відміну від цих теорій знаннєвий підхід розглядає знання не як рівноправний ресурс по відношенню до інших, а визначальний для забезпечення наявності і можливості використання (зміни) всіх ресурсів, наголошує на існуванні фірм завдяки перевазі над ринком в здатності організувати комбінації знань. Чим рідкіснішим він буде, тим більшу ренту він буде створювати [3, 7]. Але в перебігу стратегічного аналізу слід пам'ятати, що в ланцюгу створення цінності бере участь і майновий (речовий та фінансовий) капітали. Інтелектуальний та майновий капітали втілюються в кінцеві продукти та послуги, що створюють споживчу цінність при

домінантній ролі інтелектуального капіталу.

Згенерований концептуальний підхід до стратегічного аналізу формування і використання інтелектуального капіталу підприємства з орієнтацією на конкурентостійкість суб'єкта підприємництва містить 6 модулів. Перший модуль визначає об'єкт, суб'єкт і завдання стратегічного аналізу, розробку індикаторів та показників. Другий модуль охоплює планування стратегічного аналізу, окреслення джерел інформації та безпосередньо створення інформаційної бази. Третій модуль є інтегрованим з зовнішнім стратегічним аналізом щодо перспектив розвитку галузі (основні фактори конкуренції майбутніх ринків, стратегічні галузеві складові інтелектуального капіталу, що визначатимуть отримання ренти на майбутньому ринку, необхідні складові інтелектуального капіталу та їх параметри для роботи на майбутніх ринках, можливі зміни характеристик конкурентів, можливі кризові зміни, складові інтелектуального капіталу для подолання кризових явищ) на підґрунті PEST-, сценарного, конкурентного аналізів та нейромережевого прогнозування. Четвертий модуль реалізує безпосередньо стратегічний аналіз складових інтелектуального капіталу підприємства щодо стратегічних факторів майбутніх ринків засобами модифікованого VRIO-аналізу. VRIO-аналіз є аналітичним інструментом стратегічного аналізу, що допомагає класифікувати ресурси за наступними критеріями: цінність (Valuable) (чи дає цей ресурс конкурентну перевагу); рідкість (Rareness) (чи володіють ним конкуренти); складність для імітації (Imitability) (чи дорого іншим повторити / скопіювати); відповідність організації (Organizationally aligned) (чи здатна організація ефективно використовувати ресурс). У результаті необхідно отримати кластеризацію складових інтелектуального капіталу за відповідністю VRIO-критерію.

Застосування теорії нечітких множин до задач управління інтелектуальним капіталом докладно наведено в роботі [12]. Модель сили конкурентної переваги інтелектуального капіталу підприємства в середовищі нечітких множин побудована на базі компонента Fuzzy Logic Toolbox програмного продукту

Таблиця 1. Фрагмент оцінки інтелектуального капіталу модифікованим методом VRIO-аналізу

Складова Інтелектуального капіталу	Характеристики складової інтелектуального капіталу						
	Критерії				Результати оцінки		
	Цінність	Рідкісність	Складність для імітації	Наявність передумов використання	Конкурент не становище	Сила конкурентної переваги	Оцінка сили
Патенти	Так	Ні	-	Так	Конкурентний паритет	Паритет	Вище середньо-галузевих
...							
Постійна клієнтура	Так	Так	Так	Так	Стійка конкурентна перевага	Явна сила	Вище середньо-галузевих
...							

Matlab 6.1. Приклад моделі, а також функції приналежності стратегічної стійкості ВАТ «Турбоатом», зображені на рис. 1, де ДН – «дуже низький рівень», Н – «низький», С- «середній», В- «високий», ДВ – «дуже високий».

П'ятий модуль реалізує аналіз стратегії управління підприємства взагалі і інтелектуального капіталу зокрема щодо майбутніх ринків засобами модифікованого VRIO-аналізу та динамічного SWOT-аналізу, що дозволить оцінити стратегічний відгук

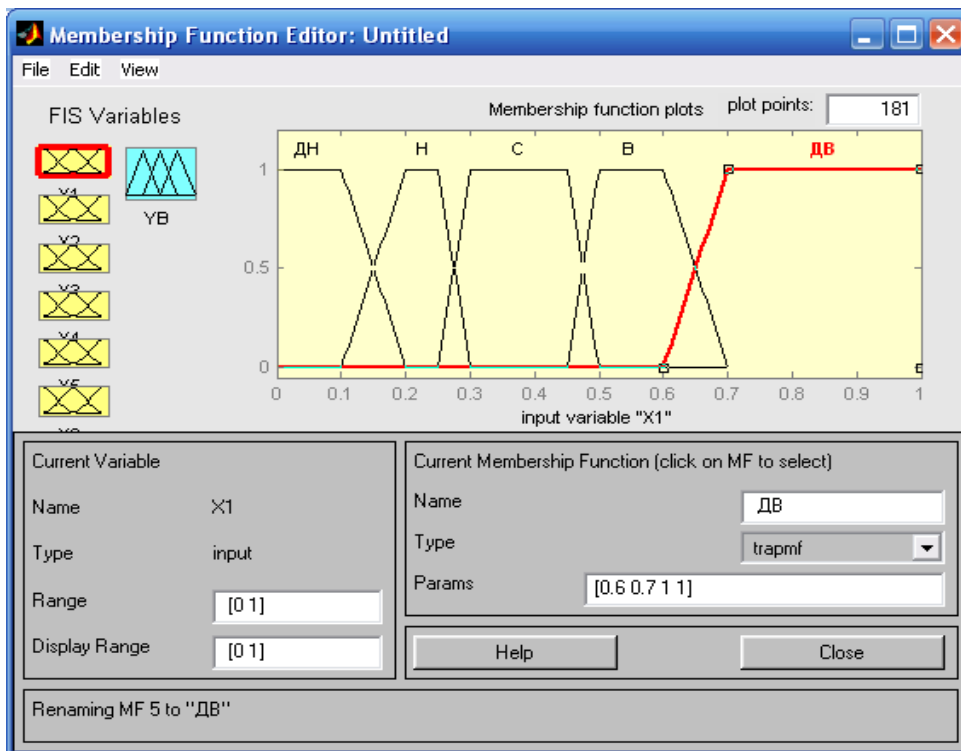


Рис. 1. Модель визначення сили конкурентної переваги інтелектуального капіталу ВАТ «Турбоатом», а також функція приналежності стратегічної стійкості (X₁).

підприємства на майбутні зміни на ринку, складові інтелектуального капіталу, заплановані до розвитку та інвестування щодо конкурентостійкості на майбутніх ринках. Шостий модуль виявляє асиметрію, з одного боку, між рівнем сформованості інтелектуального капіталу та ефективністю його використання на майбутніх ринках, а з другого боку, між наявним і потрібним інтелектуальним капіталом на майбутніх ринках з використанням GAP-аналізу.

Таким чином, у ході проведеного дослідження було уточнено зміст стратегічного аналізу інтелектуального капіталу як стратегічного активу підприємства. Вперше запропоновано методичний підхід технології стратегічного аналізу формування та використання інтелектуального капіталу на підґрунті посилення динамічної складової аналізу, забезпечення урахування: взаємозв'язку факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, існуючих та ринків, що зароджуються, знаннєвої моделі підприємства, тих складових інтелектуального капіталу, що необхідні для досягнення конкурентостійкості, асиметрії рівня формування та використання інтелектуального капіталу. Тому подальша розвідка полягає в обґрунтуванні та пропозиції моделі сценаріїв змін стратегії підприємства в напрямку видалення розривів між існуючим рівнем сформованості і рівнем, необхідним для отримання стійкої конкурентної переваги на майбутньому ринку та подолання кризових явищ на ньому.

Список літератури

1. *Intellectual Capital Statement / The collective research project "Intellectual Capital Statement - Made in Europe" (InCaS) is funded by the European Commission, DG Research under the EU 6th Framework Programme.*[Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.incas-europe.org/European%20ICS%20Guideline.pdf>
2. Стюарт, Т. *Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций* / Т. Стюарт ; Пер. с англ. В. Ноздриной. - М.: Поколение, 2007. - 368 с.
3. Руус, Й. *Интеллектуальный капитал: практика управления* / Й. Руус. - СПб.: Высшая школа менеджмента, 2008. - 436 с.
4. Hamel, G. *The core competence of the corporation* / G. Hamel, C. K. Prahalad // *The Harvard Business Review*. - 1990 May-Jun. pp. 79-91.
5. *Теоретико-методичне забезпечення управління фінансовою діяльністю підприємств* / Л. С. Мартюшева, М. М. Берест, І. В. Журавльова. - Х.: АдвА, 2009. - 272 с.
6. Barney J. *How a Firm's Capabilities Affect Boundary Decisions* / J. Barney // *Sloan Management Review*. 1999. - Spring pp. 137-145.
7. Мильнер, Б. З. *Управление знаниями [Текст] : эволюция и революция в организации* / Б. З. Мильнер. - М. : ИНФРА-М, 2003. - 177 с. - http://library.gpntb.ru/cgi/irbis64r_simple/site/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=IBIS&P21DBN=IBIS&S21STN=1&S21REF=1&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=M=&S21STR=
8. Пономарко, В. С. *Стратегічне управління підприємством* / В. С. Пономарко. - Х.: Основа, 1999. - 619 с.
9. Портер, М. *Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов* / М. Портер. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 464с.
10. Grant, M. F. *The Resource-based Theory of Competitive*

-
- Advantage: Implications for Strategy formulation / M. F. Grant // California Management Review - 1991. - No. 33. - pp. 114-135.*
11. Teece, D. J. *Dynamic Capabilities and Strategic Management / D. J. Teece, G. Pisano, A. Shuen // Strategic Management Journal. - 1997. - №8 (7). - pp. 509-533.*
12. Журавльова І. В. Використання теорії нечітких множин до задач управління інтелектуальним структурним капіталом / І. В. Журавльова // *Моделювання та інформаційні системи в економіці. Зб. наук. праць КНЕУ. - 2007. - вип. 75. - С. 212-223.*

РЕЗЮМЕ

Журавлева Ирина

Стратегический анализ формирования и использования интеллектуального капитала как доминанта стратегического менеджмента предприятия

Проанализирована роль и значение стратегического анализа формирования и использования интеллектуального капитала как основу стратегического менеджмента предприятия в быстроизменяющейся рыночной среде. Охарактеризованы основные проблемы проведения стратегического анализа. Сгенерирован концептуальный подход к проведению стратегического анализа интеллектуального капитала предприятия с ориентацией на конкурентоустойчивость субъекта предпринимательства.

RESUME

Zhuravlyova Iryna

Strategic analysis of the formation and use of intellectual capital as the dominant of strategic enterprise management

The role and importance of strategic analysis of the formation and use of intellectual capital as a basis for enterprises strategic management in a rapidly evolving market environment is determined. The main challenges for policy strategic analysis are outlined. A conceptual approach to strategic analysis of intellectual capital of the company with a focus on competitive resistance of a business entity is generated.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2011 р.

Мар'яна ЗАМРОЗ

аспірант кафедри менеджменту,
Львівський національний університет імені Івана Франка

Володимир ЯЦУРА

кандидат економічних наук,
професор кафедри менеджменту,
Львівський національний університет імені Івана Франка

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ І ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Розглянуто та проаналізовано теоретичні наукові підходи до визначення змісту економічного поняття „конкурентоспроможність”. Здійснено системне його вивчення через побудову ієрархічної структури, що послідовно включає оцінку товару, підприємства, галузі, економіки з точки зору їх переваги над аналогічними конкуруючими об'єктами. Надано авторське трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. Виділено головні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, галузь, підприємство.

На сучасному етапі економічного розвитку України проблема підвищення конкурентоспроможності підприємств набуває все більшої актуальності. Адже за умов розвитку зовнішньої торгівлі, підсилення процесів інтеграції країни в міжнародні організації загострюється конкурентна боротьба як на внутрішньому, так і на світовому ринку. Для виживання та досягнення домінуючих позицій лідера в галузі необхідно вдосконалити процес управління конкурентоспроможністю підприємства, активно нарощувати конкурентні переваги, постійно досліджувати і аналізувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище підприємства, а отже бути гнучким і швидко реагувати на всі зміни.

У сучасній світовій літературі теоретичні проблеми конкуренції і конкурентоспроможності досліджуються досить широко, проте автори ще не прийшли до єдиної думки щодо визначення конкурентоспроможності. Поняття аналізується в працях таких зарубіжних дослідників: М. Портера, Ф. Котлера, Р. Фатхтудінова та інших. Проблеми оцінки, аналізу і підвищення конкурентоспроможності підприємств є предметом наукового зацікавлення й вітчизняних авторів, серед яких Г. Азоев, О. Гудзинський, Ю. Іванов, А. Юданов, Н. Язвінська та інші. У своїх працях вони також

вивчають питання діяльності підприємства в умовах конкуренції, наводять основні чинники конкурентоспроможності національної економіки, підприємств і продукції.

Метою статі є комплексне дослідження та удосконалення сутності поняття „конкурентоспроможність” як інтегрованої економічної категорії та аналіз головних аспектів забезпечення конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі.

Дослідження конкурентоспроможності як економічної категорії має свій початок у останніх десятиріччях ХХ століття у зв'язку з прискоренням глобалізації, а тому - загостренням конкуренції за ресурси, ринки збуту, споживачів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Поняття „конкурентоспроможність” має різні інтерпретації в залежності від об'єкта, до якого воно застосовується. При системному його вивченні можна виділити ієрархічну структуру, що послідовно включає оцінку товару, підприємства, галузі, економіки з точки зору їх переваги над аналогічними конкуруючими об'єктами. Ця ієрархія конкурентоспроможності зображена на рисунку 1.

Конкурентоспроможність країни залежить від

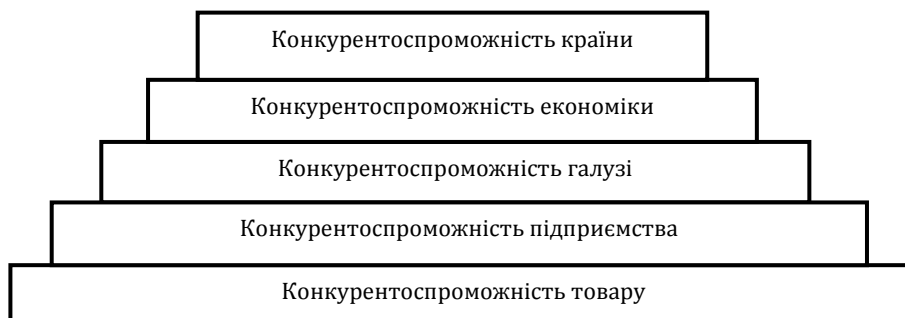


Рис. 1. Піраміда конкурентоспроможності [5, с. 552]

здатності створити ефективну, здатну до інновацій систему виробництва товарів та послуг, і тим самим забезпечувати високі стандарти життя населення. Найвпливовішими дослідженнями конкурентоспроможності країн є доповіді Всесвітнього економічного форуму та Міжнародного інституту менеджменту та розвитку. Щорічно з 1971 року складаються рейтинги конкурентоспроможності країн, які оприлюднюються у „Світовій доповіді про конкурентоспроможність” на Всесвітньому економічному форумі (World Economic Forum, WEF) у швейцарському місті Давосі. Конкурентоспроможність за версією WEF визначається за двома індексами: Індексом глобальної конкурентоспроможності (ІГК) та Індексом конкурентоспроможності бізнесу (ІКБ) [6, с. 45].

Відповідно до методики WEF, країна отримує оцінку,

Таблиця 1. Динаміка конкурентоспроможності України з 2001 р.

Рік	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ІГК	57	69	74	84	86	84	69	73	72	82

У рейтингу за 2009-2010 рр. Україна знаходиться у групі латиноамериканських та африканських країн, що розвиваються. Нашими безпосередніми сусідами за рейтингом конкурентоспроможності є Гамбія та Алжир. Найгірші результати Україна в ІГК отримала за такими складовими: державні та приватні інституції – 120 місце з 133 країн світу, ефективність ринку товарів – 109, макроекономічна стабільність – 106 місце. Щодо складової „державні та приватні інституції”, то такі результати є наслідком проблем щодо захисту прав власності. Погіршення гарантій з прав власності має під собою різні підстави: це корупція в державних органах влади, широкі можливості для неформального впливу на судову владу, недосконале законодавство, недостатньо надійна робота міліції. Слабка ефективність ринку товарів пов’язана з витратами, які змушений нести бізнес у зв’язку з неефективною державною аграрною політикою та високим рівнем фіскального тиску. Залишаються значні регулятивні бар’єри для входу на ринок нових компаній. Крім того, зберігаються бар’єри для виходу з ринку неефективних компаній, що пов’язано як з високими витратами часу на закриття бізнесу, так і з труднощами у застосуванні процедури банкрутства. Зберігається високий рівень оподаткування бізнесу. Основним фактором погіршення макроекономічної ситуації в Україні стала інфляція. Іншим фактором, що збільшує макроекономічні ризики, стало зниження показника національних заощаджень, що стало наслідком зростаючого споживання домогосподарств і погіршення торговельного балансу [1, с. 35].

Під конкурентоспроможністю економіки розуміють складне, багатоаспектне поняття, що не має загально визнаного універсального визначення і розглядається як концентроване вираження економічних, науково-технічних, виробничих, управлінських, маркетингових та інших можливостей, реалізованих у товарах і послугах, що успішно протистоять конкуруючим з ними закордонним товарам і послугам на внутрішньому і на зовнішніх ринках. А з другого боку – це переваги системи державного і суспільного устрою країни, політико-правової організації, регулювання всіх сторін громадського життя суспільства, здатність держави забезпечити стійкий, динамічний розвиток

яка розраховується за 12 основними критеріями, а саме: державні та приватні інституції, інфраструктура, макроекономічна стабільність, охорона здоров’я та початкова освіта, вища освіта й професійна підготовка, ефективність ринку товарів, ефективність ринку праці, рівень розвитку фінансового ринку, оснащення новітніми технологіями, розмір ринку, рівень розвитку бізнесу, інновації [1, с. 16].

Найбільш конкурентоспроможною, за версією WEF, у 2010 році була визнана Швейцарія, що потіснила на друге місце США. До ТОП-5 увійшли Сінгапур, Швеція, Данія (3, 4, 5 місця відповідно).

Конкурентоспроможність України Всесвітній економічний форум оцінює з 1997 року. Так, за останні 10 років Україна знизилася свої позиції у цьому рейтингу (таблиця 1).

національної економіки і пов’язаний з цим матеріальний добробут членів суспільства, який не поступається світовим стандартам. Іншими словами, щоб мати конкурентоспроможну економіку, необхідно створити конкурентоспроможне суспільство, що має незаперечні переваги в різних сферах людської діяльності [4, с. 35].

Конкурентоспроможність галузі визначається наявністю у неї технічних, економічних і організаційних умов для створення, виробництва і збуту (з витратами не вище за інтернаціональні) продукції високої якості, що задовольняє вимоги конкретних груп споживачів [5, с. 553]. Конкурентоспроможність галузі передбачає наявність конкурентних переваг перед аналогічними галузями за кордоном, які можуть втілюватися у раціональній галузевій структурі; групи висококонкурентних фірм-лідерів, що підтягують інші підприємства галузі до свого рівня; налагодженої дослідно-конструкторської і прогресивної виробничо-технологічної бази, розвиненої галузевої інфраструктури, гнучкої системи науково-технічної, виробничої, матеріально-технічної і комерційної співпраці як усередині галузі, так і з іншими галузями в країні і за її межами, ефективної системи розподілу продукції. Конкурентоспроможність галузі досягається як за рахунок конкурентних переваг її компаній, так і системи їх взаємодії. Конкурентні переваги (ключові фактори успіху) — це характерний для певної галузі перелік чинників, що приносять їй переваги перед іншими галузями (наприклад, у боротьбі за інвестиції за рахунок більшої прибутковості або швидкості обороту капіталу), а також одним підприємствам галузі над іншими [9, с. 114].

Конкурентні переваги мають більш-менш стабільні класифікаційні ознаки і базуються на належному науково-технічному рівні виробництва та продукту; високорозвиненому маркетингу та менеджменті; високому організаційно-технічному рівні виробничих процесів; належному фінансово-економічному забезпеченні діяльності підприємства; високому рівні кваліфікації персоналу тощо.

Для кожної галузі є свої специфічні вимоги до комбінації наведених ключових факторів успіху, але для процвітаючого підприємства будь-якої галузі кожний із них може стати інструментом перемоги в конкурентній

боротьбі. Однак відомо, що конкурентоспроможність, базована на одному ключовому факторі успіху, ненадійна.

М. Портер велику увагу звертає на вплив „детермінант національного ромба” на формування

конкурентоспроможності галузі. Він сформулював перелік запитань, відповіді на які дозволяють визначити рівень конкурентоспроможності галузі. Детермінанти „національного ромба” зображені на рисунку 2.

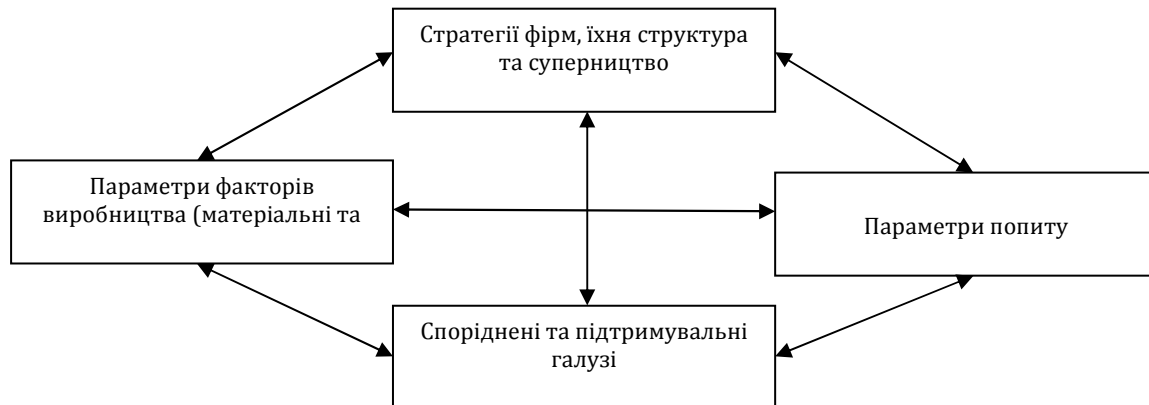


Рис. 2. Детермінанти „національного ромба” [9, с. 115]

Детермінанти „національного ромба” характеризують фактори, що формують конкурентне середовище, де діють всі організації країни — об’єкта аналізу. Усі складові перебувають у взаємодії і посилюють або послаблюють конкурентні переваги фірм, які працюють в межах певної економіки. Можна відстежити і зворотній зв’язок: підвищення КФУ і випуск конкурентоспроможної продукції, вибір конкурентних стратегій, розвиток як окремих підприємств, так і окремих галузей, створюють умови для зростання конкурентоспроможності держави [9, с. 116].

Як засвідчує міжнародний досвід, підприємництво є важливою складовою зміцнення конкурентоспроможності національної економіки. І тому доцільно розглянути та проаналізувати усі підходи до визначення суті та особливостей конкурентоспроможності підприємства.

На сьогоднішній час немає загальноприйнятого єдиного поняття конкурентоспроможності підприємства. У фаховій науковій літературі, як показав проведений аналіз, існує три основні підходи до визначення його змісту: компаративний, ресурсний та системний [8, с. 189]. Основою компаративного підходу є теорія конкурентної переваги, розроблена М. Портером. Відповідно до цього конкурентоспроможність підприємства може бути виявлена лише у рамках групи підприємств однієї галузі або фірм, що випускають товари-субститути. Основною властивістю конкурентоспроможності з цієї позиції є її відносність, тобто виявляється вона лише у порівнянні підприємств у певних межах галузевого, світового ринку або ринку окремої країни. На даному підході базуються дослідження Р. Фатхутдінова, А. Градова та інших.

Р. Фатхутдінов під конкурентоспроможністю розуміє властивість об’єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об’єктами, наявними на певному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об’єктами на даному ринку [4, с. 29].

Конкурентоспроможність підприємства, згідно з

поглядами А. Градова, може бути визначена як її порівняльна перевага відносно до інших фірм певної галузі всередині країни та за її межами [4, с. 32].

Ресурсний підхід базується на розгляді саме ресурсів підприємства як основа, що забезпечує певний рівень його конкурентоспроможності. До представників цього підходу належать Г. Азоев, А. Юданов, Н. Язвінська та інші. А. Юданов трактує конкурентоспроможність як „здатність підприємства виробляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію; конкурентоспроможність залежить від загальної ефективності його діяльності та визначається досконалістю використання ресурсів підприємства” [8, с. 189].

Н. Язвінська, відстоюючи зв’язок конкурентоспроможності з ефективністю, вказує, що „рівень конкурентоспроможності підприємства визначає ефективність його ринкової діяльності, тобто співвідношення сумарного прибутку отриманого від ринкової діяльності до сумарних витрат” [3, с. 157].

Г. Азоев під конкурентоспроможністю фірми розуміє можливість ефективно розпоряджатись власними й залученими ресурсами в умовах конкурентного ринку [4, с. 32].

Найбільш досконалим, на думку автора цього дослідження, є системний підхід, який передбачає детальне вивчення та аналіз внутрішнього середовища підприємства як відкритої економічної системи та процесів, що відбуваються в ньому, та дозволяє визначити його взаємовідносини із зовнішнім середовищем, у тому числі з позиції можливостей адаптації до змін протягом тривалого часу. Цей підхід у своїх працях використовують відомі сучасні фахівці, такі як О. Гудзинський, Ю. Іванов, О. Тищенко та інші.

Ю. Іванов пропонує розглядати конкурентоспроможність підприємства як системну категорію. Він визначає її як систему, що містить безперервно взаємодіючі фактори і характеризує ступінь реалізації потенційних можливостей підприємства набувати і утримувати протягом досить тривалого періоду конкурентні переваги [3, с. 157].

На думку О. Гудзинського та А. Шепіцина, конкурентоспроможність підприємства характеризується можливістю забезпечувати випуск і

реалізацію продукції, яка за своїми ціновими та неціновими факторами більш приваблива, ніж продукція підприємств – конкурентів, використовуючи конкурентні переваги і потенційні можливості для забезпечення конкурентоспроможності продукції в майбутньому при зміні ринкової ситуації та попиту споживачів.

Проаналізувавши усі вище наведені визначення, автор пропонує розглядати конкурентоспроможність підприємства як здатність конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручних умов для покупців, споживачів, з урахуванням ефективності фінансово – господарської діяльності та пристосування підприємства до змінних умов зовнішнього середовища.

Найнижчий рівень піраміди конкурентоспроможності становить конкурентоспроможність товару, що відображає його здатність більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку [5, с. 552]. Вона визначається конкурентними перевагами: якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, цінами, встановлюваними продавцями товарів; перевагами в гарантійному і післягарантійному сервісі, рекламі, іміджі виробника, а також ситуацією на ринку, коливанням попиту. Високий рівень конкурентоспроможності товару свідчить про доцільність його виробництва і можливості вигідного продажу.

Для досягнення довготривалого успіху робота по забезпеченню конкурентоспроможності підприємства має здійснюватися в усіх сферах та за всіма аспектами його діяльності. Звідси випливає, що ключовими аспектами забезпечення конкурентоспроможності підприємства є: виробничий, маркетинговий, фінансовий, інноваційний, кадровий та організаційно-культурний, управлінський [4, с. 338]. Проаналізуємо їх детальніше.

До виробничого аспекту забезпечення конкурентоспроможності підприємства належать номенклатура й асортимент товарів, якість продукції, характер технології, масштаби виробництва, забезпеченість основними видами ресурсів, якість ресурсів, гнучкість виробництва.

До маркетингового аспекту входять дослідження ринку, система просування та збуту товару, ціноутворення, рекламна діяльність, обслуговування споживача.

При фінансовому аспекті забезпечення конкурентоспроможності підприємства важливе значення мають ступінь ліквідності, активність, доходність, платоспроможність підприємства, залучення зовнішніх фінансових ресурсів, інвестування наявних коштів, загальний фінансовий стан підприємства.

Інноваційний аспект передбачає здійснення науково-дослідних та досвідно-конструкторських робіт (НДДКР) власними силами, використання запозичених результатів НДДКР, ступінь оновлюваності продукції, технології, ступінь використання інформаційних технологій.

Кадровий та організаційно-культурний аспекти уміщують кількісний та якісний склад персоналу, тип лідера, характер організаційних цінностей, комунікації та процедури.

До управлінського аспекту належать тип

організаційної структури управління (ОСУ), гнучкість та раціональність ОСУ, стиль та методи управління, адаптаційні можливості, гнучкість та гомеостатичність підприємства.

У сучасній світовій літературі теоретичні проблеми конкурентоспроможності досліджуються досить широко, проте автори ще не прийшли до єдиної думки щодо визначення конкурентоспроможності. І тому, дане поняття необхідно вивчати системно, побудувавши ієрархічну структуру, що послідовно включає оцінку конкурентоспроможності товару, підприємства, галузі, економіки та країни. У статті розглянуто і проаналізовано три основні підходи до визначення сутності даного поняття: компаративний, ресурсний та системний. На думку автора, найбільш досконалим підходом до визначення поняття „конкурентоспроможність” є системний підхід. А також були проаналізовані ключові аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Список літератури

1. *Звіт про Конкурентоспроможність України 2010* опубліковано фондом „Ефективне Управління” у співробітництві з Всесвітнім Економічним Форумом [Електронний ресурс] / Фонд „Ефективне Управління”. – Режим доступу: <http://www.feg.org.ua>
2. Ігнат'єва, І. А. Стратегічний менеджмент: Підручник [Текст] / І. А. Ігнат'єва. – К.: Каравела, 2008. – 480 с.
3. Калініченко, Л. Л. Розробка концепції конкурентоспроможності підприємств [Текст] / Л. Л. Калініченко // Вісн. екон. тран. і пром.: Екон. підпр. – 2009. - №28. – С. 156-160.
4. *Управління конкурентоспроможністю підприємства* [Текст]: навчальний посібник / С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко, А. В. Вакулєнко. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
5. *Осовська, Г. В. Менеджмент організації: Підручник* [Текст] / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К.: Кондор, 2009. – 680 с.
6. *Ряба, О. І. Конкурентоспроможність України та напрями її підвищення* [Текст] / О. І. Ряба, Н. М. Шумило // Вісн. Хмельн. Нац. Ун-ту. – 2010. - №2. – С. 44-47.
7. *Фатхутдінов, Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент* [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Маркетинг, 2002. – 886 с.
8. *Чорна, М. В. Взаємозв'язок основних понять теорії конкурентоспроможності* [Текст] / М. В. Чорна // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – 2009. - №2. – С.186-191.
9. *Шершньова, З. Є. Стратегічне управління* [Текст]: підручник / З. Є. Шершньова. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.
10. *Язвінська, Н. В. Конкурентоспроможність підприємства як комплексний показник ефективності виробничо-ринкової діяльності підприємства* [Текст] / Н. В. Язвінська // Екон. вісн. Нац. гірн. ун-ту. – 2004. - №2. – С. 57-64.

РЕЗЮМЕ

Замроз Мар'яна, Яцура Владимир

Экономическая сущность конкурентоспособности и главные аспекты её обеспечения

Рассмотрено та проанализировано теоретические научные подходы относительно определения сущности экономической категории „конкурентоспособность”. Осуществлено системное изучение этого понятия чрез строительство иерархической структуры, что последовательно включает оценку товара, предприятия, отрасли, экономики с точки зрения их преимуществ над аналогическими конкурирующими объектами. Дана авторская трактовка понятия конкурентоспособность предприятия. Выделены главные аспекты обеспечения конкурентоспособности

предприятия.

RESUME

Zamroz Maryana, Yatsura Volodymyr

The essence of economic competitiveness and the main aspects of its provision

Theoretical scientific approach concerning learning of the essence of economic category „competitiveness” is examined. Systematic learning of this conception is accomplished through construction of hierarchical structure, which includes the valuation of goods, enterprise, branch, economy from this point of view the preference over analytical competing objects. There is the description of the author’s definition of competitiveness. The main aspects of provision of the company competitiveness are emphasized.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2011 р.

Л. ЗАПОРОЖАН

Тернопільський національний економічний університет

В. БАРАБАН

Тернопільський національний економічний університет

М. ЗАПОРОЖАН

Тернопільський національний економічний університет

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОПЛАТИ ПРАЦІ ЗА ГРЕЙДАМИ

У статті розглядаються особливості розробки системи оплати праці за грейдами, яка дозволяє об'єктивно оцінити посади працівників підприємства, пов'язує оплату праці і логіку бізнесу, забезпечує необхідну прозорість.

Ключові слова: оплата праці, посадовий оклад, грейдинг.

Системи оплати праці, які використовуються у наш час на більшості вітчизняних підприємств, морально застаріли. Це виявляється в тому, що вони не враховують ні специфіки роботи підприємства в ринковій економіці, ні різної відповідальності і результатів праці працівників, що займають ідентичні посади.

Тривалий час для вирішення цієї проблеми використовувався Єдиний тарифно-кваліфікаційний довідник робіт і професій робітників (ЄТКД). Негативним моментом цієї системи є обмежена кількість факторів оцінювання посад і, деякою мірою, нівелювання індивідуальних особливостей тієї чи іншої організації. Проте сам принцип підходу є актуальним і зараз.

Стабільність, розвиток і ефективність персоналу безпосередньо залежать від його мотивації — як матеріальної, так і нематеріальної. Грейдинг — це процедура чи система процедур з оцінювання і ранжування посад, в результаті яких посади розподіляються на групи, чи, власне, грейди, відповідно до їх цінності для компанії. Отже, *грейд* (від англ. grade — ступінь, клас, ранг) — це група посад, які мають приблизно однакову цінність для компанії. Кількість грейдів може варіюватись від 5-7 до 20. Кожному грейду відповідає певний розмір окладу, або «вилка окладів», яка може періодично переглядатись, але сама система грейдів залишається незмінною [4].

Едвард Хей ще в 40-х роках минулого століття запропонував при формуванні заробітної плати оцінювати не самого працівника, що займає ту чи іншу посаду, а вагу і цінність власне посади, незалежно від того, хто її займає. В якості критеріїв, що лежать в основі побудови системи грейдів, використовуються вихідні вимоги (знання та вміння), результативність посади (складність) і відповідальність.

На сьогодні час окрім Hay Group (консалтингової компанії, засновником якої був Едвард Хей) розробкою і впровадженням системи грейдів займаються такі компанії, як Watson Wyatt LLC та New Energy and Industrial Technology Development Organization.

Таку систему оцінки посад та оплати праці використовують понад 7,5 тис. великих компаній США та Європи, серед яких Kodak, Pepsi, IBM, BMW, а також

понад 1,2 тис. компаній в 11 країнах Азії та решти світу. В Україні деякі положення цієї системи використовують «Інтертайп», Перший Український міжнародний банк, УМС і ВАТ «Азовсталь» [2, с.127].

Протягом останніх 5 років в Україні спостерігається значна увага роботодавців до система грейдів, оскільки в умовах наростаючої конкуренції і турбулентності національної економіки персонал є одним із головних факторів виживання підприємства. Однак існує проблема розробки та впровадження системи грейдів на вітчизняних підприємствах, яка відбувається повільно і потребує значних витрат.

Існує потреба характеристики сутності і цінності системи грейдів, а також аналіз етапів розробки системи грейдів.

Система грейдів (позиційних посад) є свого роду корпоративним «табелем про ранги», в якому кожному кластеру (грейду) посад відповідає свій рівень заробітної плати. Грейдинг — це метод створення універсальної ієрархії посад (рангів) для всього персоналу компанії; система оцінки, що дозволяє визначити прийнятні для всіх працівників рівні компенсації на основі зіставлення відносної цінності для компанії різних ділянок роботи (посад). Головна особливість грейдингу — «вимірювання невимірного»: переведення нематеріального показника «цінність роботи співробітника» в грошовий еквівалент.

При визначенні ступеня значущості посад для компанії користуються двома типами процедур — аналітичними і неаналітичними. До неаналітичних методів відносять: 1) метод прямого ранжування; 2) метод класифікації (найвідоміший метод, заснований на класифікації, розроблений компанією «Уотсон Уайетт»); 3) метод парних порівнянь. До аналітичних методів відносять: 1) метод фактора; 2) бальний метод. Яскравим прикладом цього підходу є метод «Хей Систем» [3].

Впровадження системи грейдів на підприємстві відбувається в кілька етапів, а саме:

- 1) підготовка робочої групи, вивчення методики;
 - 2) розробка документації (концепція, стандарти та інші);
 - 3) оцінка посад (анкетування, інтерв'ювання, бесіда).
- Етапи 1-3 — це підготовчі. На цих етапах впровадження

грейдової системи оплати праці необхідна допомога спеціально навченого внутрішнього експерта або зовнішнього консультанта.

4) визначення вимог до посад, уточнення факторів — це один із найскладніших етапів, оскільки вимагає вибору ключових чинників для кожної посади. Ці фактори повинні бути не тільки зрозумілі, але і розподілятися за рівнями складності. Тут обов'язково треба враховувати специфіку підприємства, підрозділу, а також вимоги, які висувуються до посади. Спочатку визначаються загальні критерії оцінки посад, якими можуть бути: навички; знання; здібності; цінність; складність; обов'язки і т. д. Нерідко виникає необхідність поділу факторів на субфактори, що дозволяє глибше і різноманітніше розкрити та точніше оцінити посаду. Обов'язково весь персонал компанії повинен оцінюватися за одним набором критеріїв оцінки.

5) розподіл факторів за рівнями. Від точного і зрозумілого опису кожного рівня багато в чому залежить коректність оцінки посади. Крок між рівнями повинен бути однаковим. Кількість самих рівнів залежить від того, з якою точністю необхідно провести оцінку.

6) оцінка кожного рівня, яка передбачає присвоєння балів певному рівню залежно від ступеня складності та вияву;

7) оцінка ваги фактора. Розрахунки цього етапу здійснюються залежно від ступеня важливості кожного з описаних факторів для компанії. При підрахунку потрібно враховувати ступінь важливості по наростанню балів. Обов'язковою умовою цього етапу є використання в ході оцінки однакових правил розрахунків по кожному фактору.

8) розрахунок кількості балів для кожної посади. Він включає горизонтальний та вертикальний підрахунок. Горизонтальний підрахунок — підсумковий бал за окремим фактором, який розраховується шляхом множення ваги (значимості) фактора на його рівень (складність). Вертикальний підрахунок — підсумковий бал за професією, який розраховується як сума підсумкових балів за кожним фактором. За результатами підрахунків всі посади розподіляються на ієрархічну піраміду залежно від отриманого сумарного балу. Потім цю піраміду необхідно розбити на грейди.

9) розподіл балів за грейдами. Посади групуються в грейди за принципом отримання приблизно однакової кількості балів, на підставі виконуваних функцій і залежно від ступеня значущості даної позиції для підприємства. У кожен грейд повинні потрапити тільки близькі за отриманими оцінками посади.

10) встановлення посадових окладів і розрахунок вилок окладів. Обов'язковою умовою для цього етапу є визначення розміру посадового окладу за результатами розрахунків балів. Воно повинно проводитися за єдиними правилами, незалежно від підрозділу. Для встановлення посадового окладу необхідно зібрати інформацію про ринкову вартість різного виду робіт. При цьому необхідно враховувати: внутрішньокорпоративну політику; фінансове становище і потенціал компанії; зовнішньоекономічну політику. Нижня межа вилок окладу, тобто мінімального посадового окладу, буде відповідати середньому рівню ринкової вартості посади. Але, якщо фінансовий стан компанії не дозволяє, тоді мінімальний посадовий оклад буде таким же, як і мінімальний ринковий. Для кожного грейда встановлюється діапазон

окладів, так звана вилка, що визначається не для кожної посади окремо, а для всього грейда. Діапазони задають верхній і нижній рівень. Розмір діапазонів залежить від переконання компанії про те, яким чином ці ж діапазони підтримують кар'єрне зростання і інші цінності організації. Тому вилка, як правило, має постійне значення. Назви рівнів вилок є категоріями професійного зростання.

11) відтворення графіка і аналіз результатів [4].

Для визначення персонального окладу працівника всередині посадової «вилки» окладів необхідно оцінити потенційну цінність самого працівника для компанії, яка, у свою чергу, залежить від його кваліфікації, досвіду, професійних знань і рівня розвитку професійних компетенцій.

На основі грейдування можна збудувати корпоративну політику компенсацій і пільг, яка дозволить оптимізувати витрати на персонал, причому не за рахунок формального скорочення ФОП, а завдяки вдосконаленню організаційної структури і штатного розкладу, більш ефективного планування витрат на персонал. Система грейдів побудована таким чином, що роботодавці платять працівникам за результат. Вона дозволяє створити правильну організаційну структуру, порівняти рівень зарплат фахівців з тими, що пропонує ринок праці. Справедливо, якщо більше заробляє той, хто накопичив досвід, підвищив кваліфікацію, хто вміє виконувати відразу кілька важливих доручень. До плюсів грейдингу також слід зарахувати і підвищення мотивації персоналу, стимулювання його розвитку і скорочення плінності кадрів.

Проте грейдингу властиві і певні недоліки: 1) потребує значних витрат на розробку, впровадження і функціонування; 2) до початкової розробки системи грейдів повинна бути залучена велика група експертів; 3) порядок переміщення між грейдами викликає різні проблеми (організаційні, фінансові, психологічні тощо); 4) є велика вірогідність суб'єктивного підходу під час розроблення і оцінювання грейдів (наприклад, часто оцінюються не посади, а певні особистості, які їх займають).

Таким чином, перспективними є дослідження універсальної методики розробки і застосування грейдингу на великих і середніх вітчизняних підприємствах, а також можливі шляхи скорочення фінансових та людських витрат при побудові грейдової системи.

Список літератури

1. Мороз, О. С. *Грейды и тарифы — дом и его фундамент* / О. С. Мороз // *Менеджер по персоналу*. — 2007. — № 5. — С. 20-26.
2. Мороз О. С. *Прикладні особливості використання робочої сили в умовах економічної кризи* / О. С. Мороз // *Економіка та право*. — 2009. — №2. — С.123-128.
3. *Обґрунтування системи диференціації заробітної плати в організації [Електронний ресурс]* / Є. В. Давидова / *Персональные web-страницы магистров*. — 2010. — Режим доступу: <http://masters.donntu.edu.ua/2010/iem/davydova/index.htm>.
4. *Система грейдов. Методика определения должностных окладов [Електронний ресурс]* / С. Слипачук // *Зароботная плата*. — 2007. — №8. — Режим доступу: <http://www.hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=709&search=%E3%F0%E5%E9%E4%EE%E2%E0%20%F1%E8%F1%F2%E5%EC%E0%20%EE%EF%EB%E0%F2%E8%20%EF%F0%E0%F6%B3>.

РЕЗЮМЕ

Запорожан Л., Барабан В., Запорожан М.

Зарубежный опыт оплаты труда за грейдами

В статье рассматриваются особенности разработки системы оплаты труда за грейдами, который позволяет объективно оценить должности работников предприятия, связывает оплату труда и логику бизнеса, обеспечивает необходимую прозрачность.

RESUME

Zaporozhan L., Baraban V., Zaporozhan M.

Foreign experience of payment of labour according to grades

The features of development of the system of payment of labour according to grades, which allows objectively to estimate positions of workers of enterprise, are examined in the article.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТУ ПРИ ЗБОРІ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Розглянуто суть та значення маркетингової інформації. Пропонується здійснювати маркетингове дослідження для збору інформації з використанням Інтернету як основного маркетингового каналу.

Ключові слова: первинна інформація, вторинна інформація, маркетинг, інтернет-дослідження.

Здійснення ефективної маркетингової діяльності неможливе без достовірної, своєчасної та точної інформації, значення якої на сучасному інформаційному етапі розвитку людства постійно зростає і виявляє актуальність. За нових умов господарювання, коли підприємства самостійно визначають цілі та задачі свого функціонування, стратегію і тактику досягнення поставлених цілей, інформація є вкрай необхідна всім, хто веде виробничо-господарську, комерційну та іншу діяльність. Її можуть забезпечити тільки спеціальні банки даних, що продаватимуть інформацію всім бажаним. І покупцю байдуже, на скількох електронно-обчислювальних машинах і за який час цю інформацію було оброблено, вона має бути достовірною, своєчасною, бо саме за ці якості він платить, оскільки без них вона втрачає свою корисність і перетворюється на дезінформацію. Зовнішню інформацію фірми можуть забезпечити підприємства, що містять глобальні або локальні банки даних, передаючи її за вимогою або запитанням по каналах зв'язку.

Маркетинг за багато років свого існування зазнав змін. Сьогодні найбільшої популярності набула модель "маркетингового керування", тобто довгострокового планування і прогнозування, що спирається на дослідження ринку, поводження і звичок покупця, використання комплексних методів формування попиту і стимулювання посередників, задоволення потреб конкретних цільових груп покупців. У центрі сучасної концепції маркетингу знаходиться споживач, тому вивчення і дослідження його стану, поведінки у наш час є надзвичайно актуальною.

Проблемам маркетингових досліджень присвячені роботи вітчизняних вчених Н. В. Бутенка, О. М. Варченко, Н. П. Гончарова, Е. П. Голубкова, М. М. Єрмоленка, С. А. Єрохіна, М. В. Коржа, Ю. Є. Петруса та ін. Однак кон'юнктура ринку, потреби споживача, інформація про наявність товару, обсяги попиту на нього, ціни конкурентів та інші відомості постійно змінюються із плином часу, що і потребує ґрунтового дослідження.

Завданням нашої статті є формування сучасного мислення і навичок в сфері здійснення збору маркетингової інформації з використанням Інтернету.

Базисом маркетингових досліджень є маркетингова інформація, що характеризується об'єктивними і суб'єктивними відомостями, необхідними для аналізу

маркетингової ситуації та розробки і прийняття маркетингових рішень. Маркетингові дослідження — це вид діяльності, який за допомогою інформації пов'язує маркетолога з споживачами, покупцями і громадськістю. Інформація у цьому випадку використовується для виявлення і встановлення маркетингових можливостей та проблем; для виробітку, вдосконалення і оцінки маркетингових дій; для відслідковування результатів маркетингової діяльності; а також для покращення розуміння процесу управління маркетингом [1, с. 367].

Зовнішньою основою для будь-яких маркетингових дій і досліджень є первинна та вторинна інформація. Первинну інформацію частіше всього отримують у результаті спеціальних польових (ринкових) досліджень і моделювання, що здійснюються у будь-якому випадку із спеціальною ціллю вирішити маркетингову проблему.

Вторинна інформація — це дані, отримані із інших (зазвичай зовнішніх) джерел або особиста інформація, раніше отримана з іншими цілями. Така дослідницька робота є оперативною, обходиться дешево і рідко забезпечує повне вирішення проблеми дослідження.

Первинна інформація в сучасних умовах є основним джерелом маркетингових даних. Незважаючи на складність і тривалість її збирання, потребу у підготовці та використанні висококваліфікованих кадрів, досить великі витрати, первинна інформація має значні переваги над вторинною: конкретну спрямованість на вирішення потрібних маркетингових проблем, доступність і надійність, оскільки методологія їх збирання відома і контрольована.

Первинна інформація може бути отримана:

а) самою організацією-ініціатором дослідження;

б) сторонньою — як правило, спеціалізованою дослідницькою — для відповідного замовника організацією. Таким чином, кожна організація, яка ініціює проведення дослідження, повинна вирішити це організаційне питання.

Найчастіше процес отримання первинної маркетингової інформації фокусується на споживачеві. Це зрозуміло, тому що саме його поведінка, його ставлення до товарів компанії визначають успіх або невдачу її діяльності. Споживач повинен бути об'єктом постійного моніторингу. Крім поточного спостереження за споживачем фірми періодично вдаються до

проведення спеціальних поглиблених оцінок його поведінки на ринку.

Для успішного опанування маркетингу потрібно дотримуватися таких умов:

- організація навчання керівників і фахівців основних прийомів і засобів;
- підготовка відповідних кадрів;
- створення кадрового потенціалу маркетологів-професіоналів;
- побудова необхідної організаційної структури (спеціальні служби маркетингу);
- створення науково-матеріального забезпечення дослідження маркетингу;
- високий рівень виконання маркетингових елементів;

– механізм стимулювання для переорієнтації на маркетинг.

Мета маркетингових досліджень, з одного боку, - створити умови для пристосування виробництва до суспільного попиту, потреб ринку; розробити систему організаційно-технічних заходів для вивчення ринку, інтенсифікації збуту, підвищення конкурентоспроможності товарів з метою одержання максимального прибутку, а з іншого боку, - шляхом використання засобів, прийомів, усієї системи маркетингу впливати на сферу реалізації: попит, пропозицію, ціни, умови збуту, канали розподілу.

Організація повинна ма-ти постійну систему збирання, обробки та використан-ня маркетингової інформації. На рис. 1 подані основні її структурні елементи.

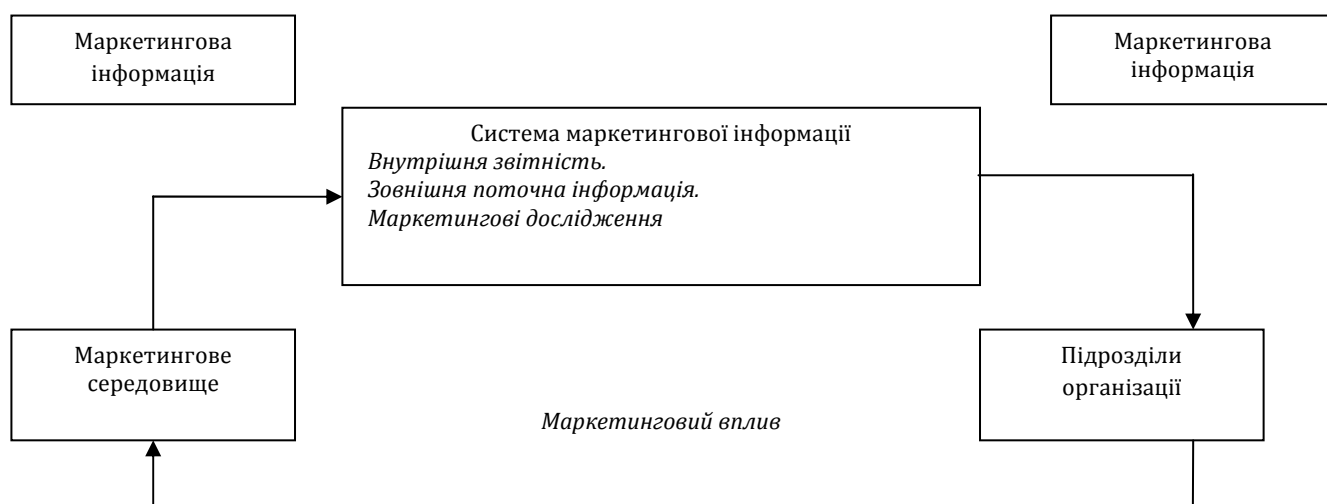


Рис. 1. Маркетингова інформаційна система організації

Із рис. 1 зрозуміло, що маркетингова інформаційна система організації включає систему збирання, обробки та використання в межах організації маркетингової інформації. Кожне підприємство створює свою маркетингову інформаційну систему. Особливості виявляються у структурі та джерелах інформації, у конкретних способах використання сучасних інформаційних технологій, у порядку розповсюдження та використання інформації структурними підрозділами підприємства. Але в будь-якому випадку кожне підприємство повинно мати систему роботи з маркетинговою інформацією, управління будь-яким процесом, у тому числі маркетинговим, має розпочинатися з вивчення питання, з ознайомлення з відповідною інформацією.

Оскільки сучасне суспільство надає усе більший кількості своїх членів право вибору при купівлі товарів і послуг, і вибір цей, у першу чергу, базується на якості обслуговування, то споживач вже оцінив переваги інтерактивного контакту з продавцем. Головним чинником є миттєва реакція на запити, висока швидкість виконання замовлень, зручність одержання майже необмеженої інформації.

На сьогодні все більшу роль як в організації маркетингового каналу, так і каналу розповсюдження інформаційних послуг відіграє Інтернет.

Відмінною рисою Інтернет у як новій інфраструктури маркетингу і збуту є той факт, що поки не діє основний принцип ринкової економіки: попит народжує пропозицію.

Наукові дослідження доводять, "населення" кіберпростору поки складається майже винятково з чоловіків (за різними оцінками, на 70-90%) [4, с. 71].

Інтернет — новий і поки що не надто поширений метод. Однак із розширенням послуг Всесвітньої комп'ютерної мережі і інтерактивного зв'язку дослідження в діалоговому режимі стають більш доступними та дешевими. Спеціалісти, які використовують цей метод, встановили, що основна частина населення не користується послугами Web. Користувачі комп'ютерних мереж - більш освічені, багатші і молодші за середньостатистичного споживача. Вони є основними клієнтами фірм, що пропонують товари та послуги через мережу. Проте при проведенні дослідження це є найбільш важкодоступна група споживачів. Опитування в діалоговому режимі і в кімнатах для бесід (чи інтерактивних фокус-групах) часто є успішними при пошуку підходу до "невловимих" людей: підлітків, холостяків, заможної та високоосвіченої аудиторії.

Ресурси Internet при проведенні маркетингових досліджень можуть застосовуватися в наступних напрямках: використання пошукових засобів і каталогів Internet, проведення опитувань відвідувачів особистого сервера, дослідження результатів телеконференцій, використання даних опитувань, що проводяться на інших серверах. Також вивчення конкурентів може здійснюватися шляхом відвідування їх серверів, отримання інформації про зв'язки з їх партнерами.

При проведенні маркетингових досліджень через

Інтернет слід мати на увазі, що користувачами є організації, а не окремі приватні особи; потенційні покупці, перш за все, відносяться до новаторів з доходом вище середнього, що мають високий рівень освіти; що товар неможливо оглянути і приміряти [1, с. 137-138].

Можливою Інтернету в Україні обмежуються трьома факторами: неякісними телефонними лініями, високою вартістю Інтернет-зв'язку та незнанням англійської мови, яка використовується переважною кількістю несіїв інформації.

Технічна відсталість телекомунікацій (перший фактор) України від цивілізованого світу значно сповільнює швидкість зв'язку в Інтернет (в десятки разів) і, як результат, різко спадає швидкість "перекачування" інформації. Більшість користувачів зв'язується з Інтернетом через фірму-провайдера.

Другий фактор — високооплачуваний Інтернет-зв'язок. Виявляється у тому, що ринок Інтернет-послуг, які пропонуються фірмами-провайдерами, має форму олігополії: більшість користувачів укладають договори з 6-8 основними провайдерами. Тому лише розвиток конкуренції на цьому ринку дозволить суттєво понизити ціну.

Третій фактор — англійська мова. Як і два попередніх, суттєво обмежує аудиторію, бажачу використовувати чудо-джерело інформації. Адже читання літератури в оригіналі, спілкування з іноземними колегами і участь у міжнародних конференціях відкриває невичерпні можливості.

Щодо майбутніх перспектив використання Інтернету в маркетингових дослідженнях, то думки науковців різні: одні — оптимістичні, інші — оглядові.

У маркетинговій практиці західних підприємств усе частіше використовують маркетингові інформаційні системи як сукупність планових і систематизованих методів і процесів збирання, аналізу і обробки маркетингової інформації, необхідної для прийняття відповідних рішень.

Основні завдання їх полягають у:

- постійному пошуку, збиранні і збереженні маркетингової інформації;
- обробці, інтерпретації і аналізу даних, виробленні відповідних гіпотез;
- вирішенні математичних задач (обрахування процентів, співвідношень тощо);
- створенні, збереженні, обробці і наведенні рядів динаміки;
- стисненні інформації, її фільтрації, виявленні корисних даних;
- самооцінці.

На основі цього маркетингова інформаційна система має чотири ключових елементи:

- банки даних: інформація щодо збуту товарів у асортиментному розрізі, ринків, споживачів, цін, результатів рекламних заходів, господарської діяльності фірми та ін;
- підсистему досліджень: засоби зв'язку з ринком і внутрішнім середовищем підприємства, які дозволяють маркетинговим менеджерам оперативно ставити запитання і отримувати на них відповіді;
- інтелектуальну підсистему і набір процедур для аналізу ситуації на ринку, моделей і методик досліджень, які дозволяють визначити зв'язок між окремими факторами, колективами відповідних

фахівців;

- підсистема зв'язку: засіб об'єднання банку даних, підсистем досліджень та інтелектуальної підсистеми в одне ціле.

Отже, значущість, необхідність та ефективність використання Інтернет інформації при маркетингових дослідженнях є невід'ємною складовою. Про це свідчить і те, що кожне становище та сфера дослідження має свій підхід. Тому маркетологам доводиться однаково оперувати на практиці з різними видами інформації.

Що ж до ефективності використання мережі Інтернет при пошуку та дослідженні інформації, то думки можуть значно розходитися і носити надто протилежний характер. Оскільки ця система є ще порівняно новою для суспільства і, як наслідок, ще не зовсім досконалою, то вона потребує неабияких затрат і знань. Однак широкий розвиток засобів обчислювальної техніки та зв'язку дав змогу збирати, зберігати, обробляти та передавати інформацію великих обсягів і з високою оперативністю. Будь-яка організація повинна цілеспрямовано та систематично отримувати інформацію щодо стану зовнішнього середовища її діяльності. Саме там потрібно шукати джерела успіху або невдач. Прибутки чи збитки компанії, її розвиток залежить від здатності бути адекватною до вимог ринкового середовища. Однією з умов такої відповідності є формування необхідної маркетингової Інтернет-інформації, на основі якої приймаються маркетингові рішення.

Список літератури

1. Ёрмошенка, М. М. *Маркетинг для магістрів [Текст] : навч. посіб. / За заг. ред. д.е.н., проф. М. М. Ёрмошенка, д.е.н., доц. С. А. Ёрохіна. — Том 1. — К. : Національна академія управління, 2007. — 604 с.*
2. Корж, В. М. *Маркетинг [Текст] : навч. посіб. / В. М. Корж. — К. : Центр учбової літератури, 2008. — 344 с.*
3. *Международный кодекс проведенный маркетинговых и социальных исследований [Текст] // Сборник статей по теории и практике маркетинговых исследований. — Харьков : Студцентр, 2001*
4. Петруня, Ю. Є. *Маркетинг [Текст] : навч. посіб. / Ю. Є. Петруня. — К. : Знання, 2007. — 325 с. — (Вища освіта XXI століття)*
5. Петруня, Ю. Є. *Маркетинг [Текст] : учеб. пособие / Ю. Е. Петруня, А. П. Мищенко. — Днепропетровск : Уzd-во ДУЕП, 2006. — 124 с.*
6. Руделіус, В. *Маркетинг [Текст] : підручник / В. Руделіус, О. Азарян, О. Виноградов та ін. — К. : Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. — 422 с.*
7. Серкутан, Т. В. *Механізм управління інформаційним забезпеченням маркетингу промислових товарів [Текст] / Т. В. Серкутан. — Харків : ХНУ ім. В. М. Каразіна, 2002. — 282 с.*
8. Старостіна, А. О. *Маркетинг [Текст] : навч. посіб. / А. О. Старостіна, О. В. Зозульов. — 3-тє вид., перероб. — К. : Знання, 2006. — 327 с.*
9. Старостіна, А. О. *Маркетингові дослідження: практ. аспект [Текст] / А. О. Старостіна. — К., М., СПб. : Вільямс, 2001.*
10. Сіваченко, І. Ю. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств : Кредитно-модульний курс [Текст] : навч. посіб. / За ред. І. Ю. Сіваченка, Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової. — 3-тє вид. — К. : Центр учбової літератури, 2010. — 312 с.*

РЕЗЮМЕ

Зыгрий Ольга

Методические подходы к построению системы показателей оценки экономического положения промышленных предприятий

Рассмотрено сущности та значение маркетинговой информации. Предлагается осуществлять маркетинговое исследование для сбора информации с использованием Интернета, как основного маркетингового канала.

RESUME

Zygriy Olga

Methodological approaches to a system of indicators for assessing of the economic situation of industrial enterprises

The essence and value of marketing information are considered. It is proposed to carry out the market research to gather information with the help of the Internet as a primary marketing channel.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.

**МОТИВАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЕЛЕМЕНТІВ ВЛАСНОСТІ НА РОБОЧУ СИЛУ ТА ЇХ
ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ НАЙМАНИХ ПРАЦІВНИКІВ**

Дано визначення категорії «власність на робочу силу». З'ясовано відмінності між приватною, особистою та індивідуальною власністю. Запропоновано авторський варіант розподілу елементів власності на робочу силу між роботодавцем-власником засобів виробництва та найманим працівником внаслідок купівлі-продажу останньої та конкретизовано мотиваційні характеристики зазначених елементів. Виокремлено напрями мотиваційного впливу власності найманого працівника на робочу силу щодо його економічної діяльності.

Ключові слова: власність, робоча сила, мотиваційні характеристики, економічна діяльність, найманий працівник, роботодавець, елементи власності.

Суттєвий мотиваційний вплив на економічну діяльність найманих працівників чинить система відносин власності, в тому числі - власність на робочу силу, адже, за словами Д. Локка: "...людина є господарем над самим собою та володарем своєї власної особистості, її дій та її праці, та в якості такого він в собі самому заключає велику основу власності" [1, с. 370].

Але й досі існує дискусійність в поглядах вчених навіть щодо визначення власності на робочу силу у тій чи іншій формі. Одні науковці дефінують її як особисту (В. Іноземцев [2, 3], А. Ковальов [4], В. Радаєв [5], О. Шкаратан [5]), інші - ідентифікують з приватною (Ю. Красін [6], В. Тікін [7], Ф. Хайек [8]) або з індивідуальною (В. Андріанов [9], Л. Мельник [10]), а останню, крім того, - ототожнюють з приватною (В. Веснін [11], Л. Гребнев [12], Ю. Долгоруков [13], П. Ігнатовський [14], І. Лазня [15], О. Макаров [16], В. Рибалкін [15]). Одночасно, деякі вчені вважають, що приватна власність включає індивідуальну і особисту (О. Орехов [17], М. Петраков [18], О. Родіонова [19]). Побутує і переконання, що індивідуальна власність охоплює особисту і приватну (В. Акулов [20]).

Крім того, суперечливими є погляди науковців з приводу того, яким чином необхідно розподіляти елементи у власності на робочу силу між роботодавцем-власником засобів виробництва та найманим працівником внаслідок її купівлі-продажу, не конкретизуються мотиваційні характеристики зазначених елементів.

Таким чином, для поглиблення уявлень про механізм мотивації економічної діяльності найманих працівників та його соціально-економічне підґрунтя необхідно звернутися до конкретизації мотиваційних характеристик елементів власності на робочу силу та з'ясувати їх вплив на економічну діяльність найманих працівників, що сприятиме виявленню шляхів підвищення її ефективності.

Перш за все, з'ясуємо сутність власності на робочу силу, а також відмінності між її формами.

У загальному розумінні, власність на робочу силу є складною системою економічних відносин між державою, роботодавцем і робітником з приводу привласнення працездатних сутнісних сил робітника та виступає системоутворюючим підґрунтям механізму

мотивації.

На наш погляд, приватна та особиста власність кардинально відрізняються, перш за все, за своїми об'єктами.

Приватна власність - це власність приватних осіб на засоби виробництва та зовнішні умови праці. Вона може існувати без використання найманої праці (добута працею власника й заснована на зрощенні окремого незалежного працівника з його предметами й засобами праці) або з її використанням (ґрунтується на експлуатації чужої, але формально вільної робочої сили - капіталістична приватна власність). Остання у свою чергу диференціюється на одноосібну, коли власник засобів виробництва представлений однією фізичною або юридичною особою, та групову (асоціативну), коли власників засобів виробництва може бути декілька.

Особиста власність - це власність на матеріальні блага, призначені для задоволення особистих потреб людини, а саме на: предмети споживання, трудові доходи, заощадження, особистий транспорт, житлові будинки й дачі, особисте підсобне господарство та деякі засоби виробництва для його ведення. Джерелом і об'єктом особистої власності не можуть бути доходи, отримані як шляхом безпосередньої експлуатації найманої праці, так і шляхом, наприклад, спекуляції чи лихварства.

Окрім відмінності в об'єктах, приватна, особиста та індивідуальна власність кардинально відрізняються за джерелом походження. Очевидно, що перша - результат привласнення неособистих, чужих результатів діяльності, а друга - тільки безпосередньо особистих.

Індивідуальна власність - це власність, яка є невід'ємною складовою суспільної власності та передбачає співпривласнення суспільних об'єктів. Право розпорядження засобами виробництва залишається за суспільством (колективом), а користування та володіння - за індивідом.

Власність найманого працівника на робочу силу є особистою, адже робоча сила притаманна кожній людині від природи, є частиною її особистості й характерною властивістю кожного працездатного індивіда. Крім того, привласнення ним його робочої сили не супроводжується попереднім відчуженням, і тільки він може повністю нею розпоряджатися.

Таким чином, індивідуальна, особиста й приватна форми власності розрізняються не тільки за їх об'єктами, джерелом походження, обсягом повноважень їх суб'єктів, а й за характером привласнення та формами реалізації.

Без сумніву, економічний зміст власності найманого працівника на робочу силу виявляється в процесі привласнення останньої й доходів від її застосування. При цьому, "доходи та їх привласнення – найважливіший елемент економічної реалізації власності та інтересів" [21, с. 49].

Як вже зазначалося, в момент купівлі-продажу відбувається розподіл форм привласнення між найманим працівником і роботодавцем. Як вважає В.Рибалкін: "В акті купівлі-продажу робочої сили найманий працівник відчуває належну йому здатність до праці (потенційно живу працю) у володіння, розпорядження й користування роботодавцем, а взамін привласнює у вигляді заробітної платні певну суму грошей як форму вартості товару "робоча сила"" [22, с. 45]. Звісно, таке відчуження є тимчасовим. Якщо розуміти розпорядження як право експлуатувати певний об'єкт власності та привласнювати створену ним додаткову вартість [23, с. 231], то точка зору В.Рибалкіна є достатньо обґрунтованою та переконливою. Але, на нашу думку, розпорядження передбачає прийняття рішення про остаточну долю робочої сили та можливість змінити її приналежність, тому не надходить повною мірою в компетенцію роботодавця. Він тільки володіє і користується нею внаслідок укладеної угоди, привласнює результати праці.

Слід наголосити, що елементи власності на робочу силу, які отримує роботодавець-власник засобів виробництва внаслідок її купівлі, обумовлюють не тільки можливість привласнювати результати діяльності найманого працівника, а й відповідальність за стан робочої сили й потребу в підвищенні ефективності її використання. Відповідно роботодавець - власник засобів виробництва повинен не тільки піклуватися про пристойні умови праці та надавати гідну винагороду найманому працівнику, а й за допомогою мотивації забезпечувати найширше використання його здібностей і підвищувати ефективність економічної діяльності з метою збільшення власних прибутків та розвитку підприємства. При цьому усі ланки механізму мотивації повинні бути згруповані таким чином, щоб потреба в економічній діяльності превалювала над іншими потребами індивіда, формувалася на основі збігу інтересів підприємства й працівника.

Розподіл елементів власності на робочу силу між роботодавцем-власником засобів виробництва та найманим працівником внаслідок її купівлі-продажу чинить вагомий мотиваційний вплив на ефективність економічної діяльності працівників (див. табл. 1).¹

Зараз, як правило, існує розподіл, за яким відбувається привласнення роботодавцем всієї створеної додаткової вартості у формі прибутку. Адже практично ігнорується важливість формування фонду

споживання (на доплати, премії, соціальні блага працівникам) та фонду розвитку підприємства (фонду нагромадження). Але такий розподіл не може бути оптимальним, оскільки знижує мотивацію економічної діяльності найманих працівників внаслідок спрощеності матеріальних мотиваційних інструментів та зниження відчуття ідентифікації з цілями підприємства та зацікавленості в його розвитку.

Виходячи з вищевикладеного в таблиці 1, конкретизуємо авторський розподіл між роботодавцем-власником засобів виробництва та найманим працівником елементів власності на робочу силу внаслідок її купівлі-продажу й мотиваційні характеристики цих елементів².

Роботодавець отримує право на володіння й користування робочою силою, управління й делегування повноважень щодо контролю за діяльністю підлеглих і виробничим процесом, привласнення результатів економічної діяльності найманих працівників, зокрема частини створеної додаткової вартості у формі прибутку, виробленої продукції, розроблених інновацій і винаходів.

Найманий працівник має право на розпорядження власною робочою силою, що спонукає до пошуку найкращого місця роботи, безстроковості володіння, заборони шкідливого використання, остаточного характеру.

У результаті цілеспрямованої та обґрунтованої мотивації роботодавцем, працівник прагне підвищити ефективність діяльності й ідентифікує власні інтереси з інтересами підприємства.

В цілому приватна власність найманого працівника на робочу силу здійснює значний мотиваційний вплив щодо його економічної діяльності за такими напрямками:

1) обумовлює його економічні інтереси та форми їх реалізації. Це пояснюється тим, що наявність у людини робочої сили, яка є "...сукупністю фізичних і духовних здатностей, якими володіє організм, живою особистістю людини і які пускаються нею в хід щораз, коли вона виробляє які-небудь споживчі вартості" [25, с. 176], викликає необхідність її відновлювати та підтримувати умови життєдіяльності, що вимагає у свою чергу отримання для цього матеріальних благ – їжі, одягу, житла, ліків і таке інше. Придбання цих благ можливе в суспільстві тільки в результаті реалізації власності на робочу силу і отримання доходів від неї, що й робить можливим задоволення економічних потреб та інтересів людини;

2) визначає цілі діяльності (отримання й максимізація доходу, відтворення здатності до праці, застосування здібностей, набуття досвіду та підвищення професійних якостей) й відношення до неї як до засобу їх досягнення, оскільки "привласнення здійснюється, в першу чергу, в процесі праці" [26, с. 239-240]. Підвищення рівня фахового, інтелектуального й творчого розвитку людини дозволяє їй: диктувати свої умови на ринку праці при купівлі-продажу робочої сили та обирати більш прийнятне для неї місце роботи; створювати інтелектуальний продукт і розпоряджатися

¹ Примітка. Вказаний розподіл базується на теорії прав власності А. Оноре [24, с. 113].

² Примітка. Наведений розподіл елементів власності на робочу силу є найбільш оптимальним, якщо роботодавець привласнює додаткову вартість частково та інша її частина йде у фонд розвитку підприємства, а найманий працівник привласнює заробітну плату й частину додаткової вартості у вигляді участі в прибутках і в інвестуванні в капітал підприємства. В такому випадку найманий працівник найбільше зацікавлений в ефективності його економічної діяльності та відчуває ідентифікацію з цілями підприємства.

Таблиця 1. Зміст, пріоритетність та мотиваційні характеристики елементів власності на роботу силу, розподілених між роботодавцем-власником засобів виробництва та найманим працівником внаслідок її купівлі-продажу

Елементи власності на роботу силу	Найманий працівник			Роботодавець-власник засобів виробництва		
	Пріоритет елемента	Зміст елемента	Мотиваційна характеристика елемента	Пріоритет елемента	Зміст елемента	Мотиваційна характеристика елемента
1	2	3	4	5	6	7
Володіння робочою силою		Фізичне володіння робочою силою	Мотивує до забезпечення відновлення та збереження власної робочої сили	+	Отримує право фактичного володіння в результаті укладання трудової угоди	Приводить до появи відповідальності за роботу силу, мотивує до забезпечення відтворення і збереження робочої сили працівника
Користування робочою силою		Користування властивостями робочої сили в процесі економічної діяльності	Мотивує до розвитку власної робочої сили, набуття досвіду та підвищення професійних якостей з метою більш якісного її використання	+	Визначає напрями використання робочої сили через розробку та затвердження посадових інструкцій у відповідності до сфери діяльності підприємства, його завдань	Викликає необхідність постійного моніторингу й модифікації мотиваційного механізму на підприємстві, посадових завдань, обов'язків і повноважень працівників з метою найповнішого використання їх здібностей
Розпоряджен-ня робочою силою (суверена)	+	Прийняття остаточного рішення про долю робочої сили. Свідчить про тимчасовість її продажу.	Мотивує до пошуку найкращого місця роботи		Розпоряджається робочою силою у відповідності до власних цілей тільки в контексті корегування економічної діяльності найманого працівника	Мотивує до якісного управління кадрами підприємства та корегування їх економічної діяльності
Привласнення результатів економічної діяльності найманих працівників		1. Привласнює винагороду за економічну діяльність (заробітну плату). 2. Привласнює крім такої винагороди частину додаткової вартості, спрямовану на фонд споживання (доплати, премії, соціальні блага, дивіденди від прибутку підприємства). 3. Привласнює заробітну плату та крім неї частину додаткової вартості у вигляді участі в прибутках та в інвестуванні в капітал підприємства	1. Мотивує до здійснення економічної діяльності та отримання винагороди 2. Мотивує до ефективної економічної діяльності та отримання більшої винагороди 3. Мотивує не тільки до ефективної економічної діяльності, а й формує відчуття ідентифікації з цілями підприємства та зацікавленість в його розвитку	+	1. Привласнює додаткову вартість повністю. 2. Привласнює додаткову вартість частково, а інша її частина йде на фонд споживання працівників 3. Привласнює додаткову вартість частково, а інша її частина йде у фонд розвитку підприємства (фонд нагромадження)	1. Обумовлює превалювання власного інтересу – отримання максимального прибутку. 2. Обумовлює врахування, поруч із власними інтересами, інтересів працівників для посилення їх мотивації та підвищення ефективності виробництва. 3. Обумовлює не тільки поточні власні інтереси та інтереси працівників, а й розуміння необхідності подальшого розвитку і зміцнення підприємства.

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7
Управління й делегування повноважень щодо контролю за діяльністю підлеглих виробничим процесом		Можливим є отримання делегованих повноважень щодо контролю за діяльністю інших найманих працівників	Спонукає до постійного вдосконалення професійних якостей з метою отримання делегованих повноважень щодо управління за діяльністю інших працівників, яке, в свою чергу, гарантує більшу оплату праці	+	Має можливість перекласти частину обов'язків з управління і контролю за діяльністю працівників на підлеглих, які мають відповідні професійні якості	Мотивує до залучення підлеглих до найповнішого включення в сферу управління виробничим процесом
Безстроковості володіння	+	Фізичне володіння робочою силою не має кінцевого терміну	Мотивує до збереження власної робочої сили		Не має можливості безстроково володіти робочою силою	Спонукає до найповнішого використання здібностей працівників у визначений за угодою купівлі-продажу робочої сили термін
Заборони шкідливого використання	+	Не дозволяє нанесення шкідливих дій і умов праці, які можуть призвести до травми чи хвороби працівника	Обумовлює пред'явлення вимог роботодавцю щодо обов'язкового підтримання безпечних умов праці		Повинен забезпечити безпечні умови праці	Змушує дотримуватись законодавства про охорону праці
Остаточного характеру	+	Повернення переданих роботодавцю елементів власності на робочу силу після закінчення терміну їх передачі, визначеного в угоді	Мотивує до фіксації в угоді терміну повернення елементів власності на робочу силу та контролю за його дотриманням		Змушений дотримуватися терміну повернення переданих йому елементів власності на робочу силу	Викликає необхідність угодження терміну повернення переданих йому елементів власності на робочу силу

ним; збагачувати власну особистість, формувати нові здібності й забезпечувати самозростання вартості робочої сили; по-четверте, отримувати новий соціальний статус у суспільстві та збільшувати свій дохід.

В подальших дослідженнях особливу увагу слід звернути на дослідження можливостей залучення працівників до участі в розподілі прибутку на вітчизняних підприємствах, оскільки працівник змінює ставлення до своєї діяльності, розуміючи, що її результати вплинуть і на рівень прибутковості підприємства, і на рівень винагороди самого працівника. На нашу думку, таке залучення буде результативнішим при пов'язуванні стажу, якості й унікальності праці, професійного зростання з часткою у прибутках підприємства, посадою і можливістю прийняття самостійних рішень.

Список літератури

1. Маркс, К. Сочинения [Текст] / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Т. 26– [2-е изд]. – М.: ГИПЛ, 1961. – 629 с.
2. Иноземцев, В. Л. Информационная экономика и трансформация собственности [Текст] / В. Л. Иноземцев // Финансист. – 2000. – № 7. – С. 49-51.
3. Иноземцев, В. Л. Собственность в постиндустриальном обществе и исторической ретроспективе [Текст] / В. Л. Иноземцев // Вопросы философии. – 2000. – № 12. – С. 3-13.
4. Ковалев, А. М. Проблемы частной собственности, эксплуатации и отчуждения труда в обществе и их будущее [Текст] / А. М. Ковалев // Социально-гуманитарные знания. – 2006. – № 5. – С. 3-20.
5. Радаев, В. В. Власть и собственность [Текст] / В. В. Радаев, О. И. Шкаратан // Вестник МГУ. – Серия 6. Экономика. – 1991. – С. 50-61.
6. Красин, Ю. Л. Собственность в России. Что дальше? [Текст] / Ю. Л. Красин // Вестник МГУ. – Серия 6. Экономика. – 2006. – № 1 – С. 122-126.
7. Тикин, В. С. Собственность как категория: проблемы определения [Текст] / В. С. Тикин // Управление собственностью : [научно-практический журнал]. – М. : Современная экономика и право, 2004. – № 4. – С. 45-55.
8. Хайек, Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма [Текст] / Фридрих Хайек. – М. : Новости, 1992. – 253 с.
9. Андрианов, В. Д. Россия : экономический и инвестиционный потенциал [Текст] / В. Д. Андрианов. – М., 1999. – 294 с.
10. Мельник, Л. Ю. Основи економічної теорії та підприємництва : [навчальний посібник] / Л. Ю. Мельник, С. О. Сафронов. – Дніпропетровськ : Січ, – 2002. – 312 с.
11. Веснин, В. Р. Собственность : научная категория, политические мифы и реальность [Текст] / В. Р. Веснин // Социально-гуманитарные знания. – 2002. – № 3. – С. 126-145.
12. Гребнев, Л. Частная собственность : альтернатива понимания [Текст] / Л. Гребнев // Вопросы экономики. – 1991. – № 2. – С. 53-58.
13. Долгоруков, Ю. Структура собственности предприятий малого бизнеса та її вплив на регіональну економіку [Текст] / Ю. Долгоруков // Економіка України. – 2006. – № 1. – С. 34-39.
14. Игнатовский, П. Собственность, ее истоки в настоящем и будущем / П. Игнатовский // Экономист. – 1999. – № 11. – С. 43-54.
15. Лазня, И. Всеобщий закон собственности [Текст] / И. Лазня, В. Рыбалкин // Экономика Украины. – 2001. – № 9. – С. 43-50.
16. Макаров, А. Собственность : два подхода [Текст] / А. Макаров // Экономист. – 2006. – № 7. – С. 40-47.
17. Орехов, А. М. Собственность как предмет изучения социальных наук [Текст] / А. М. Орехов // Социально-гуманитарные знания. – 2002. – № 5. – С. 100-114.
18. Петраков, Н. Отношение собственности : анализ трансформации в переходной экономике [Текст] / Н. Петраков // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – № 2. – С. 13-20.
19. Родионова, Г. А. Частная собственность на землю как мотивирующий фактор трудового поведения [Текст] / Г. А. Родионова // Вестник МГУ. – Серия 6. Экономика. – 1991. – № 1. – С. 5-23.
20. Акулов, В. Б. Экономическая теория : [учебное пособие] / В. Б. Акулов, О. В. Акулова. – Петрозаводск : ПЕтргУ, 2002. – 430 с.
21. Хубиев, К. Государственная собственность и условия ее эффективности (методологический аспект) [Текст] / К. Хубиев // Экономист. – 2003. – № 1. – С. 45-56.
22. Рыбалкин, В. Рынок как экономический институт собственности [Текст] / В. Рыбалкин // Экономика Украины. – 2001. – № 2. – С. 42-49.
23. Семкова, М. Г. Власність в економічній теорії [Текст] / М. Г. Семкова // Вісник Одеського інституту внутрішніх справ. – 2005. – № 3. – С. 229-234.
24. Honore, A. M. Ownership [Text] / Ed. by A.M. Guest // Oxford essays in jurisprudence. – Oxford. – 1961. – P. 112-1128.
25. Маркс, К. Сочинения [Текст] / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Т. 23 – [2-е изд]. – М. : ГИПЛ, 1961. – 629 с.
26. Економічна енциклопедія. Т. 1 / [відп. редактор С. В. Мочерний]. – К. : Академія, 2000. – 740 с.

РЕЗЮМЕ

Золотарёва Ольга

Мотивационные характеристики элементов собственности на рабочую силу и их влияние на экономическую деятельность наемных работников

Дано определение категории «собственность на рабочую силу». Определены отличия между частной, личной и индивидуальной собственностью. Предложен авторский вариант распределения элементов собственности на рабочую силу между работодателем-владельцем средств производства и наемным работником в результате покупки-продажи последней и конкретизированы мотивационные характеристики отмеченных элементов. Выделены направления мотивационного влияния собственности наемного работника на рабочую силу относительно его экономической деятельности.

RESUME

Zolotaryova Olga

Motivational characteristics of the elements of ownership to the workforce and their impact on economic activities of employees

Definition of category «the property on labor» is proposed. Differences between the private, personal and individual property are defined. The author's variant of distribution of elements of the property on labor between the employer-owner of means of production and the hired worker as a result of purchase-sale of last is offered and motivational characteristics of noted elements are concretized. Directions of motivational influence of the property of the hired worker for labor concerning its economic activities are allocated.

Стаття надійшла до редакції 30.03.2011 р.

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНЮВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ СТІЙКОСТІ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Розглянуто методичні основи оцінювання антикризової стійкості автотранспортних підприємств в Україні. Запропонована модель багаторівневого агрегування базових показників (індикаторів) оцінювання, а також порядок розрахунку та граничні значення індикаторів антикризової стійкості АТП.

Ключові слова: антикризова стійкість, автотранспортні підприємства, індикатори оцінювання.

Використання інтегральних оцінок для здійснення діагностики фінансового стану діяльності підприємства, визначення рівня безпеки його функціонування, а також антикризової стійкості на сьогодні надзвичайно поширене. Інтегральний показник всебічно охоплює багатоманітні аспекти діяльності підприємства, й при цьому приведення комплексу розрахунків до інтегрального значення дозволяє врахувати вплив різних чинників, які не можуть бути зіставлені за інших форм оцінювання.

Проблемі формування методичних основ оцінювання підприємств у контексті визначення їхньої антикризової стійкості присвячено значну кількість праць вітчизняних та іноземних вчених, зокрема Е. Альтмана, У. Бівера, А. Ковальова, Л. Костишко, Л. Лахтіонової, В. Прівалова, та ін. Водночас забезпечення методичного апарату оцінювання антикризової стійкості українських автотранспортних підприємств (далі АТП) потребує осучаснення, переосмислення й уточнення у частині формування інтегральних моделей, здатних завчасно попереджувати про настання кризових подій.

Недостатньо розв'язаним завданням на сьогодні залишається побудова та інтерпретація взаємоузгоджених та збалансованих інтегральних оцінок діяльності підприємств різних напрямків діяльності, що зокрема стосується автотранспортних підприємств. Формування моделі оцінювання антикризової стійкості, яка враховує специфіку автотранспортного профілю діяльності, поряд із фінансовою частиною оцінювання, яка безумовно становить основу аналізу стійкості, на основі зіставності даних інших показників діяльності є важливим актуальним завданням.

Для забезпечення всебічного та повного оцінювання автотранспортних підприємств в Україні доцільно застосувати дві групи показників (індикаторів) антикризової стійкості АТП (стійкість основних засобів та фінансова стійкість) та визначенні в їхніх межах трирівневої системи інтегральних показників на основі фактичних та граничних значень показників (індикаторів) антикризової стійкості АТП, що дозволяє моделювати стратегії їхнього розвитку. Методичні основи оцінювання антикризової стійкості АТП графічно представлено на рис. 1.

Для універсального застосування запропонованих методичних основ оцінювання антикризової стійкості

українських АТП у пропонованій нами моделі використовується публічна інформація про діяльність АТП, зокрема: «Баланс підприємства» (Форма 1), «Звіт про фінансові результати» (Форма 2) та «Примітки до фінансової звітності», зокрема розділ «Основні засоби». Безумовно, запропоновані методичні основи в перспективі застосування можливо та необхідно розширювати за рахунок використання також й більш детальної звітності, водночас для зіставності даних за різними АТП масив інформаційних даних доцільно обмежити офіційною звітністю про діяльність АТП.

На етапі структурування критеріїв та індикаторів важливо чітко сформулювати розрахункові показники, які відображатимуть реальний стан антикризової стійкості АТП.

Такими групами пропонується визначити:

1. *Показники антикризової стійкості основних засобів АТП.* Невід'ємною їх складовою є наявність потужної бази основних засобів (будівлі та споруди; рухомий склад автотранспорту; машини та механізми тощо). Зазначені активи мають постійний та значний знос, потребують поточного ремонту, вимагають оновлення тощо. Від того, в якому стані перебувають основні засоби підприємства, в цілому залежать можливості підприємства протидіяти кризовим явищам, а також ефективність обраних стратегій розвитку.

2. *Показники антикризової фінансової стійкості АТП.* У свою чергу фінансові аспекти є невід'ємною складовою аналізу функціонування будь-якого підприємства. Від показників фінансового стану підприємства прямо залежить можливість подолання АТП кризових явищ, адже вони дають якісну оцінку діяльності підприємства, його рентабельності, боргового навантаження та ефективності в цілому.

В межах запропонованих двох груп показників антикризової стійкості було виділено такі підгрупи базових показників:

Показники антикризової стійкості основних засобів АТП:

1. Показники зносу основних засобів.
2. Показники зміни зносу основних засобів.
3. Показники оновлення основних засобів.
4. Показники зміни вартості основних засобів.
5. Показники вагомості основних засобів.

Показники антикризової фінансової стійкості АТП:

1. Показники рентабельності діяльності.



Рис. 1. Методичні основи оцінювання антикризової стійкості автотранспортного підприємства

2. Показники ліквідності.

3. Показники фінансової стійкості.

Зазначені підгрупи об'єднують показники, які дають можливість достатньо повно здійснювати оцінювання антикризової стійкості АТП.

Наступний етап є продовженням етапу вибору показників стійкості. Йдеться про визначення граничних меж для розрахункових значень антикризової стійкості основних засобів та антикризової фінансової стійкості АТП. Натепер існують декілька підходів до встановлення граничних меж для розрахункових значень, зокрема такі:

- *нормативний* – граничні межі для розрахункових значень встановлюються державою на основі законодавчих вимог щодо дотримання визначених нормативів;
- *запозичення досвіду* – граничні межі розрахункових значень встановлюються на основі наявних альтернатив з досвіду інших країн;

– *експертний* – граничні межі розрахункових значень встановлюються на основі експертних оцінок з урахуванням специфіки діяльності підприємства.

Слід зазначити, що моделювання стратегій розвитку АТП на основі їхньої антикризової стійкості є складним процесом, який серед іншого передбачає творчий підхід, що перш за все зумовлюватиме постійне поєднання різних підходів. Відтак, у запропонованих методичних основах, при визначенні граничних меж розрахункових значень видається за доцільне використати різні підходи. Для цього важливо забезпечити взаємозв'язок між граничними межами розрахункових значень та висновками, які можуть бути зроблені на основі їхнього трактування, зокрема три такі рівні значень (рис. 2).

Таким чином інтерпретація отриманих розрахункових значень матиме чіткий зв'язок із встановленими граничними межами. Такий підхід закладається в основу вибору, розробки та формування необхідної стратегії розвитку АТП, яка спиратиметься

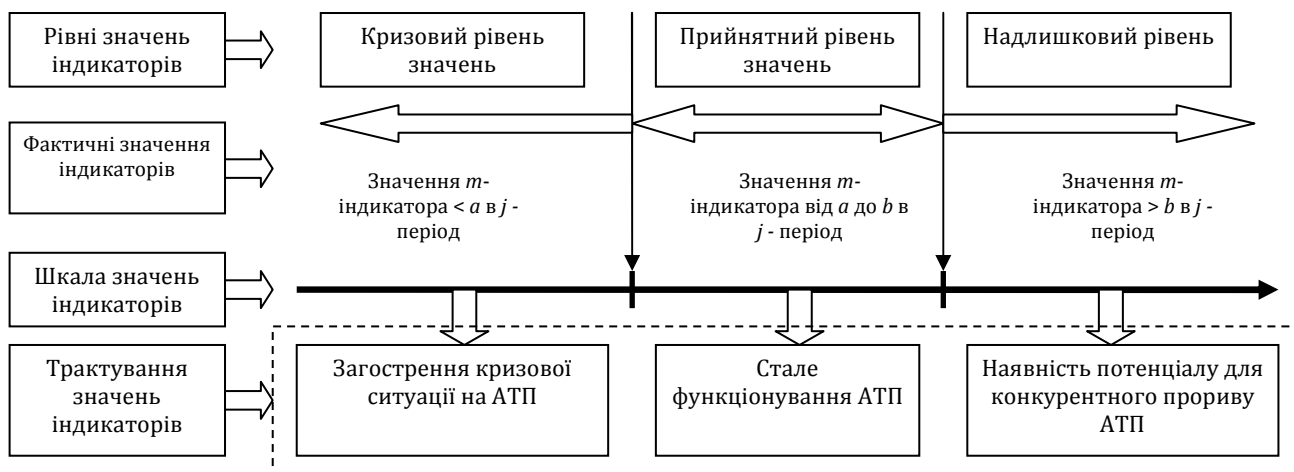


Рис. 2. Взаємозв'язок граничних меж розрахункових значень показників антикризової стійкості та висновків на основі їхнього трактування

на реальні наявні ресурси та реальний фінансовий стан підприємства.

До індикаторів антикризової стійкості основних засобів АТП було зараховано п'ять підгруп базових індикаторів антикризової стійкості АТП табл.1.

Умовні позначення: (р. N – n-рядок фінансової звітності; ст. N – n-стовпчик у звітності; ПрЗвОЗ – форма звітності «Примітки до річної фінансової звітності звітності», розділ «Основні засоби»); зв.пер. – дані звітного періоду; п.пер. – дані попереднього періоду звітності; Ф.1 – форма №1 звітності).

Перелік запропонованих базових індикаторів антикризової стійкості АТП не є вичерпним. У процесі удосконалення процедури доцільно розширювати критерії, на основі яких випрацьовуються розрахункові значення індикаторів. Водночас, як зазначалось, для цього необхідно удосконалити порядок та форму ведення і подавання звітності АТП.

До індикаторів антикризової фінансової стійкості АТП було зараховано три підгрупи базових індикаторів антикризової стійкості табл. 2.

Умовні позначення: (р. N – n-рядок фінансової звітності; Ф.1 – форма №1 звітності; Ф.2 – форма №2 звітності).

Як і для базових індикаторів антикризової стійкості основних засобів АТП, запропоновані індикатори є базисом для оцінювання фінансової сторони антикризової стійкості підприємств, які можна і потрібно розширювати, зокрема індикаторами боргової стійкості тощо. Водночас слід враховувати специфіку кожного АТП окремо. Коли підприємство у своїй діяльності не використовує запозичені ресурси (позичковий капітал), немає потреби запроваджувати коефіцієнти боргової стійкості. Також для прикладу, коли АТП має інші напрямки діяльності, то доцільно ретельніше аналізувати нематеріальні активи підприємства.

В цілому, залежно від критерію ліквідності активів можливе подальше розукрупнення стійкості ліквідності до: стійкості абсолютної ліквідності, стійкості поточної ліквідності, стійкості загальної ліквідності.

Залежно від структурування дебіторської заборгованості за ознакою строковості можливе подальше розукрупнення дебіторської стійкості на: загальну стійкість дебіторської заборгованості, стійкість до прострочення дебіторської заборгованості, стійкість до безнадійної дебіторської заборгованості.

Залежно від структурування кредиторської заборгованості за ознакою строковості можливе подальше розукрупнення кредиторської стійкості на: стійкість поточної кредиторської заборгованості, стійкість довгострокової кредиторської заборгованості, стійкість до прострочення кредиторської заборгованості.

У пропонуваній нами моделі пропонується використання методу багаторівневого агрегування базових показників (індикаторів) оцінювання антикризової стійкості діяльності автотранспортного підприємства, що передбачає оцінювання та інтерпретацію показників, інтегральних показників та індексів з урахуванням наступної послідовності рис 3.

Важливими завданнями, які необхідно вирішувати в контексті оцінювання антикризової стійкості автотранспортного підприємства за допомогою інтегральних показників, залишаються:

– урахування структурних характеристик окремих

складових забезпечення нормального функціонування підприємства;

- урахування динаміки зміни показників в часі;
- урахування ефективності використання окремих процесів, ресурсів, активів та пасивів підприємства.

Вирішення першого з наведених завдань можливе через використання показників співвідношення фактичних абсолютних значень показників з граничними чи прийнятними, а також через використання структурних показників, що відображають нормативну (прийнятну) вагомість окремих складових формування стійкості підприємства.

На наступному етапі пропонується знайти проміжні інтегральні показники другого рівня, які розраховуються на основі інтегральних показників першого рівня. Основним результатом запропонованих методичних основ оцінювання антикризової стійкості АТП є встановлений на основі двох інтегральних показників другого рівня (інтегральний показник антикризової стійкості основних засобів АТП та інтегральний показник фінансової антикризової стійкості АТП) – зведений інтегральний показник антикризової стійкості АТП (третій рівень).

Враховуючи багатофакторність формування стійкості автотранспортного підприємства в умовах ринкових відносин, антикризову стійкість необхідно оцінювати з позицій двох сфер стійкості – стійкості основних засобів до кризових явищ та фінансової стійкості.

За обраним розмежуванням рівнів інтегральної оцінки зведений інтегральний показник характеризуватиме загальний рівень антикризової стійкості підприємства. Проміжні інтегральні показники (другого рівня) відображатимуть рівень антикризової стійкості основних засобів та фінансову стійкість.

Базові інтегральні показники (інтегральні показники першого рівня) розраховуються в межах підгруп базових показників і відображатимуть вплив структурних, динамічних та ефективних критеріїв оцінки антикризової стійкості підприємства.

Через розрахунок проміжного інтегрального показника антикризової стійкості основних засобів АТП визначатиметься його потенціал до формування достатнього запасу міцності витримати поширення кризових явищ за рахунок збалансованої політики оновлення основних засобів, оптимальної структури засобів виробництва та у випадку потреби реструктуризувати наявні засоби.

Достатній (нормальний, прийнятний) рівень антикризової стійкості основних засобів АТП нами пропонується розглядати через критерії рівня зносу основних засобів, зміни зносу, рівня оновлення основних засобів, зміни вартості основних засобів, показники вагомості основних засобів тощо.

Через розрахунок проміжного інтегрального показника фінансової антикризової стійкості визначатиметься потенціал готовності підприємства до поширення кризових явищ у розрізі рентабельності, ліквідності та фінансової стійкості. Особливу роль при цьому має відігравати достатній рівень рентабельності та окупності активів та капіталу підприємства, а також збалансована структура поточних зобов'язань тощо.

Розрахунок інтегральних показників антикризової стійкості АТП виконується таким чином:

Таблиця 1. Порядок розрахунку та граничні значення індикаторів антикризової стійкості основних засобів АТП

№	Індикатор антикризової стійкості	Формула розрахунку	Граничні значення показників		
			Надлишковий рівень	Прийнятний рівень	Кризовий рівень
1. Показники зносу основних засобів					
1	Рівень зносу будинків та споруд АТП	$\frac{(\text{р. 120, ст. 15, ПрЗєОЗ})}{(\text{р. 120, ст. 14, ПрЗєОЗ})}$	<0,3	0,5	>0,7
2	Рівень зносу машин та обладнання АТП	$\frac{(\text{р. 130, ст. 15, ПрЗєОЗ})}{(\text{р. 130, ст. 14, ПрЗєОЗ})}$	<0,2	0,35	>0,6
3	Рівень зносу транспортних засобів АТП	$\frac{(\text{р. 140, ст. 15, ПрЗєОЗ})}{(\text{р. 140, ст. 14, ПрЗєОЗ})}$	<0,2	0,3	>0,5
2. Показники зміни зносу основних засобів АТП					
1	Коефіцієнт зміни зносу будинків та споруд АТП	$\frac{(\text{р. 120, ст. 15, ПрЗєОЗ, в. пер.})}{(\text{р. 120, ст. 15, ПрЗєОЗ, н. пер.})}$	<0,8	1	>1,4
2	Коефіцієнт зміни зносу машин та обладнання АТП	$\frac{(\text{р. 130, ст. 15, ПрЗєОЗ, в. пер.})}{(\text{р. 130, ст. 15, ПрЗєОЗ, н. пер.})}$	<0,7	1	>1,3
3	Коефіцієнт зміни зносу транспортних засобів АТП	$\frac{(\text{р. 140, ст. 15, ПрЗєОЗ, в. пер.})}{(\text{р. 140, ст. 15, ПрЗєОЗ, н. пер.})}$	<0,7	1	>1,3
3. Показники оновлення основних засобів АТП					
1	Коефіцієнт оновлення будинків та споруд АТП	$\frac{(\text{р. 120, ст. 5, ПрЗєОЗ, в. пер.})}{((\text{р. 120, ст. 14, ПрЗєОЗ, н. пер.}) - (\text{р. 120, ст. 15, ПрЗєОЗ, н. пер.}))}$	>0,2	0,1	<0,05
2	Коефіцієнт оновлення машин та обладнання АТП	$\frac{(\text{р. 130, ст. 5, ПрЗєОЗ, в. пер.})}{((\text{р. 130, ст. 14, ПрЗєОЗ, н. пер.}) - (\text{р. 130, ст. 15, ПрЗєОЗ, н. пер.}))}$	>0,25	0,15	<0,1
3	Коефіцієнт оновлення транспортних засобів АТП	$\frac{(\text{р. 140, ст. 5, ПрЗєОЗ, в. пер.})}{((\text{р. 140, ст. 14, ПрЗєОЗ, н. пер.}) - (\text{р. 140, ст. 15, ПрЗєОЗ, н. пер.}))}$	>0,3	0,2	<0,1
4. Показники зміни вартості основних засобів АТП					
1	Коефіцієнт зміни залишкової вартості будинків та споруд АТП	$\frac{((\text{р. 120, ст. 14, ПрЗєОЗ, в. пер.}) - (\text{р. 120, ст. 15, ПрЗєОЗ, в. пер.}))}{((\text{р. 120, ст. 14, ПрЗєОЗ, н. пер.}) - (\text{р. 120, ст. 15, ПрЗєОЗ, н. пер.}))}$	>1,2	1	<0,6
2	Коефіцієнт зміни залишкової вартості машин та обладнання АТП	$\frac{((\text{р. 130, ст. 14, ПрЗєОЗ, в. пер.}) - (\text{р. 130, ст. 15, ПрЗєОЗ, в. пер.}))}{((\text{р. 130, ст. 14, ПрЗєОЗ, н. пер.}) - (\text{р. 130, ст. 15, ПрЗєОЗ, н. пер.}))}$	>1,3	1,15	<0,75
3	Коефіцієнт зміни залишкової вартості транспортних засобів АТП	$\frac{((\text{р. 140, ст. 14, ПрЗєОЗ, в. пер.}) - (\text{р. 140, ст. 15, ПрЗєОЗ, в. пер.}))}{((\text{р. 140, ст. 14, ПрЗєОЗ, н. пер.}) - (\text{р. 140, ст. 15, ПрЗєОЗ, н. пер.}))}$	>1,3	1,2	<0,7
5. Показники вагомості основних засобів АТП					
1	Частка будинків та споруд в активах АТП	$\frac{((\text{р. 120, ст. 14, ПрЗєОЗ, в. пер.}) - (\text{р. 120, ст. 15, ПрЗєОЗ, в. пер.}))}{(\text{р. 280, Ф.1})}$	>0,70	0,6	<0,5
2	Частка машин та обладнання в активах АТП	$\frac{((\text{р. 130, ст. 14, ПрЗєОЗ, в. пер.}) - (\text{р. 130, ст. 15, ПрЗєОЗ, в. пер.}))}{(\text{р. 280, Ф.1})}$	>0,08	0,05	<0,02
3	Частка транспортних засобів в активах АТП	$\frac{((\text{р. 140, ст. 14, ПрЗєОЗ, в. пер.}) - (\text{р. 140, ст. 15, ПрЗєОЗ, в. пер.}))}{(\text{р. 280, Ф.1})}$	>0,12	0,08	<0,05

Таблиця 2. Порядок розрахунку та граничні значення індикаторів антикризової фінансової стійкості АТП

№	Індикатор антикризової стійкості	Формула розрахунку	Граничні значення показників		
			Надлишковий	Прийнятний	Кризовий
1. Показники рентабельності діяльності АТП					
1	Коефіцієнт загальної рентабельності	$\frac{(p.220 - 225. \text{ф.} 2.)}{(p.080. \text{ф.} 1. + p.260. \text{ф.} 1.)}$	>0,1	0,05	<0,01
2	Коефіцієнт рентабельності сукупного капіталу	$\frac{(p.220 - 225. \text{ф.} 2.)}{(p.250. \text{ф.} 1.)}$	>0,1	0,05	<0,02
3	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	$\frac{(p.220 - 225. \text{ф.} 2.)}{(p.880. \text{ф.} 1.)}$	>0,15	0,1	<0,05
4	Коефіцієнт рентабельності операційної діяльності	$\frac{(p.220 - 225. \text{ф.} 2.)}{(p.010. \text{ф.} 2.)}$	>0,2	0,1	<0,05
5	Коефіцієнт рентабельності активів	$\frac{(p.190 - 195. \text{ф.} 2.)}{(p.250. \text{ф.} 1.)}$	>0,1	0,05	<0,02
6	Коефіцієнт фондівдачі	$\frac{(p.010. \text{ф.} 2.)}{(p.080. \text{ф.} 1.)}$	>1,4	0,8	<0,2
7	Коефіцієнт оборотності сукупного капіталу	$\frac{(p.010. \text{ф.} 2.)}{(p.250. \text{ф.} 1.)}$	>1	0,5	<0,15
8	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	$\frac{(p.010. \text{ф.} 2.)}{(p.880. \text{ф.} 1.)}$	>1,2	0,6	<0,2
2. Показники ліквідності АТП					
1	Коефіцієнт маневреності власних оборотних засобів	$\frac{(p.250. \text{ф.} 1.)}{(p.880. \text{ф.} 1. - p.080. \text{ф.} 1.)}$	>1	0,5	<0,1
2	Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності	$\frac{(p.260. \text{ф.} 1. + p.270. \text{ф.} 1.)}{(p.620. \text{ф.} 1.)}$	>3	1,5	<0,7
3	Коефіцієнт швидкої ліквідності	$\frac{((p.260. \text{ф.} 1. - 270. \text{ф.} 1.) - (p.100 + p.110 + p.120 + p.130 + p.140. \text{ф.} 1.))}{(p.620. \text{ф.} 1.)}$	>2	1	<0,5
4	Коефіцієнт покриття	$\frac{p.250. \text{ф.} 1.}{(p.420. \text{ф.} 1. + p.620. \text{ф.} 1.)}$	>2	1,5	<1
5	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\frac{(p.220 + p.230 + 240. \text{ф.} 1.)}{(p.620. \text{ф.} 1.)}$	>0,2	0,18	<0,15
6	Коефіцієнт проміжного покриття	$\frac{(p.220 + p.230 + p.240 + p.160 + p.170 + p.180 + p.190 + p.200 + p.210. \text{ф.} 1.)}{(p.620. \text{ф.} 1.)}$	>0,7	0,55	<0,4
7	Коефіцієнт поточної платоспроможності	$\frac{(p.040. \text{ф.} 1. + p.045. \text{ф.} 1. + p.230. \text{ф.} 1. + 240. \text{ф.} 1.)}{(p.420. \text{ф.} 1. + p.620. \text{ф.} 1.)}$	>1,5	1	<0,5
8	Частка оборотних коштів в активах	$\frac{p.250. \text{ф.} 1.}{(p.250. \text{ф.} 1.)}$	>0,1	0,05	<0,02
9	Частка запасів в оборотних активах	$\frac{(p.100 + p.110 + p.120 + p.130 + p.140. \text{ф.} 1.)}{(p.250. \text{ф.} 1.)}$	>0,2	0,1	0,05
10	Коефіцієнт фінансової автономії	$\frac{p.880. \text{ф.} 1.}{(p.250. \text{ф.} 1.)}$	>0,6	0,45	0,3
3. Показники фінансової стійкості АТП					
1	Коефіцієнт концентрації власного капіталу	$\frac{p.880. \text{ф.} 1.}{(p.250. \text{ф.} 1.)}$	>0,6	0,45	<0,3
2	Коефіцієнт фінансової залежності	$\frac{p.250. \text{ф.} 1.}{(p.880. \text{ф.} 1. + p.420. \text{ф.} 1. + p.620. \text{ф.} 1.)}$	<1,1	1,2	>1,3
3	Коефіцієнт фінансової стійкості	$\frac{(p.880. \text{ф.} 1. + p.420. \text{ф.} 1. + p.620. \text{ф.} 1.)}{(p.420. \text{ф.} 1. + p.620. \text{ф.} 1.)}$	>10	5	<2
4	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	$\frac{(p.420. \text{ф.} 1. + p.620. \text{ф.} 1.)}{(p.250. \text{ф.} 1.)}$	<0,05	0,1	>0,2
5	Коефіцієнт фінансового ризику	$\frac{(p.420. \text{ф.} 1. + p.620. \text{ф.} 1.)}{(p.880. \text{ф.} 1. - p.420. \text{ф.} 1. + p.620. \text{ф.} 1.)}$	<0,05	0,15	>0,2
6	Коефіцієнт погашення дебіторської заборгованості	$\frac{(p.160 + p.170 + 180 + p.190 + p.200 + p.210. \text{ф.} 1.)}{(p.010. \text{ф.} 2.)}$	<0,05	0,1	>0,2
7	Коефіцієнт поточної платоспроможності	$\frac{(p.040 + p.045 + p.230 + 240. \text{ф.} 1.)}{(p.420. \text{ф.} 1. + p.620. \text{ф.} 1.)}$	>1,5	1	<0,5
8	Коефіцієнт участі акціонерів	$\frac{(p.880. \text{ф.} 1.)}{(p.880. \text{ф.} 1.)}$	>0,7	0,5	<0,2

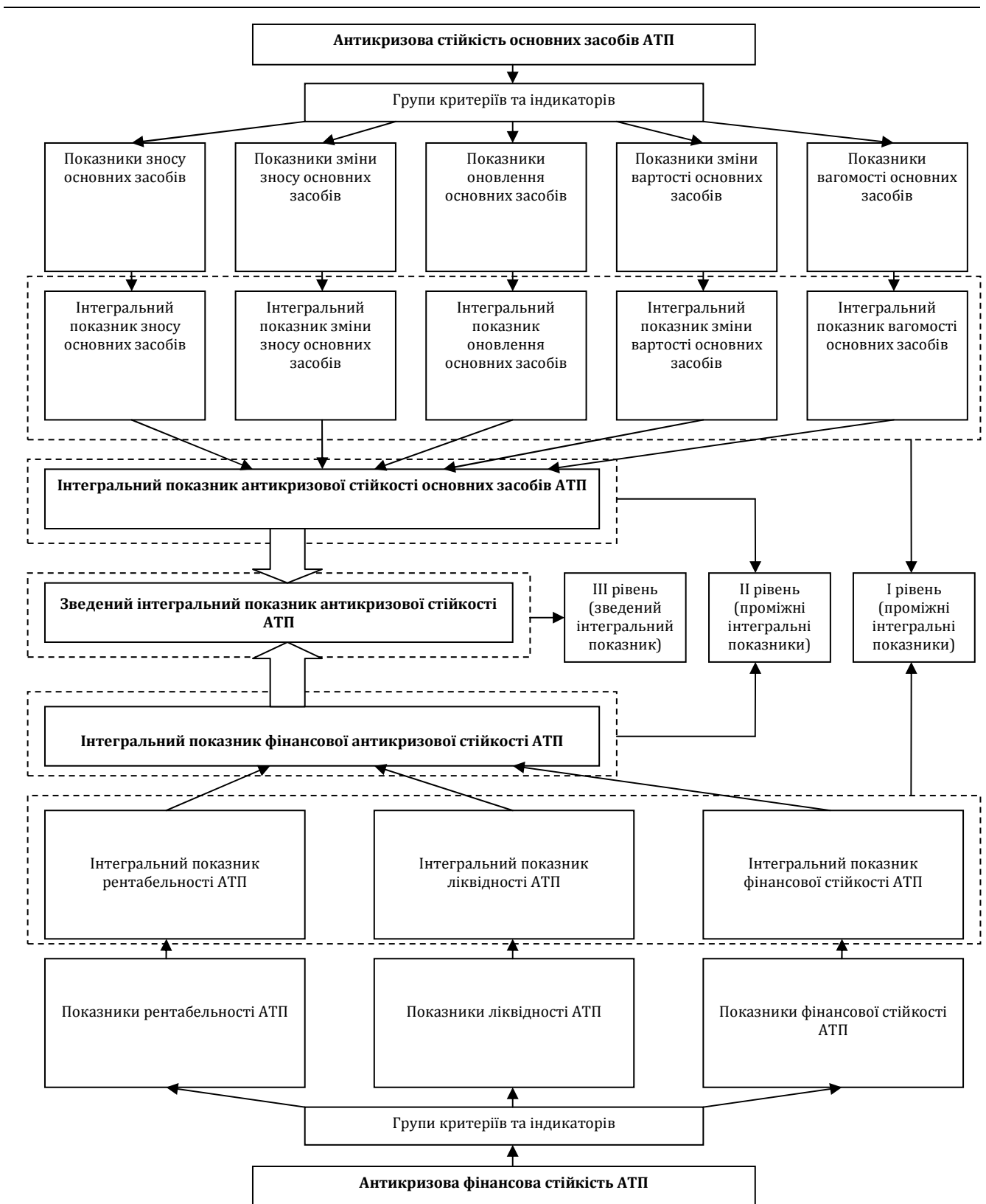


Рис. 3. Модель багаторівневого агрегування базових показників (індикаторів) оцінювання антикризової стійкості АТП

$$I_t^e = \sum_{i=1}^n I_{i,t}^e * q_{i,t}$$

де I_t^e – зведений інтегральний показник антикризової стійкості АТП t-періоді;

- інтегральний показник i-ї групи індикаторів антикризової стійкості АТП у t-періоді;
- ваговий коефіцієнт i-ї групи індикаторів антикризової стійкості АТП у t-періоді.

Інтегральні показники антикризової стійкості АТП у

розрізі підгруп базових індикаторів розраховуються за формулою:

$$I_{i,t}^e = \sum_{j=1}^m K_{i,j}$$

- де
- нормалізоване значення j -го індикатора антикризової стійкості АТП i -ї групи показників;
 - ваговий коефіцієнт, що визначає внесок j -го індикатора в інтегральний показник i -ї групи показників.

Нормалізація значень j -х індикаторів пов'язана з різноспрямованістю критичних значень та розраховується за формулою

$$K_{i,j} = \begin{cases} \frac{x_{i,j}}{x_{opt}}, & \text{ЯКЩО } x_{opt} > x_{i,j} \\ \frac{x_{opt}}{x_{i,j}}, & \text{ЯКЩО } x_{opt} < x_{i,j} \end{cases}$$

де $x_{i,j}$ – прийнятне значення j -го індикатора i -ї групи показників;

x_{opt} – критичне значення j -го індикатора антикризової стійкості АТП i -ї групи показників.

Як і для показників (індикаторів) антикризової стійкості АТП, для інтегральних показників також

мають бути визначені граничні межі та діапазони (рівні) значень (кризовий, прийнятний, надлишковий). Водночас, на відміну від базових індикаторів антикризової стійкості АТП, для яких діапазони значень визначались індивідуально, для інтегральних показників це визначається на основі розрахунку інтегральних показників за граничними та прийнятними межами значень індикаторів. Для обчислення значення базових інтегральних показників за кризовим рівнем припускається, що значення всіх індикаторів перебувають на кризовому рівні. Відповідно для розрахунку інтегрального показника на надлишковому рівні вважається, що значення відповідних базових індикаторів перебувають на надлишковому рівні.

Сукупність інтегральних показників антикризової стійкості АТП, розрахованих на основі прийнятного діапазону значень індикаторів, визначають прийнятні параметричні характеристики. Фактичні розрахунки граничних меж інтегральних показників антикризової стійкості АТП наведено у табл. 3.

Порівняння фактичних (розрахункових) значень інтегральних показників антикризової стійкості (першого, другого та третього рівнів) автотранспортного підприємства з їх граничними рівнями значень забезпечує вирішення двох принципових стратегічних завдань: встановлення

Таблиця 3. Граничні значення інтегральних показників антикризової стійкості АТП

	№	Інтегральні показники антикризової стійкості	Граничні значення інтегральних показників	
			Надлишковий рівень	Кризовий рівень
I рівень (проміжні інтегральні показники)	1	Інтегральний показник зносу основних засобів	>1,617	<0,624
	2	Інтегральний показник зміни зносу основних засобів АТП	>1,384	<0,755
	3	Інтегральний показник оновлення основних засобів АТП	>1,675	<0,550
	4	Інтегральний показник зміни вартості основних засобів АТП	>1,127	<0,608
	5	Інтегральний показник вагомості основних засобів АТП	>1,447	<0,610
II рівень (проміжні інтегральні показники)	Інтегральний показник антикризової стійкості основних засобів АТП		>1,447	<0,633
	III рівень (зведений інтегральний показник)	Зведений інтегральний показник антикризової стійкості АТП	1,625	0,564
	Інтегральний показник фінансової антикризової стійкості АТП		>1,803	<0,496
I рівень (проміжні інтегральні показники)	1	Інтегральний показник рентабельності діяльності АТП	>1,895	<0,361
	2	Інтегральний показник ліквідності АТП	>1,630	<0,560
	3	Інтегральний показник фінансової стійкості АТП	>1,859	<0,575

реального стану антикризової стійкості АТП та визначення типу стратегії розвитку АТП, яка найбільш адекватна за наявного рівня антикризової стійкості АТП.

При розрахунку інтегральних показників різні коефіцієнти вагомості як окремих індикаторів для розрахунку базових інтегральних показників підгруп (перший рівень), так і для інтегральних показників вищих рівнів, дозволяють комплексно визначити антикризову стійкість АТП. Обрані коефіцієнти вагомості індикаторів та інтегральних показників можуть змінюватись залежно від конкретного автотранспортного підприємства, що забезпечуватиме більший рівень адаптації методичних основ оцінювання антикризової стійкості під потреби окремого АТП. На нашу думку, такий підхід відображає обрану парадигму оцінки антикризової стійкості, за якою і на вищих рівнях агрегації показників має бути врахований їх ваговий вплив на антикризову стійкість автотранспортного підприємства.

Список літератури

1. Костирко, Л. А. *Діагностика потенціалу фінансово-економічної стійкості підприємства [Текст] : монографія / Л. А. Костирко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Х.: Фактор, 2008. – 336 с.*
2. Лахтіонова, Л. А. *Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання [Текст] : монографія / Л. А. Лахтіонова. – К.: КНЕУ, 2001. – 387 с.*
3. Мних, Є. В. *Економічний аналіз на промисловому підприємстві [Текст] / Є. В. Мних. – К. : Інститут змісту і методів навчання, 1996. – 236 с.*

РЕЗЮМЕ

Иванченко Светлана

Методические основы оценивания антикризисной стойкости автотранспортных предприятий в Украине

В статье раскрыты методические основы оценки антикризисной устойчивости автотранспортных предприятий в Украине. Предложена модель многоуровневого агрегирования базисных показателей (индикаторов) оценки, а также порядок расчета и пороговые значения индикаторов антикризисной устойчивости.

RESUME

Ivanchenko Svitlana

Methodical bases of anti-crisis stability evaluation of automobile transport enterprises in Ukraine

The article is dedicated to the methodological foundations of anti-crisis stability of automobile transport enterprises' evaluation in Ukraine. The model of multilevel aggregation of basic indicators assessment and the calculation of indicators and thresholds bail resistance are proposed.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2011 р.

Ганна ІВАЩЕНКО

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічного аналізу,
Харківський національний економічний університет

Тетяна ЧЕЧЕТОВА-ТЕРАШВІЛІ

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічного аналізу,
Харківський національний економічний університет

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ЗА КРИТЕРІЄМ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

Проведено градацію рівнів машинобудівних підприємств Харківського регіону за критерієм ефективності їх діяльності за допомогою кластерного аналізу. Виявлено підприємства з високим, несталим та низьким рівнем ефективності діяльності. Проведена кластеризація підприємств дозволить підвищити ефективність їх стратегічного управління.

Ключові слова: управління, аналіз, кластер, стратегія, рівень, дендрограма, градація.

Ефективність діяльності підприємства виступає одним із головних критеріїв його конкурентоспроможності та основою забезпечення сталого економічного зростання. Для стратегічного управління розвитком підприємств виникає необхідність провести градацію рівнів ефективності їх діяльності. Враховуючи той факт, що жодна з вітчизняних галузей економіки не здатна функціонувати без продукції машинобудування, можна стверджувати, що доцільно аналізувати розвиток з урахуванням критерію ефективності діяльності, перш за все, підприємств машинобудівного комплексу. Накопичення та збільшення його потенціалу є одним з визначальних напрямків оздоровлення національної економіки. Зважаючи на це, визначення та аналіз рівнів ефективності діяльності машинобудівних підприємств є ключовим завданням в сучасних економічних реаліях.

Розвитком теорії ефективності діяльності підприємства займалися провідні вчені-економісти: К. Адамс, М. Веттер, Р. Каплан, Л. Мейсел, Д. Нортона, Н.-Г. Ольве, П. Робертс, Ж. Рой [3-10]. Але надзвичайно актуальною та невирішеною науковою проблемою є визначення та розмежування рівнів ефективності діяльності підприємств.

Метою статті є проведення аналізу градації рівнів машинобудівних підприємств за ознакою ефективності їх діяльності. Для її проведення доцільно використовувати кластерний аналіз.

Для проведення поглибленого аналізу ефективності підприємства першочерговим та головним завданням є формування системи показників. Таку систему сформовано на основі процесного підходу за групами показників, які комплексно характеризують функціональні сфери діяльності [4]. Функціональна сфера діяльності – робота, яка виконується сукупністю підрозділів для досягнення цілей підприємства. В дослідженні виділяються ключові функціональні сфери діяльності: виробнича, фінансова, інноваційно-інвестиційна для визначення рівнів ефективності діяльності підприємств. Дослідження ефективності

діяльності проведено на базі 26 машинобудівних підприємств Харківського регіону. Створюючи найактивнішу частину основних виробничих фондів – знаряддя праці, машинобудування істотно впливає на темпи й напрямки науково-технічного прогресу в інших галузях господарства, зростання продуктивності праці та інші показники, що визначають ефективність діяльності. Підвищення ефективності машинобудівного виробництва визначається не лише впровадженням нових типів машин і устаткування, вдосконаленням його галузевої структури, реконструкцією та технічним переозброєнням. Великі можливості приховані у виявленні та використанні наявних резервів зростання ефективності їх діяльності.

Доцільність виконання класифікації досліджуваних підприємств за ознакою ефективності їх діяльності обґрунтовується необхідністю врахування їх специфіки та основних тенденцій діяльності та розвитку. Для досягнення цієї мети адекватним вважаємо метод кластерного аналізу. Основною метою кластерного аналізу є виділення у вихідних багатомірних даних таких однорідних підмножин, щоб об'єкти усередині груп (кластерів) були схожі відповідно до мети дослідження один на одного, а об'єкти з різних груп – не схожі [2]. Під подібністю розуміється близькість об'єктів у багатомірному просторі ознак, і тоді задача зводиться до виділення в цьому просторі природних скупчень (кластерів).

Процедуру кластерного аналізу виконано за допомогою пакету прикладних програм "STATGRAPHICS PLUS" [1]. Для виділення кластерів досліджуваних підприємств використано модуль Cluster Analysis статистичного пакету Statgraphics Plus for Windows. Дендрограму кластерів машинобудівних підприємств Харківського регіону для проведення оцінки та аналізу ефективності діяльності представлено на рис. 1.

Першочерговим завданням є виділення класів підприємств з метою проведення оцінки та аналізу ефективності їх діяльності. Таким чином, було виділено 3 кластери (табл. 1).

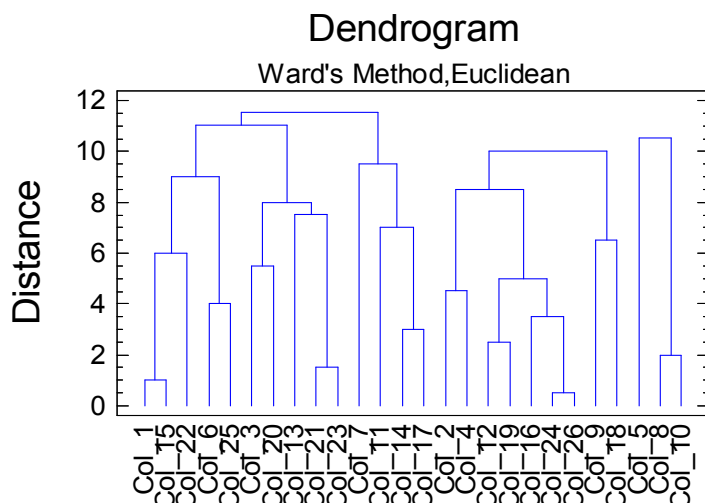


Рис. 1. Дендрограма кластерів машинобудівних підприємств Харківського регіону для проведення оцінки та аналізу ефективності діяльності

В дослідженні при проведенні кластерного аналізу підприємств використано метод Уорда, що приводить до утворення кластерів приблизно рівних розмірів з мінімальної внутрішньокластерною варіацією. В процесі проведення кластерного аналізу застосовано евклідову

відстань з попередньою стандартизацією змінних.

Підприємства, які утворили перший кластер, визначено як такі, на яких спостерігається високий рівень ефективності їх діяльності. При цьому необхідно враховувати, що встановлено лише незначно вищий

№ кластеру та його назва	Назва підприємства
1 кластер підприємств з високим рівнем ефективності діяльності	ВАТ «Автрамат»
	ВАТ «Харківський завод електромонтажних виробів»
	ВАТ завод «Електромаш»
	ЗАТ «Харківський інструментальний завод»
	ДП завод «Електроважмаш»
	ВАТ «Завод ім. Фрунзе»
	Колективне підприємство машинобудівний завод «Червоний промінь»
	ВАТ «Харківський підшипниковий завод»
	ВАТ «Харківський електроапаратний завод»
	ВАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш»
	ВАТ «Куп'янський ливарний завод»
	ВАТ «Точприлад»
	ЗАТ «Харківський велосипедний завод ім. Г. І. Петровського»
ВАТ «ХТЗ ім. Орджонікідзе»	
2 кластер з несталим рівнем ефективності діяльності	ВАТ «РОСС» (ВАТ «Харківський завод агрегатних верстатів»)
	ВАТ «Харківський завод штамів і пресформ» «Харківзалізобетон»
	ВАТ «Форез»
	Харківський електромеханічний завод
	ЗАТ «Харківський завод електромонтажних виробів № 1»
	ВАТ «Електромашина»
3 кластер підприємств з низьким рівнем ефективності діяльності	ЗАТ завод «Південкабель»
	ВАТ «Харківський дослідний завод технологічного оснащення»
	ДП завод «Протон»
	ВАТ «Лозовський ковальсько-механічний завод»
	ЗАТ НВО «Турбоенергосервіс»
ВАТ «Чугуївська паливна апаратура»	

рівень порівняно з іншими досліджуваними підприємствами. При проведенні економічного аналізу діяльності цих підприємств та дослідженні ефективності їх управлінської системи виявлено також значні недоліки, але порівняно з іншими ефективність їх діяльності дещо вища. Така ситуація пов'язана з підвищенням виробничого потенціалу підприємств, основними індикаторами цього є зростання темпів фондоозброєності, продуктивності праці, коефіцієнта покриття, рентабельності за операційною діяльністю.

До складу другого кластера внесено сім підприємств, різних за ефективністю своєї діяльності. Його визначено як кластер з несталим рівнем ефективності діяльності. Серед підприємств досить складно однозначно визначити рівень ефективності. В результаті проведеного аналізу виявлено суперечності в динаміці досліджених факторів. Зокрема при значному підвищенні коефіцієнту покриття інвестицій та виробничого потенціалу знижується продуктивність праці, рентабельність за операційною діяльністю, знижується коефіцієнт автономії.

Підприємства, які утворили третій кластер, визначено як такі, що вирізняються низьким рівнем ефективності їх діяльності. Такий висновок робимо, виходячи з того, що відбувається зниження продуктивності праці, підвищення коефіцієнта фінансової залежності, зниження коефіцієнта абсолютної ліквідності та коефіцієнта автономії. Такі загальні тенденції засвідчують про підвищення залежності від залученого капіталу, та, як наслідок, виплату значних грошових сум за відсотками за отриманими кредитами. Підприємства третього кластера перейшли критичну точку, коли з додатковим залученням позикового капіталу відбувається не підвищення, а зниження дохідності підприємства та ефективності його діяльності. Зниження продуктивності праці породжене зниженням зацікавленості персоналу в результатах праці в зв'язку зі зникненням мотивації.

У цій ситуації ще існує можливість відновлення рівноваги між власними та залученими коштами за рахунок поповнення джерел власних засобів, скорочення дебіторської заборгованості та прискорення оборотності запасів.

Стратегічне управління розвитком підприємства базується на проведенні ґрунтовного дослідження стійкості розподілу підприємств на кластери за критерієм ефективності їх діяльності. Розподіл підприємств на кластери за 2005, 2006, 2007, 2008 та 2009 роки подано в табл. 2.

На основі проведеного аналізу можна зробити наступні висновки: у цій галузі лише одне підприємство з досліджуваних входить до складу кластера з високим рівнем ефективності діяльності – ЗАТ «Завод «Південкабель». Більшість підприємств знаходяться на середньому рівні: ВАТ «РОСС» (ВАТ «Харківський завод агрегатних верстатів»), ВАТ «Харківський завод штамів і пресформ» «Харківзалізобетон», ВАТ «Форез», Харківський електромеханічний завод, ВАТ «Електромашинна», ВАТ «Харківський дослідний завод технологічного оснащення», ВАТ «Чугувська паливна апаратура», ВАТ «Лозовський ковальсько-механічний завод», ВАТ «Куп'янський ливарний завод», Колективне підприємство машинобудівний завод «Червоний промінь». У кластер з низьким рівнем ефективності діяльності частіше потрапляли такі підприємства як: ЗАТ «Харківський завод

електромонтажних виробів № 1», ЗАТ НВО «Турбоенергосервіс», ВАТ «Точприлад», ДП «Завод «Протон».

Проаналізувавши за п'ять років рівень ефективності діяльності підприємств, використовуючи кластеризацію, можна зробити висновок про те, що в галузі спостерігається конкурентостійкість за критерієм ефективності діяльності. Підприємствам, які внесені до складу кластера з низьким рівнем ефективності діяльності, необхідно здійснити комплекс заходів, які приведуть до його підвищення. Тобто, цим підприємствам необхідно збільшувати прибуток шляхом розширення виробництва і реалізації, укласти вигідніші контракти з покупцями, також потрібно збільшувати розмір власного капіталу шляхом залучення нових акціонерів та емісії цінних паперів.

Основним недоліком системи управління досліджуваних підприємств є їх ізольованість та націленість на одиничні фактори. Одиничні відносні показники мають обмежену цінність, тому що принципове значення для ефективного управління має оцінка загальних тенденцій. Крім того, зміни в одному показнику можуть мати значення тільки тоді, якщо він зіставний з іншими показниками. Тому підвищення ефективності діяльності підприємств повинне забезпечувати розгляд господарських процесів всіх взаємозв'язків, взаємозалежностей та взаємообумовленості ключових показників та сфер діяльності.

Таким чином, при інтерпретації результатів виконання кластерного аналізу з метою проведення аналізу та оцінки ефективності діяльності виявлено протиріччя, зокрема при визначенні другого кластера. Тому апріорно стверджуємо про необхідність проведення удосконаленої класифікації з самонавчанням мережі серед підприємств другого та третього кластерів.

Список літератури

1. Боровиков, В. STATISTICA. Искусство анализа данных на компьютере: Для профессионалов [Текст] / В. Боровиков. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2003 – 688 с.
2. Куліков, П. М. Економіко-математичне моделювання фінансового стану підприємства [Текст] : навчальний посібник / П. М. Куліков, Г. А. Іващенко. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2009. – 152 с.
3. Ольве Нильс-Горан. Оценка эффективности деятельности компании / Ольве Нильс-Горан, Жан Рой, Магнус Ветер / Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей [Текст] : Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 304 с.
4. Отенко І. П. Аналіз та оцінка стратегічного потенціалу підприємства [Текст] : наукове видання / І. П. Отенко, Л. М. Малярець, Г. А. Іващенко. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. – 208 с.
5. Томпсон-мл., А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа [Текст] / Артур А. Томпсон-мл., III. А. Стрикленд, Дж., 12-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 928 с.
6. Управление – это наука и искусство [Текст] : А. Файоль, Г. Эмерсон, Ф. Тейлор, Г. Форд. – М.: Республика, 1992. – 351 с.
7. Управление организацией [Текст] : учебник / Под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. – 3-е изд. – М.: Инфра-М, 2003. – 716 с.
8. Хэмел, Г. Стратегия гибкости [Текст] / Г. Хэмел, К. Прахалад, Г. Томас, Д. О'Нил; Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2005. – 384 с.
9. Шершньова, З. Є. Стратегічне управління [Текст] : підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

Таблиця 2. Дослідження стійкості розподілу підприємств на кластери за критерієм ефективності їх діяльності

Рік	Підприємства, які внесено до складу кластера
2005	Кластер підприємств з низьким рівнем ефективності діяльності: ЗАТ «Харківський завод електромонтажних виробів № 1», ЗАТ НВО «Турбоенергосервіс», ВАТ «Точприлад», ДП завод «Протон»
	Кластер підприємств з середнім рівнем ефективності діяльності: ВАТ «РОСС» (ВАТ «Харківський завод агрегатних верстатів»), ВАТ «Харківський завод штампів і пресформ» «Харківзалізобетон», ВАТ «Форез», Харківський електромеханічний завод, ВАТ «Електромашина», ВАТ «Харківський дослідний завод технологічного оснащення», ВАТ «Лозовський ковальсько-механічний завод», ВАТ «Чугуївська паливна апаратура», ВАТ «Куп'янський ливарний завод», Колективне підприємство машинобудівний завод «Червоний промінь»
	Кластер підприємств з високим рівнем ефективності діяльності: ЗАТ завод «Південкабель»
2006	Кластер підприємств з низьким рівнем ефективності діяльності: ЗАТ «Харківський завод електромонтажних виробів № 1», ЗАТ НВО «Турбоенергосервіс», ВАТ «Точприлад», ДП завод «Протон»
	Кластер підприємств з середнім рівнем ефективності діяльності: ВАТ «РОСС» (ВАТ «Харківський завод агрегатних верстатів»), ВАТ «Харківський завод штампів і пресформ» «Харківзалізобетон», ВАТ «Форез», Харківський електромеханічний завод, ВАТ «Електромашина», ВАТ «Харківський дослідний завод технологічного оснащення», ВАТ «Лозовський ковальсько-механічний завод», ВАТ «Чугуївська паливна апаратура», ВАТ «Куп'янський ливарний завод», Колективне підприємство машинобудівний завод «Червоний промінь»
	Кластер підприємств з високим рівнем ефективності діяльності: ЗАТ завод «Південкабель»
2007	Кластер підприємств з низьким рівнем ефективності діяльності: ЗАТ НВО «Турбоенергосервіс»
	Кластер підприємств з середнім рівнем ефективності діяльності: ВАТ «РОСС» (ВАТ «Харківський завод агрегатних верстатів»), ВАТ «Харківський завод штампів і пресформ» «Харківзалізобетон», ВАТ «Форез», Харківський електромеханічний завод, ВАТ «Електромашина», ВАТ «Харківський дослідний завод технологічного оснащення», ВАТ «Лозовський ковальсько-механічний завод», ВАТ «Чугуївська паливна апаратура», ВАТ «Куп'янський ливарний завод», Колективне підприємство електромонтажних виробів № 1»
	Кластер підприємств з високим рівнем ефективності діяльності: ЗАТ завод «Південкабель»
2008	Кластер підприємств з низьким рівнем ефективності діяльності: ЗАТ «Харківський завод електромонтажних виробів № 1»
	Кластер підприємств з середнім рівнем ефективності діяльності: ВАТ «РОСС» (ВАТ «Харківський завод агрегатних верстатів»), ВАТ «Харківський завод штампів і пресформ» «Харківзалізобетон», ВАТ «Форез», Харківський електромеханічний завод, ВАТ «Електромашина», ВАТ «Харківський дослідний завод технологічного оснащення», ВАТ «Лозовський ковальсько-механічний завод», ВАТ «Чугуївська паливна апаратура», ВАТ «Куп'янський ливарний завод», Колективне підприємство машинобудівний завод «Червоний промінь», ВАТ «Точприлад», ДП завод «Протон», ЗАТ НВО «Турбоенергосервіс»
	Кластер підприємств з високим рівнем ефективності діяльності: ЗАТ завод «Південкабель»
2009	Кластер підприємств з низьким рівнем ефективності діяльності: ЗАТ «Харківський завод електромонтажних виробів № 1»
	Кластер підприємств з середнім рівнем ефективності діяльності: ВАТ «РОСС» (ВАТ «Харківський завод агрегатних верстатів»), ВАТ «Харківський завод штампів і пресформ» «Харківзалізобетон», ВАТ «Форез», Харківський електромеханічний завод, ВАТ «Електромашина», ВАТ «Харківський дослідний завод технологічного оснащення», ВАТ «Лозовський ковальсько-механічний завод», ВАТ «Чугуївська паливна апаратура», ВАТ «Куп'янський ливарний завод», Колективне підприємство машинобудівний завод «Червоний промінь», ВАТ «Точприлад», ДП завод «Протон», ЗАТ НВО «Турбоенергосервіс»
	Кластер підприємств з високим рівнем ефективності діяльності: ЗАТ завод «Південкабель»

РЕЗЮМЕ

Иващенко Анна, Четцова-Терашвили Татьяна
Стратегическое управление развитием предприятия по критерию эффективности его деятельности

Проведена градация уровней машиностроительных предприятий Харьковского региона по критерию эффективности их деятельности с помощью кластерного анализа. Обнаружены предприятия с высоким, неустойчивым и низким уровнем эффективности деятельности. Проведенная кластеризация предприятий позволит повысить эффективность их стратегического управления.

RESUME

Ivaschenko Anna, Chechetova-Terashvili Tetyana
Strategic management development of enterprise on criterion of efficiency of its activity

Gradation of levels of machine-building enterprises of the Kharkiv region on the criterion of efficiency of their activity by a cluster analysis is conducted. The enterprises with the high, unsteady and low level of efficiency of activity are detected. The conducted clusterization of enterprises will allow to promote efficiency of their strategic management.

Стаття надійшла до редакції 17.03.2011 р.

Євген ІВЧЕНКО

кандидат технічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики факультету економіки і менеджменту,
директор навчально-наукового інформаційного центру,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Євгенія КАРПЕНКО

аспірант,
асистент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту факультету фінансів і обліку,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ПРОЦЕСНО-ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Розглянуто систему внутрішнього контролю процесно-орієнтованого управління підприємствами. Визначено сутності процесно-орієнтованого управління підприємствами, контролю процесно-орієнтованого управління в системах їх управління та системи внутрішнього контролю бізнес-процесів. Запропоновано концептуальні основи внутрішнього контролю процесно-орієнтованого управління підприємствами.

Ключові слова: бізнес-процес, контроль процесно-орієнтованого управління, концепція внутрішнього контролю процесів, об'єкт внутрішнього контролю процесів, підприємство, процесно-орієнтоване управління, система внутрішнього контролю процесів, суб'єкт внутрішнього контролю процесів, управління підприємством.

Україна, проходячи важкий шлях трансформативних перетворень і національного відродження, знаходиться на етапі побудови ринкової економіки. Сучасний стан вітчизняної економіки має ознаки затяжної кризи, які поєднують у собі як закономірні, первинного походження кризові явища, так і наслідкові негативні явища похідного характеру. За цих умов, діяльність українських підприємств зазнає впливу таких чинників як неврегульований і стрімкий ріст цін, спад виробництва та реалізації продукції в багатьох галузях народного господарства, платіжна криза, банкрутство [1, с. 306]. Все це об'єктивно вимагає нових підходів і теоретичного осмислення шляхів забезпечення ефективної діяльності підприємств в умовах динаміки їх розвитку [2-4]. Вважаючи підприємства домінують розвинути національної економіки, можна стверджувати, що розробка сучасних стратегій та технологій розвитку підприємств на основі впровадження процесно-орієнтованого управління (ПОУ) [5-7] та використання нових підходів до організації внутрішнього контролю (ВК) як засобу інформаційної підтримки управління є сьогодні доцільною і своєчасною [8-10]. Таким чином, метою дослідження є вдосконалення діяльності підприємств в Україні, щоб забезпечити сталий розвиток підприємств різних галузей з відповідним економічним зростанням і забезпеченням соціально-економічних потреб кожної людини, за рахунок впровадження внутрішнього контролю процесно-орієнтованого управління (ВКПОУ) підприємствами.

Вирішенню проблем ВКПОУ підприємствами присвячено праці А. Гуришева [8], Н. Шичкова [9], І. Краснова [10] та інших вітчизняних та зарубіжних науковців. Але, в той же час, аналіз практики господарювання підприємств та опитування менеджерів вищого рівня [2, с. 38; 3, с. 68] показав, що на сьогодні існує гостра необхідність в інтегрованому

методичному інструментарії підтримки основних функцій управління підприємствами – планування, контролю, обліку і аналізу, координації різноманітних аспектів управління бізнес-процесами. Більшість підприємств намагається вирішити це питання шляхом впровадження програмних продуктів для планування і обліку ресурсів, наприклад «SAP for retail» [3, с. 69]. Але, використання спеціалізованих комп'ютерних програм без впровадження системи ВК бізнес-процесів не може повністю вирішити питання отримання релевантної інформації щодо ходу виконання бізнес-процесу для прийняття відповідних управлінських рішень [4, с. 81; 5, с. 51-52]. З метою дослідження актуальності впровадження ВКПОУ підприємствами ми провели опитування представників вибіркової сукупності підприємств Полтавського регіону. В опитуванні взяли участь менеджери 81-го підприємств торгівельної галузі (87 % з яких є підприємствами роздрібною торгівлі) [3, с. 69-70]. Під час опитування вдалося встановити факт гострої необхідності впровадження системи ВК бізнес-процесів. Так 21% менеджерів, яких було опитано, визнає одним із головних завдань опису бізнес-процесів саме впровадження системи ВК [3, с. 70]. Аналіз тенденцій розвитку системи ВК на вітчизняних підприємствах [3, с. 70; 6, с. 64] дозволив нам дійти висновку, що власники підприємств і менеджери вищого рівня досягли ясного розуміння того, що на цьому етапі розвитку ринкових відносин саме впровадження ВКПОУ є найбільш адекватним інструментом протистояння загрозливим конкурентної боротьби та забезпечення вимог щодо підвищення якості управління підприємствами. У той же час дослідження [8-10] свідчать про низький рівень впровадження системи ВК бізнес-процесів та відсутність спеціалізованого підрозділу, що координує роботу внутрішніх контролерів. Так, лише 5,9%

підприємств, що були досліджені, мають відділ ВК, а на решті підприємств – функції контролю частково покладені на керівників та працівників бухгалтерії. На фоні низького рівня спеціальної професійної підготовки керівників підприємств та проблем, що пов'язані із станом торговельної галузі, така ситуація виявляє великий потенціал для впровадження ВК бізнес-процесів. Беручи до уваги той факт, що, у переважній своїй більшості, методи ВК бізнес-процесів мають превентивний (попереджувальний) характер, то витрати на його впровадження повною мірою окупаються попередженням ризиків і втрат. Від ефективності ВК бізнес-процесів та оптимального поєднання контрольних процедур залежить результативність та якість бізнес-процесів, що є обов'язковою умовою ефективності функціонування підприємства в цілому. Система ВК бізнес-процесів забезпечує постійний моніторинг ходу процесу за всіма визначеними параметрами, а реалізація превентивної функції ВК дозволяє досягти абсолютної керованості системи бізнес-процесів суб'єкта господарювання. Виконуючи функції зворотнього зв'язку, ВК бізнес-процесів надає гнучкості і здійснює корегування ходу процесу відповідно до встановлених цілей. У сучасній науковій літературі [8-10] доведено, що дослідження проблем формування моделі ВК бізнес-процесів ускладнюється невизначеністю підходів до її структурної побудови з урахуванням специфіки ПОУ підприємствами. Вказані обставини визначають актуальність і необхідність розробки концептуальних основ формування моделі ВКПОУ в системі ПОУ підприємств.

Таким чином, завданням статті є визначення сутності ПОУ підприємствами, контролю ПОУ в системах їх управління та системи ВК бізнес-процесів і розробці концептуальних основ ВКПОУ підприємствами.

На основі системного підходу [11, 12] щодо здійснення наукових досліджень, представимо ВКПОУ підприємств у вигляді системи, що містить у собі суть, мету, завдання, предмет, об'єкт, суб'єкт, засоби та методичні прийоми контролю.

Під ПОУ підприємствами будемо розуміти управлінську діяльність, яка ґрунтується на системі взаємопов'язаних бізнес-процесів при здійсненні управління процесами, діяльністю і ресурсами підприємств, має спрямованість на досягнення цільових орієнтирів у перспективі, забезпечує конкурентоспроможність, ефективність та довгостроковий успіх підприємств шляхом задоволення потреб споживачів [13, с. 528]. Відповідно до цього визначення, під ВКПОУ будемо розуміти безперервну та повторювану у часі послідовність взаємопов'язаних дій, що здійснюються у встановленому порядку і реалізуються за допомогою сукупності організаційних, економічних та технічних методів і прийомів для мінімізації ризику і надання інформації щодо відхилень фактичного стану системи бізнес-процесів від бажаного і їх відповідності законам, стандартам, регламентам чи іншим прийнятним управлінським рішенням. Фіксуєчи відхилення і встановлюючи причини їх виникнення, ВК бізнес-процесів допомагає оперативно розробити та реалізувати на практиці заходи, які спрямовані на оптимальне функціонування системи бізнес-процесів, що є об'єктами контролю, і підвищення їх ефективності.

Контролем на підприємстві займається система ВК процесів (СВКП), яка може мати різні конфігурації залежно від специфіки діяльності підприємства, його

розміру, структури управління, наявності відокремлених підрозділів [8-10]. У статті під СВКП будемо розуміти сукупність організаційних структур, взаємопов'язаних об'єктів і суб'єктів контролю, використовуваних контролюючих методів і засобів оцінки якості, ефективності та результативності бізнес-процесів на різних стадіях виконання процесу і рівнях управління підприємствами. Мета і завдання ВК бізнес-процесів підприємств залежать від розміру та організаційної структури підприємств, специфіки їх діяльності, стадії життєвого циклу, технічного рівня управління і потреб керівництва. Але в цілому, відповідно до наведеного вище визначення ВКПОУ підприємств, його узагальненою метою є забезпечення релевантною інформацією (стосовно ходу виконання процесів) системи управління для прийняття ефективних рішень. Виходячи із цієї мети, ВК бізнес-процесів підприємств повинен виконувати наступні завдання (рис. 1).

У загальному вигляді під об'єктом ВКПОУ будемо вважати керований ланцюг системи управління (СУ), що приймає контрольний вплив. До об'єктів ВК бізнес-процесів віднесемо первинні і вторинні входи і виходи бізнес-процесів, хід та час їх виконання, а також управлінські рішення, що приймаються власниками процесів та іншими посадовими особами в контексті процесів, що досліджуються. Предметом ВКПОУ визначимо відповідність виходу бізнес-процесів стандартам, що затверджені, або вимогам споживачів. Суб'єктом є власник процесу, керівник або оператор (учасник), що здійснює контрольні дії при виконанні покладених на нього обов'язків чи на основі наданих повноважень. Відповідно до цього, суб'єкти ВК бізнес-процесів доцільно поділити на три категорії:

- суб'єкти I-го рівня – особи, до функціональних обов'язків яких входить лише здійснення контрольної діяльності (наприклад працівники відділу технічного контролю);
- суб'єкти II-го рівня – особи, до функціональних обов'язків яких входить здійснення як контрольної, так і виконавчої діяльності (наприклад власники процесів);
- суб'єкти III-го рівня – особи, до функціональних обов'язків яких контрольна діяльність не належить, але здійснюється за виробничими потребами (наприклад учасники процесів, працівники бухгалтерії).

Процедурами ВК є сукупність заходів, що здійснюються суб'єктами внутрішнього контролю бізнес-процесів і які спрямовані на оцінку відхилень фактичного стану об'єкту контролю від бажаного, а також на оцінку ефективності досягнення поставлених стратегічних цілей. Засоби і методичні прийоми ВК бізнес-процесів систематизуємо на три групи:

1. Фактичні: спостереження, бенчмаркінг, контрольні заміри, експертизи, службове розслідування.
2. Розрахунково-аналітичні: процесно-орієнтований аналіз, статистичні розрахунки (статистичний аналіз точності і надійності процесів, статистичне регулювання процесів, статистичний приймальний контроль, статистичні методи оцінки якості), інтегровані показники, факторний аналіз.
3. Документально-процесуальні: порівняння, взаємний контроль операцій та документів, логістична, нормативно-правова перевірка.

На основі прийомів ВК бізнес-процесів, що зазначені



Рис. 1. Завдання системи внутрішнього контролю бізнес-процесів

вище, суб'єкт контролю отримує інформацію щодо стану процесу, яка є основою для узагальнення і реалізації результатів контролю. Результатами контролю бізнес-процесу є наступне:

- блокування виявлених відхилень, корегування ходу виконання процесу;
- притягнення до відповідальності осіб, що спричинили негативні відхилення процесу навмисно або з необережності;
- підтримка досягнутого рівня якості, ефективності та результативності процесу, розробка заходів щодо удосконалення процесу;

- преміювання персоналу за покращення процесу;
- стандартизація та регламентація виявлених можливостей удосконалення процесу.

У загальному вигляді ВК бізнес-процесів є підсистемою ВК підприємства, а тому, як і система ВК підприємства, складається із п'яти основних взаємопов'язаних елементів, що складає концепцію ВК бізнес-процесів підприємства (рис. 2).

Внутрішнє контрольне середовище є фундаментом системи ВК підприємства і зокрема його бізнес-процесів. Контрольне середовище містить сукупність дій, заходів і процедур, що віддзеркалюють загальне ставлення

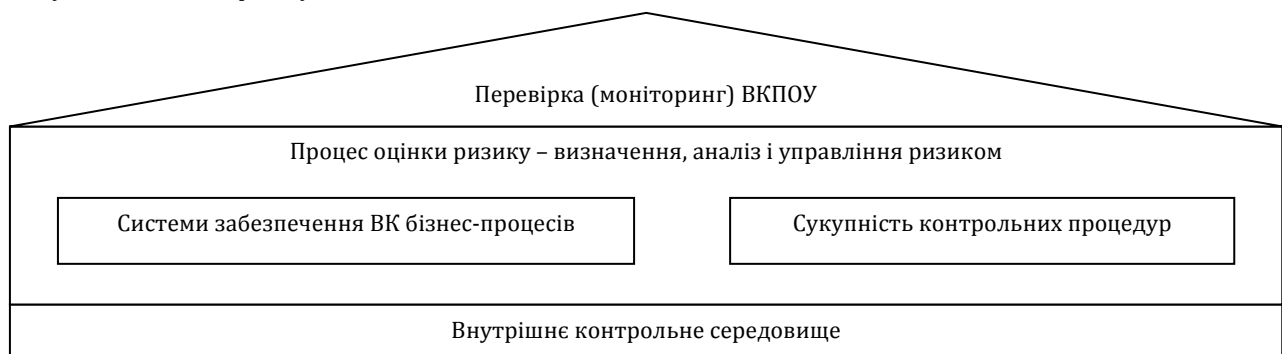


Рис. 2. Концепція внутрішнього контролю бізнес-процесів підприємства

керівництва і власників підприємства до ВК і важливості ВК для даного підприємства. Отже, внутрішнє середовище - це сукупність етичних цінностей, стилів управління, процесу прийняття рішень, делегування повноважень і прийняття відповідальності, кадрова політика, організаційна форма і права та обов'язки служби ВК чи аудиту, а також політика у сфері інформаційно-комунікаційних технологій.

До сукупності контрольних процедур належать політику і процедури, які дозволяють виявляти, запобігати і виправляти помилки. На вибір контрольних процедур значним чином впливає специфіка діяльності і структура підприємства та стадія його життєвого циклу. Методи, що використовуються адміністрацією для контролю діяльності працівників підприємств, підвищують ефективність роботи системи ВК тому, що здійснення контрольних заходів демонструє всім

працівникам підприємства важливість контролю і дозволяє виявити потенціальні недоліки в роботі.

Процес оцінки ризику у системі ВК забезпечує спрямованість на виявлення найбільш ризикових процесів та обґрунтування максимально небезпечних ризиків. Його завдання полягають у ідентифікації ризиків, формуванні «карти ризиків процесу», виділення найбільш критичних ризиків з точки зору потенціального збитку при відсутності необхідного рівня контролю. Отже визначення, аналіз і управління ризиками є важливою складовою системи ВК бізнес-процесів.

Система забезпечення ВК бізнес-процесів включає в себе інформаційне, аналітичне, методологічно-методичне, кадрове та організаційне забезпечення. В умовах підвищення рівня автоматизації діяльності підприємств все більшого значення набуває інформаційно-комунікаційне забезпечення, а тому слід звернути увагу саме на процес підготовки інформації та контролю за якістю інформації, що заноситься у систему. Для багатьох підприємств інформація може розглядатися як конкурентний фактор успіху, а тому на підприємстві повинна бути організована система санкціонованого доступу до інформації і взаємовідносин у середовищі управління, яка б оптимізувала оперативність отримання інформації працівниками і унеможливила її витік на сторону. Мова йде про створення на підприємстві умов для безперерпних внутрішніх комунікацій, отримання повних і достовірних даних, їх збереження і обробку та повноцінного інформаційного обміну між підрозділами на різних рівнях управління. Аналітичне забезпечення ВК бізнес-процесів підприємства є сукупністю інструментарію фінансового та операційного аналізу, що використовується для перетворення отриманої інформації стосовно контрольованого об'єкту з метою оцінки його стану та вибору адекватного ситуації управлінського рішення. Методологічно-методичне забезпечення ВК бізнес-процесів підприємства об'єднує положення щодо політики ВК бізнес-процесів та оцінки ризиків, програми ВК, принципи, методи та процедури контролю. Кадрове забезпечення ВК сприяє формуванню кваліфікованого персоналу, який пройшов спеціальне навчання, що дозволяє здійснювати процес контролю на високому рівні. Організаційне забезпечення ВК бізнес-процесів визначає порядок координації діяльності підрозділу ВК (аудиту), формує внутрішні організаційні регламенти підрозділу.

Перевірка (моніторинг) системи ВК – здійснення сукупності процедур для оцінки якості системи ВК на постійній основі.

Таким чином, розроблено базові концептуальні положення ВКПОУ, які можуть бути основою для створення і впровадження ВК бізнес-процесів підприємств.

В умовах невизначеного зовнішнього середовища система контролю діяльності підприємств, що організована на принципах ПОУ [2, 6, 7, 13], набуває якісно нових властивостей, які вимагають від підприємців і науковців нових підходів до створення та використання системи ВК, яка повинна бути орієнтована на інноваційну економіку [1], враховувати специфіку діяльності підприємств України і взаємодіяти із принципами ПОУ [2, 13]. Особливу увагу необхідно надавати створенню системи ВК бізнес-процесів як однієї із складових циклу PDCA (загально відомої безперервної моделі покращення якості процесів по

У. Шухарту) [14], який є основою результативного управління бізнес-процесами підприємства. Таким чином, визначення принципово нових концептуальних основ ВКПОУ підприємств дозволить на сучасному рівні забезпечити створення і впровадження системи ВКПОУ підприємств, що, у свою чергу, гарантує підвищення ефективності їх діяльності і забезпечення сталого розвитку в умовах невизначеного зовнішнього середовища. Перспективи подальших досліджень автори бачать у розробці конкретного механізму впровадження ВКПОУ підприємств із урахуванням вітчизняного та зарубіжного досвіду, а також особливостей і принципів ПОУ.

Список літератури

1. Івченко, Є. І. Головні пріоритети захисту економічних інтересів України: інноваційна діяльність [Текст] / Є. І. Івченко // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії: зб. наук пр. – 2009. – Вип. 3(16) : Економ. науки. – Чернівці, Технодрук, 2009. – С. 306-315. – ISBN 978-966-8658-63-1.
2. Карпенко, Є. А. Принципи та особливості формування механізму переходу підприємства на процесно-орієнтовану модель управління [Текст] / Є. І. Івченко, Є. А. Карпенко // Методологія та практика менеджменту на порозі XXI століття: загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти: V міжн. наук.-практ. конф.: матеріали конф.-Полтава, РВВ ПУЕТ, 2010. – С. 37-39. – ISBN 978-966-184-084-2.
3. Карпенко, Є. А. Управление бизнес-процессами предприятий розничной торговли Полтавской области [Текст] / Е. И. Ивченко, Е. А. Карпенко // Нравственность и экономика: всероссийск. научн.-практ. конф. с международным участием: сб. научн. трудов. – Курган, Курганский филиал института экономики Уральского отделения Российской Академии наук, 2010. – Т.1. – С. 68-70. – ISBN 978-5-94646-271-6.
4. Івченко, Є. І. Інформаційно-комунікаційні технології як ключовий фактор управління інноваційним розвитком підприємств [Текст] / Є. І. Івченко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики: зб. наук пр. – Х. : НАУ «ХАІ». – 2008. – №4 (4). – С. 80-91. – ISSN 2072-294X.
5. Івченко, Є. І. Конкуренентоздатність підприємств: стан і тенденції розвитку інформаційного середовища [Текст] / Є. І. Івченко // Науковий вісник ПУСКУ. Серія «Екон. науки». – 2009. – №2 (33). – С. 51-56.
6. Шимановська-Діанич, Л. М. Особливості та переваги впровадження процесно-орієнтованого управління підприємствами України [Текст] / Л. М. Шимановська-Діанич, Є. А. Карпенко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики: зб. наук пр. – Х. : Харків. інст. банків. справи універ. банків. справи НБУ. – №1(8). – 2010. – С. 62-67.
7. Івченко, Є. І. Вдосконалення управлінського обліку на підприємствах: процесний підхід [Текст] / Є. І. Івченко, Є. А. Карпенко // Стан і проблеми обліку, контролю і аналізу в умовах транзитивної економіки: Матер. II міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 10 червня 2010 р. / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : [ДонНУЕТ], 2010. – С. 46-47.
8. Гурышев А. Механизм формирования и контроллинга системы показателей предприятия на основе системного подхода [Текст] / А. Гурышев // Проблемы теории и практики управления. – 2007. – №5. – С. 113-119.
9. Шичков, Н. А. Внутренний аудит системы менеджмента: учеб. пособие [Электронный ресурс] / Н. А. Шичков, Е. Г. Орлова, Д. А. Семибратов. – Санкт-Петербург: Учебно-методический центр «Регистр-консалтинг», 2004. – 57 с. – Режим доступа: <http://www.gmpua.com/ISO9000/Article/InAud2004/InAud2004.htm>.
10. Краснова, И. А. Методика проведения внутренней

аудиторской проверки эффективности системы внутреннего контроля бизнес-процессов [Текст] / И. А. Краснова / Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. – 2007. – №1 (32). – С. 32-38.

11. Компьютеризация информационных процессов на промышленных предприятиях / В. Ф. Сьтник, Х. Срока, Н. В. Еремина и др. [Текст] – К. : Техника; Катовице: Экономическая академия им. Карола Адамецкого, 1991. – 215 с.
12. Мартин, Дж. Вычислительные сети и распределенная обработка данных [Текст] / Дж. Мартин. – М. : Финансы и статистика. – Вып. 1. – 1985. – 256 с.
13. Івченко, Є. І. Формування механізму впровадження процесно-орієнтованого управління на підприємствах [Текст] / Є. І. Івченко, Є. А. Карпенко // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць.– Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – Вип. 263: в 9 т. – Т.ІІ. – С. 527-535. –ISSN 1561-6908.
14. Corinne N. Johnson. The Benefits of PDCA [Електронний ресурс] / Johnson N. Corinne / перевод с англ. В. Алексеева // Quality Progress, May 2002. – Режим доступа: <http://quality.eup.ru/DOCUM2/pdca-2.html>.

РЕЗЮМЕ

Івченко Євгеній, Карпенко Євгенія

Концептуальные основы внутреннего контроля процессно-ориентированного управления предприятиями

Рассмотрена система внутреннего контроля процессно-ориентированного управления предприятиями. Определены сущности процессно-ориентированного управления предприятиями, контроля процессно-ориентированного управления в системах их управления и системы внутреннего контроля бизнес-процессов. Предложены концептуальные основы внутреннего контроля процессно-ориентированного управления предприятиями.

RESUME

Ivchenko Yevhen, Karpenko Yevhenia

Conceptual bases of internal control of the process-oriented management by enterprises

The internal checking of the process-oriented management by enterprises system is considered. Essences of the process-oriented management enterprises are determined. The control of the process-oriented management in the systems of their management and internal checking of business-processes system are defined. Conceptual bases of internal control of the process-oriented management enterprises are offered.

Стаття надійшла до редакції 24.01.2011 р.

ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ІНТЕРНЕТІ

Показано важливість оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства. Відображено узагальнений підхід до оцінки ефективності. Наведено процес визначення ефективності маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті. Звернено увагу на визначення маркетингових цілей та ключових показників ефективності у процесі її оцінки, окреслено найбільш популярні та корисні показники ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Ключові слова: ефективність, ефективність маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті, ROIM, цілі маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті, ключові показники ефективності (KPI), інструменти інтернет-маркетингу.

У посткризовому періоді розвитку економіки України досить актуальним стає питання оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств в Інтернеті. Підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства за традиційного (офлайнного) бізнесу значно відрізняються від подібних оцінок ведення бізнесу у всесвітній мережі.

Оцінка ефективності маркетингової діяльності – питання складне й неоднозначне, оскільки відсутня загальноприйнята методика її визначення. Окремі аспекти оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті досліджуються в працях Н. Євдокимова, А. Кошика, О. Лідовської, І. Литовченка, Б. Клінтона, Р. Попова. В результаті аналізу наукових джерел виявлено кілька підходів до визначення ефективності маркетингової діяльності. Однак в поглядах авторів немає єдності, тому, на наш погляд, необхідно систематизувати точки зору та скласти методичку комплексної оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств в Інтернеті. Саме це ми визначаємо як мету нашої статті. Завданням є висвітлення основних показників, які свідчать про цю ефективність.

У сучасній теорії маркетингу під економічною ефективністю розуміють ті економічні механізми, які забезпечують ефективність маркетингових дій підприємства. Оцінювати ефективність маркетингу необхідно з перелічених нижче причин [1, с. 23].

По-перше, маркетинг акумулює всю інформацію від споживачів, а значить на основі його результатів можна будувати стратегію підприємства: характер розвитку відповідних товарних ліній; рішення про те, яких товарів слід виробляти більше, а від яких відмовитись; періоди часу, у які відповідні товари продаються краще; напрями вдосконалення наявних товарів; особливості прийняття рішення про покупку споживачами тощо.

По-друге, маркетинг систематизує весь збутовий ланцюг поширення товару, що дозволяє прийняти рішення щодо оптимізації збутового процесу: вибір зручніших місць продажів для споживачів; рекомендації стосовно зміни упакування товарів; пошук ефективних форм та методів стимулювання роботи дилерів й агентів; розробка графіків безперебійних поставчань

товарів у власні й дилерські торговельні заклади тощо.

По-третє, маркетинг всебічно аналізує ринкову ситуацію, а отже, створює базу для підтримки конкурентних переваг: визначення цін на товари з урахуванням ринкових на аналоги; вивчення виробничої, рекламної діяльності конкурентів; дослідження попиту споживачів та їх ставлення до пропозицій конкурентів тощо.

І, нарешті, маркетингова діяльність підприємства вимагає досить значних грошових вкладень, а тому вкрай важливо з'ясувати, чи дозволили вжиті заходи досягти поставлених цілей і якою мірою.

Міжнародний стандарт ISO 9000:2000 (п. 3.2.15) дає наступне трактування ефективності (наведено за текстом перекладу на українську мову): «ефективність – це залежність між одержаним результатом та використаними ресурсами» [2], яке можна відобразити наступною формулою:

$$\text{Ефективність} = \frac{\text{Отриманий результат}}{\text{Обсяг ресурсів}} \quad (1)$$

При оцінюванні ефективність маркетингової діяльності підприємства дуже важливим питанням є визначення того, що варто розуміти під результатами такої діяльності.

Сьогодні глобальна проблема полягає у тому, що підприємства вимірюють ефективність своєї діяльності виключно прибутком [3, с. 40]. Такий підхід не дає можливості визначити, наскільки успішним було підприємство, обслуговуючи конкретних споживачів, не дозволяє вимірювати ступінь задоволення їх потреб тощо.

З позицій маркетингу потрібно оцінювати показники, що відображають ефективність підприємства при роботі з клієнтами. При оцінці ефективності маркетингової діяльності підприємства варто враховувати такі показники, як кількість залучених нових клієнтів, кількість утриманих клієнтів з числа існуючих, частота звернень клієнтів до підприємства, кількість успішних контактів тощо.

Можна зазначити, що здебільшого у практиці

підприємства використовують прийоми, що дозволяють отримати тільки узагальнені показники. Так прийнято вимірювати ефективність маркетингової діяльності підприємства за допомогою показника ROIM (повернення інвестицій у маркетинг), який розраховується наступним чином:

$$ROIM = \frac{AV - TC}{MC} \quad (2)$$

де AV – додаткова виручка від здійснених маркетингових заходів (реклами, зв'язків з громадськістю тощо), TC – собівартість вироблених товарів (послуг), які просуваються за рахунок маркетингових заходів, MC – вартість маркетингових заходів.

Однозначно, що узагальнена оцінка ефективності діяльності підприємства є ключовою з позицій ефективності використання фінансових коштів, необхідних на просування продукції через відповідні збутові та комунікаційні канали. Іншими словами, узагальнені підходи дозволяють оцінити ефективність

швидше бізнесу в цілому, аніж окремого виду діяльності, зокрема маркетингової.

Точне вимірювання ефективності маркетингової останньої потрібно не тоді, коли оцінюють комплексні дії підприємства, а за умов використання окремих маркетингових інструментів [4, с. 45]. Це, на нашу думку, дозволяє визначити результативність застосування різних визначених підприємством маркетингових інструментів, обрати найбільш ефективні з них.

Загалом оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті повинна бути процесом взаємопов'язаних кроків, як відображено на рис. 1.

Керівництво, перш ніж розгортати маркетингову діяльність в Інтернеті, повинно чітко уявити собі, чого саме воно намагається досягти і якими показниками воно буде визначати ступінь просування на шляху до своїх цілей.

Здійснювати оцінку ефективності маркетингової діяльності підприємства потрібно виключно у контексті поставлених цілей. Якщо підприємство встановлює таку маркетингову ціль, як «продати на ринку А за період Б певну кількість товарів (обсягом X одиниць), то і

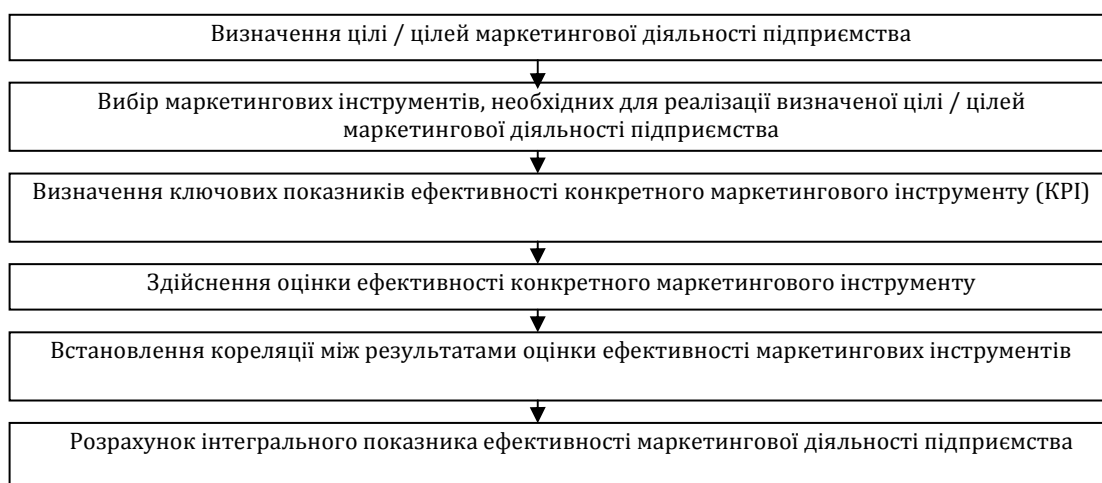


Рис. 1. Процес оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті

ефективність потрібно визначати суто за нею.

Ефективність маркетингової діяльності є інтегрованою оцінкою, що відображає комплексні дії підприємства, яке для просування своєї продукції (обсягом X одиниць) для ринку А використовує низку маркетингових (у тому числі й комунікаційних) інструментів.

Прикладами цілей маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті можуть бути наступні:

- зростання відомості підприємства як в Інтернет-просторі, так і в офлайн;
- підвищення рівня обізнаності споживачів про товари і послуги підприємства;
- стимулювання пробної покупки;
- стимулювання повторної покупки;
- збільшення частоти використання продукції підприємства;
- формування позитивного іміджу;
- підвищення лояльності покупців;
- надання продукції підприємства диференційних ознак порівняно з конкурентами тощо.

Одночасно потрібно окреслити і цільові фінансові

показники, до яких можуть належати:

- збільшення рівня доходів від продажу певних товарів і послуг;
- підвищення рентабельності маркетингових інвестицій.

Не рекомендується вибирати більше 2-3 цілей і вважати їх однаковими за значенням. Дуже важливо, щоб цілі були вимірюваними і зафіксованими у відповідних документах (планах розвитку підприємства).

Бізнес в Інтернеті за своїми принципами дуже нагадує традиційний бізнес «офлайн»: і тут, і там поняття сумлінної конкуренції, хорошого обслуговування покупців, дотриманням законодавчих норм, репутації має надзвичайно важливе значення. Інтернет – не більше ніж сервісна платформа, що дозволяє зручніше, ефективніше, і в більшості випадків дешевше знаходити своїх покупців [5, с. 8].

За маркетингової діяльності в Інтернеті підприємство може використовувати низку інструментів, кожен з яких має власні показники ефективності (KPI)*.

Ключові показники ефективності (KPI)

допомагають виявити основні цілі підприємства і зрозуміти, наскільки успішно воно рухається у напрямку їх досягнення [6]. КРІ – це обов'язково вимірювані дані, які можна втілити у числах. У кожного бізнесу і сайту може бути свій власний набір КРІ. Наприклад, інтернет-магазин може вимірювати обсяг продажів кількістю постійних (повернених) покупців, а соціальна мережа – кількістю зареєстрованих користувачів і кількістю постійних користувачів за певний період. Отже, кожен із інструментів інтернет-маркетингу може мати свої власні ключові показники ефективності, проте всі вони повинні відповідати наступним умовам [7, с. 249]:

- КРІ повинен бути представленим в якості коефіцієнту, процентного співвідношення або середнього показника, що дозволяє навести дані у відповідному контексті;
- КРІ повинен бути пов'язаним із конкретним періодом часу;
- КРІ повинен слугувати стимулом для маркетингових дій, важливих для підприємства.

Основними інструментами інтернет-маркетингу є SEO**, контекстна і банерна реклама [8, с. 35].

У таблиці 1 в якості прикладу наведено перелік кількох інструментів інтернет-маркетингу, якими може скористатися підприємство, та орієнтовані показники їх ефективності.

Загалом усі використовувані маркетингові інструменти мають різне призначення, а тому й різну ефективність. Виходячи з цього, необхідно здійснити аудит усіх маркетингових інструментів, визначити для кожного з них конкретні одиниці виміру. Зокрема, при просуванні продукції підприємства через Інтернет варто інтегрувати такі індикатори, як веб-статистика, соціально-медійні вимірювання, дані CRM-систем тощо.

Вимірюючи ефективність кожного окремого комунікаційного інструменту, підприємству на порядок простіше перерозподіляти бюджети для максимізації повернення інвестицій в маркетинг (ROIМ).

Таким чином, можна відмовлятися від не вигідних електронних комунікаційних інструментів та інвестувати у ті з них, які дають вищу віддачу для бізнесу. Крім того, достатньо просто оптимізувати їх роботу [9, с. 46].

Інтернет є ефективнішим за всі інші медіа-канали, який одночасно дозволяє значно знизити витрати на комунікації і підвищити їх якість. Однією з основних переваг онлайн-бізнесу є доволі проста можливість вимірювати ефективність. Це стосується, у першу чергу, відстеження віддачі комунікаційних кампаній. На відміну від телевізійної реклами чи реклами на білбордах, в електронних комунікаційних каналах можна визначити джерела потоку відвідувачів, факт придбання продукції підприємства, конкретну суму покупки тощо.

Проте список найбільш репрезентативних і корисних показників ефективності діяльності підприємства в Інтернеті охоплює наступні позиції:

1. Рівень конверсії. Конверсійність відвідувача сайту – це ступінь його готовності чинити певні дії, зокрема здійснити покупку [10, с. 17]. Конверсія, або перетворення відвідувача сайту в клієнта, відбувається

в тому випадку, коли людина:

- здійснила покупку на сайті або розмістила на ньому своє замовлення;
- знайшла номер телефону служби замовлення або відділу по роботі з клієнтами і зателефонувала;
- знайшла e-mail відділу продажів і надіслала запит;
- заповнила форму запити і натиснула кнопку «надіслати» тощо.

Звичайно, реєструється загальна кількість звернень споживачів і серед них виділяють групу результативних контактів (*leeds*): дзвінки, онлайн-замовлення, запити тощо. Після цього оцінюється конверсія в *leeds* (*L*) за формулою:

$$L = \text{кількість } leeds \times 100\% / \text{відвідуваність (сукупна кількість відвідувачів за певний період часу)}. \quad (3)$$

Також можна розрахувати вартість одного результативного контакту споживачів (*VL*) за формулою:

$$VL = \text{кількість результативних контактів споживачів (leeds)} / \text{обсяг витрат на організацію контактів із споживачами}. \quad (4)$$

Конверсія не обов'язково повинна втілюватись у грошовій формі. Якщо сторінка сайту пропонує підписатися на розсилання або завантажити безкоштовний файл, то відповідна дія відвідувача також буде вважатися конверсією.

2. Середня вартість привернення одного відвідувача (*CV*). Цей показник розраховується за формулою:

$$CV = \text{витрати на організацію потоку відвідувачів} / \text{відвідуваність (сукупна кількість відвідувачів за певний період часу)}. \quad (5)$$

Також розраховують вартість привернення нового клієнта (*CNC*):

$$CNC = \text{витрати на організацію потоку відвідувачів} / \text{кількість привернених нових клієнтів} \quad (6)$$

У цьому зв'язку також варто оцінювати питому вагу успішних продаж ($Ч_{yn}$), тобто таких, після яких надходять кошти за реалізований продукт у встановлений період часу):

$$Ч_{yn} = \text{успішні продажі} \times 100\% leeds / \text{сукупна кількість контактів}. \quad (7)$$

3. Середня вартість замовлення. Конверсія може бути високою (більше середнього показника на рівні 2%), а обсяг продажів є незначним, а тому потрібно збільшувати обсяг замовлень. У цьому випадку у нагоді будуть додаткові маркетингові прийоми: пропозиція супутніх товарів, знижок при покупці понад 3-5-10

*KPI - Key Performance Indicator - (пер. з англ.) – ключові показники виконання, успішності.

**SEO – Search Engine Optimization – (перек. з англ.) – пошукові оптимізаційні машини.

Таблиця 1. Показники ефективності окремих інструментів інтернет-маркетингу

Інструменти інтернет-маркетингу	Показники ефективності
Веб-сайт	Динаміка росту відвідуваності веб-сайту (цільовий трафік); параметри якості аудиторії (співвідношення хіт/хост; середній час сесії; % відвідувачів, що переглядають понад 2 сторінки тощо)
Пошукове просування (SEO)	Пошуковий трафік, авторитетність сайту і документів, позиції за запитами; регулярність і частота виходу на сайт / знаходження посилання на сайт в результатах видачі пошукових систем; кількість проіндексованих сторінок (різні пошукові системи); загальна кількість зовнішніх посилань на сайт
Контекстна реклама в пошукових системах	Вартість одного залученого відвідувача, параметри конвертації відвідувачів у покупців (користувачів), охоплення аудиторії
Банерна реклама і нестандартні рекламні акції	Кількість розміщених за звітний період одиниць інформації (оголошення, посилання, новини, прес-релізи, тематичні статті тощо).
Просування у соціальних товариствах, мережах	Кількість згадувань назви підприємства (брендів) у соціальних мережах.
Копірайтинг, Advertorial, PR	Кількість прес-релізів, статей, фактів публікацій, рівень цитування
Е-Mail маркетинг	Кількість абонентів (передплатників), розсилань, кількість надісланих повідомлень

одиниць товару тощо.

4. Час між першим візитом і розміщенням замовлення. Йдеться про вивчення демографічних особливостей відвідувачів та джерела трафіку. При прийнятті рішень про покупку люди дуже часто порівнюють ціни та технічні характеристики, особливо дорогої продукції, а тому важливо знайти, з яких інших електронних ресурсів вони потрапляють на сторінку підприємства.

5. Відсоток повторних відвідувань (частота відвідувань). Надзвичайно важливо для підприємства дослідити частоту приходу на сайт підприємства одних і тих же покупців [11, с. 146]. Такий KPI необхідний для некомерційних сайтів, які функціонують і розвиваються завдяки постійній лояльній аудиторії. Саме для такої аудиторії можна регулярно здійснювати пропозицію товарів (послуг, інформації, реклами тощо).

6. Кількість передплатників. Цей KPI може бути орієнтиром для сайтів та блогів, які активно публікують новини, особливо якщо вони розраховані на досвідчених користувачів інтернету. Останні активно користуються сучасними формами підписки, такими як RSS. Зростання кількості абонентів свідчить про авторитетність і важливість сайту для найбільш зацікавленої (цільової) частини аудиторії.

7. Кількість зареєстрованих користувачів і час, який вони проводять на сайті.

Не існує ідеального, обов'язкового для всіх набору KPI. Показники ефективності потрібно вибирати лише виходячи з конкретних завдань підприємства у відповідний період часу і для окремої ринкової ситуації.

При визначенні ефективності маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті велике значення має не тільки сукупна кількість залучених відвідувачів, але і те, наскільки вони є цікавими для самого підприємства. Цінність відвідувачів можна визначити за двома типами характеристик: індивідуальними і поведінковими.

До індивідуальних характеристик, у першу чергу, можна зарахувати географічне розташування користувачів, що може бути визначено за IP-адресою відвідувачів.

До поведінкових характеристик, що безпосередньо визначають дії, вчинені відвідувачем, належать такі, як глибина інтересу та зворотний зв'язок [12, с. 125].

Отже, при здійсненні Інтернет-продажів існує максимально точна можливість оцінки як усієї маркетингової діяльності, так і кожного з її напрямків.

Першочергове завдання маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті полягає у тому, щоб завести на сайт цього підприємства відвідувачів, значною мірою готових здійснити покупку, тобто з високим показником конверсійності. Додаткового розгляду вимагають питання дослідження оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства при просуванні різних товарів через Інтернет. Також потребують вивчення такі аспекти, як оцінка ефективності маркетингової діяльності на різних етапах комунікаційного процесу.

Список літератури

1. Лидовская, О. П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. Готовые маркетинговые решения [Текст] / О. П. Лидовская. – СПб.: Питер, 2008. – 141 с.
2. Критерии эффективности работы продавцов и пути ее повышения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.excellent.com.ua/trenings/usefull/public/efupravl.html>
3. Рядяквичус, Д. Цели поставок [Текст] / Д. Рядяквичус // Бизнес. – 2010. - № 35. – С. 40-41.
4. Попов Р. Все на webоры [Текст] / Р. Попов // Бизнес. – 2010. - № 43. – С. 44-45.
5. Шоломко Д. Развитие онлайн-бизнеса в Украине [Текст] / Д. Шоломко // Интернет-бизнес. – 2010. - № 1. - С. 8-11.
6. Овечкин, А. Ключевые показатели эффективности сайта [Электронный ресурс] / А. Овечкин. – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_25/article_3969/
7. Клифтон Б. Google Analytics: профессиональный анализ посещаемости веб-сайтов [пер. с англ.] / Б. Клифтон. – М.: ООО «И.Д.Вильямс», 2009. – 400 с.
8. Интернет-маркетинг. Новые инструменты влияния на новых потребителей [Текст] / Под. ред. Г. Петренко. – К.: Издательство Алексея Капусты, 2010. – 198 с.
9. Рыбальченко, Р. Отслеживание эффективности рекламных кампаний [Текст] / Р. Рыбальченко // Интернет-бизнес. – 2010. - № 1. - С. 46-47.
10. Евдокимов, Н. В. Раскрутка Web-сайтов. Эффективная Интернет-коммерция [Текст] / Н. В. Евдокимов. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2008. – 160 с.
11. Кошик, А. Веб-аналитика: анализ информации о посетителях веб-сайтов [Текст] / А. Кошик; [пер. с англ.]. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2009. – 464 с.
12. Литовченко, І. Л. Интернет-маркетинг: [навчальний посібник] / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.

РЕЗЮМЕ

Калинич Галина

Эффективность маркетинговой деятельности предприятия в интернете

Показана важность оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Отражен обобщенный подход к оценке эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Представлен процесс определения эффективности маркетинговой деятельности предприятия в Интернете. Уделено внимание определению маркетинговых целей и ключевых показателей эффективности в процессе оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Сконцентрировано внимание на наиболее популярных и полезных показателях эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

RESUME

Kalynych Galyna

Efficiency of marketing activity of enterprise in Internet

The importance of evaluating of marketing activity efficiency of the enterprise is shown. The generalized approach to the evaluation of marketing activity efficiency of enterprise is depicted. The process of determining of marketing activity efficiency of enterprise in Internet is presented. Attention to the definition of marketing objectives and key performance indicators in assessing of marketing activity efficiency of enterprise is paid. The attention to the most popular and useful performance indicators of enterprise's marketing activity is paid.

Стаття надійшла до редакції 29.03.2011 р.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА»

Проаналізовано й узагальнено підходи до визначення категорії «розвиток підприємства», подано характеристику досліджуваної категорії, на базі чого запропоновано вдосконалення існуючих визначень з урахуванням специфіки аграрних відносин.

Ключові слова: розвиток підприємства, розвиток аграрного підприємства, фактори впливу, середовище функціонування, пріоритети розвитку підприємства.

Трансформація аграрної системи, яка відбувалася без достатньо розроблених наукових основ розвитку підприємств як основних елементів економіки країни, привела аграрне виробництво України до глибокої кризи, яка має свої специфічні риси, зокрема спад обсягів виробництва, значне подорожчання сільськогосподарської продукції та низька її якість, деградація земель та економічна криза, незадовільне економічне та фінансове становище більшості агропідприємств [1, с. 141]. Сучасний етап розвитку економіки України потребує вдосконалення відповідної теоретичної основи розвитку, на якій можна було б ґрунтувати ефективну практику аграрних реформ.

Отже, актуальним питанням сьогодення є визначення концептуальної політико-правової, соціально-економічної та науково-методичної суті розвитку найважливішої компоненти господарюючої системи – підприємства. На підставі отриманого результату, на наш погляд, могли б у подальшому розроблятися головні положення аграрної політики, систем економічного і фінансового регулювання. Саме тому визначення категорії розвитку підприємств є апіорі необхідною передумовою моделювання механізму розвитку всієї аграрної сфери.

Різні підходи до теорії розвитку представлені в працях Р. Лукаса, У. Люїса, Г. Мюрдала, Р. Солоу, Й. Шумпетера та ін. У вітчизняній науці проблема розвитку підприємств розглядалися такими вченими: Н. Афанасьєвим, В. Василенко, І. Ворожейкіною, В. Горемікіним, Н. Захаровою, О. Козловою, А. Кузнецовою, О. Пушкар, О. Раєвневою, В. Рогожиним, В. Рудиком, Н. Цопою, С. Шимшиловою та іншими.

Аналіз існуючих дефініцій показує, що не існує однозначного розуміння категорії «розвиток підприємства». За основу беруть різні точки зору, враховують певний ступінь деталізації. Вчені використовують різну термінологію. Складність аналізу досліджень, що характеризують розвиток, полягає у відмінних рівнях ієрархії об'єкта дослідження, а також глибині теоретичних досліджень.

Недоліком існуючих підходів є те, що вони фрагментарно відображають сутність цієї категорії і автори не розглядають її як елемент комплексного аналізу стану системи управління підприємством та складову механізмів її удосконалення. Тому необхідним є окреслення базису розвитку підприємства у спробі пояснити розвиток як складну комплексну категорію.

Метою роботи є дослідження суті категорії

«розвиток підприємств» та визначення її специфіки в контексті аграрних відносин. Для досягнення мети вирішуються наступні завдання:

- аналіз авторських визначень концептуальних основ категорійного апарату розвитку підприємств;
- дослідження базових характеристик категорії «розвиток підприємств»;
- вдосконалення наявних визначень з використанням комплексного підходу;
- встановлення специфіки категорії для аграрних підприємств.

Для визначення концептуальних основ категорійного апарату аграрної сфери, спочатку потрібно визначити сутність досліджуваних понять, а далі розглядати їх у рамках специфіки аграрного господарства.

Деякі автори досліджують окремі типи розвитку, зокрема такі як «сталий розвиток», «організаційний розвиток», «адаптивний розвиток», «соціально-економічний», «керований». Проте домінантою цих понять є все ж таки єдине поняття розвитку підприємства. Водночас, попри наявність окремих розробок з цілісного пояснення розвитку підприємства, вважати цю проблематику остаточно розв'язаною не можна.

Підходи до трактування розвитку підприємства можна узагальнити та систематизувати таким чином (рис. 1).

З аналізу поглядів на визначення досліджуваної категорії можемо виділити основні її ознаки. Для цього спочатку необхідно визначити розвиток підприємств як самостійну категорію, відокремлюючи її від інших категорій, оскільки часто аксіоматично приймається синонімічність понять «розвиток» та «зростання», що не можна визнати повністю коректним, оскільки категорія «зростання» базується тільки на кількісних змінах об'єкта, а «розвиток» включає в себе, як кількісні, так і можливі якісні зміни [2, с. 78].

Іноді замість розвитку використовується категорія «генезису», яка походить з древньогрецької мови і визначається як виникнення або процес формування. У літературі генезис – момент зародження і процес наступного розвитку, який приводить до певного стану, виду, явища. Тобто, як видно з даного тлумачення, генезис містить розвиток і етап «до розвитку», тобто є ширшим поняттям, але не тотожним. А згідно зі словниками іншомовних слів, де трактування генезису є



Рис. 1. Підходи до визначення категорії «розвиток підприємств»

більш буквально з огляду на походження слова (грецьке слово «породжую», «створюю»), а отже і більш точним, генезис визначається як походження, виникнення або процес утворення. Тут вказується лише на етап «до розвитку», відмежовуючи таким чином розвиток в окрему категорію.

У визначеннях багатьох вчених можна прослідкувати таку необхідну умову розвитку, як приріст потенціалу чи корисного ефекту. З точки зору господарюючого суб'єкта, приріст потенціалу і є одним з корисних ефектів функціонування. А щодо такої умови, як досягнення цілі, то виходячи з того, що розвиток є процесом (у цьому збігаються точки зору більшості науковців) нарощування чогось (як попередньо визначено), досягнення цілі не є обов'язковою умовою розвитку.

Аналізуючи наукові погляди на мету розвитку, доцільно звернутися до такої категорії, як пріоритет. Пріоритети – це найбільш важливі соціально-економічні процеси, на стимулювання яких спрямовується у визначений період переважна частина ресурсів за допомогою відповідних регуляторів і методів управління [3]. Отже, розвиток підприємств відбувається за пріоритетним напрямками, тобто пріоритет задає вектор розвитку, таким чином є його стимулом, рушійною силою. У математичному розумінні поняття «вектор» визначається як прямолінійний відрізок, якому наданий певний напрямок, що має початком точку, із якої він виходить, і кінцем точку, в яку він приходить [3]. Розвиток в часовому аспекті є відрізком часу, якому також властиві вихідний і кінцевий пункт руху, тобто вона має свій вектор розвитку і певний зміст, а пріоритет задає напрям руху. Пріоритети розвитку аграрного підприємства повинні, по-перше, бути взаємообумовлені і узгоджені з пріоритетами всієї АПС, які необхідно задовольняти в

процесі розвитку, по-друге, враховувати інституційні обмеження, що перешкоджають прогресивному розвитку, по-третє, будуватися на базі специфічних чинників, що впливають на хід розвитку аграрної сфери.

Згідно досліджень Л. Г. Мельника, розвиток є результатом синергетичного ефекту проявів саме цих трьох властивостей: безповоротності, спрямованості і закономірності [4]. У роботі О. В. Раєвневої визначено взаємозв'язок між цими властивостями [5, с. 98]. Проте ми схиляємося до точки зору Ю. С. Погорелова, який не вважає розвиток закономірним процесом, вказуючи на його непростійність. Підтвердженням цьому є існування таких станів підприємства як банкрутство, деградація, застій і т. д. [2, с. 78] Детермінувати цю ознаку можна через категорію «функціонування підприємств», що і є безперервним закономірним процесом.

Проте аналіз термінологічного апарату показав невизначеність у використанні поняття «функціонування системи», відсутність його чіткого розмежування з поняттям «розвиток». Такий стан справ обумовлений взаємозв'язком цих понять: система може розвиватися тільки в процесі свого функціонування, правильним є і зворотне твердження – функціонування системи створює передумови для її розвитку.

З урахуванням викладеного, функціонування соціально-економічної системи доцільно визначити як процес організованої реалізації функцій її основних (сфери виробництва, розподілу та обміну), базових (ціннісної, державно-управлінської, природокористування, власності та правової) та забезпечувальних (фінансово-кредитної, грошової, інфраструктурної, соціального забезпечення та інформаційної) підсистем для забезпечення співіснування її суб'єктів для задоволення їх потреб в певних квазірівноважних станах. Тоді розвиток соціально-економічної системи суспільства можна

розглядати як керований або самокерований процес трансформації її функціонування в динаміці, який супроводжується зміною її підцілей під впливом зовнішніх або внутрішніх шоків і ґрунтується на приведенні структурних та змістових можливостей реалізації функцій основних, базових та забезпечувальних підсистем у відповідність з новими

підцілями [6, с. 152].

За допомогою традиційних блок-схем можемо схематично зобразити співвідношення категорій «розвиток», «генезис» та «функціонування» (рис. 2).

Суть категорії «розвиток підприємств» полягає в тому, що все розмаїття її визначень має складати якусь єдність, що має логічний послідовний порядок. А для

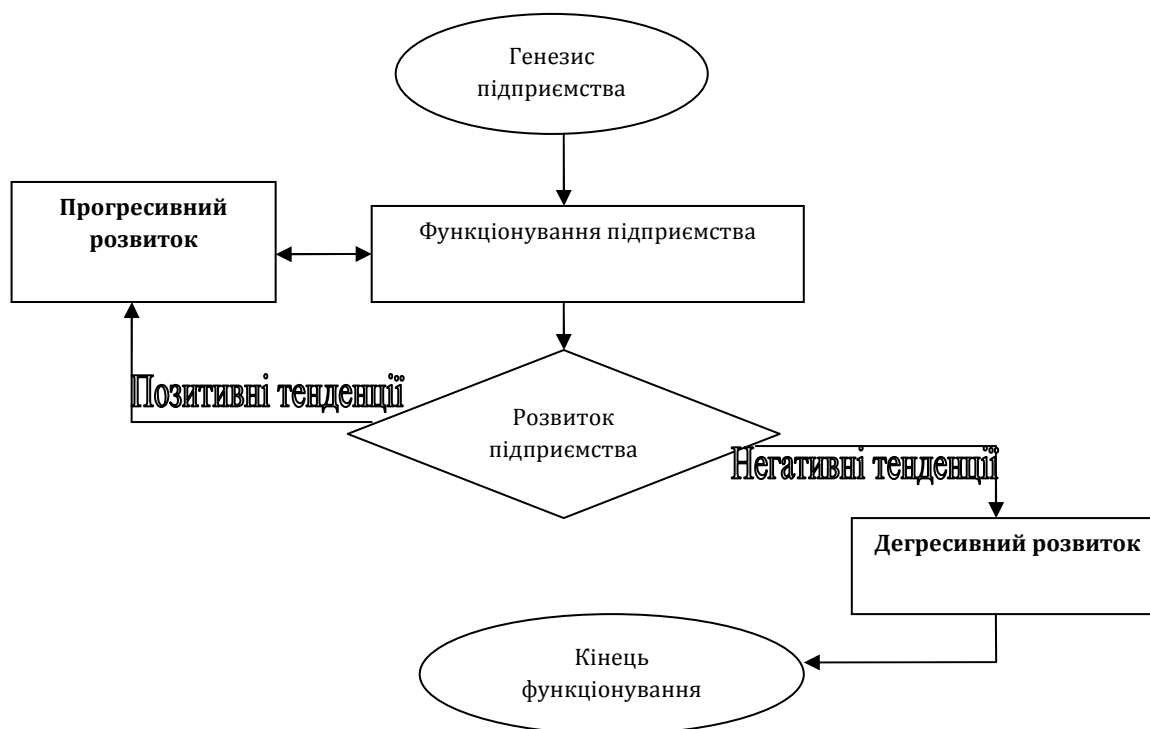


Рис. 2. Блок-схема співвідношення категорій «розвиток», «функціонування», «генезис підприємства»

того, щоб зрозуміти, що таке розвиток підприємства, потрібно системно структурувати авторські дефініції в логічному порядку і з кожного визначення виділити ознаки досліджуваної категорії. Адже саме ознаки (предикти) можуть розкрити нам внутрішній зміст поняття. Отже, розвиток підприємства, як самостійна категорія, характеризується такими ознаками:

- процесність;
- динамічність;
- цілеспрямованість;
- досягнення корисного ефекту;
- якісні і кількісні зміни структури функціонування;
- вплив чинників зовнішнього і внутрішнього середовища;
- адаптивність (координованість з розвитком зовнішнього середовища).

Щодо розвитку аграрних підприємств, то необхідно врахувати специфіку їх діяльності, пов'язану з інтеграцією підприємств та їх взаємообумовлюючим функціонуванням у єдиній системі.

За сутнісними характеристиками розвитку підприємства визначимо його як цілеспрямований процес кількісних і якісних змін структури функціонування підприємства, який відбувається шляхом адаптації до факторів внутрішнього і зовнішнього середовища та спрямований на досягнення пріоритетів.

Таке вузьке розуміння розвитку підприємства є

досить теоретичним і не дозволяє визначити напрями впливу на цей важливий процес, оскільки розвиток підприємств АПС має багатовимірний характер та охоплює глибокі зміни в усіх сферах функціонування підприємства: економічній, соціальній, політичній, інституційній та технічній. Цей процес має відбуватися на основі врахування та оцінки факторів впливу на еволюцію господарюючого суб'єкта. Тому для цілісного формулювання досліджуваної категорії доцільно розглядати розвиток підприємств у взаємозв'язку і взаємодії з іншими елементами середовища господарювання. Адже у такому випадку суттєву роль відіграють не тільки самі підприємства, але й простір між ними та над ними, тобто те, що пов'язує мікроекономічний рівень з макроекономічним.

Слід зауважити, що теоретичні та прикладні підходи щодо визначення факторів, які зумовлюють вплив на рівень розвитку підприємств, на сьогодні розроблені достатньо, проте більшість із них не враховують вплив інституційного середовища на цей багатограний процес. Найбільш компетентними, на наш погляд, є характеристики С. С. Гаркавенка та Р. А. Фатхутдінова. Оцінка окремих факторів у контексті розвитку аграрних підприємств представлена в роботах О. М. Бородіної, М. Я. Дем'яненка, О. М. Онищенко, Б. Й. Пасхавера, В. В. Юрчишина та інших.

Для досягнення цілей нашого дослідження визначимо у якості фактора рушійні чи гальмуючі сили, що задають вектор розвитку підприємства. Найбільш

поширеною є розподіл факторів на зовнішні і внутрішні, мікро- і макросередовища, прямого і опосередкованого впливу і т. д., тобто критерієм поділу виступає середовище впливу відносно підприємства.

На приналежність тих чи інших факторів певної класифікаційної групи та на характеристику кожного звертають увагу чимало науковців. Проте визначити фактори доцільно стосовно до конкретного господарюючого суб'єкта залежно від форм власності, галузі економіки, сегмента ринку, організаційної структури, географічного розташування і психологічного клімату, як всередині підприємства, так і стосовно нього ззовні. Концептуально умови розвитку підприємств доцільніше, на нашу думку, розглядати відносно середовища функціонування, а не конкретних факторів.

Традиційно розрізняють неієрархічний та ієрархічний підходи до опису структури середовища організації, які втілено у відповідних моделях.

Клас неієрархічних моделей базується на ідеї про наявність кількох пов'язаних між собою і не підпорядкованих один одному елементів, розміщених поза підприємством (організацією). Головне тут — твердження про наявність елементів, які так чи інакше впливають на визначення цілей, розподіл ресурсів і формування місця підприємства (його іміджу) на ринку. Акцентується увага на сформованій під впливом зовнішніх елементів структурі цілей, розподілі владних повноважень і налагодженні ефективної взаємодії між компонентами зовнішнього середовища.

Ієрархічна концепція набула розвитку в багатьох працях сучасних спеціалістів зі стратегічного управління. Однією з них є модель ієрархічної структури середовища, запропонована У. Діллом та розвинута А. Томпсоном. Наявність такої моделі зумовлена ще й тим, що, як стверджує Дж. Гелбрейт, межі зовнішнього та внутрішнього середовищ дещо розмиті внаслідок взаємопроникнення елементів організації та середовища [7].

Недоліком моделі є врахування впливу інституційних факторів (історія, обряди, церемонії, свята, цінності, норми, заборони, ритуали, лідери, герої/лиходії) тільки у внутрішньому середовищі, тоді, як вони займають значну частку в структурі як середовища завдань/рішень, так і у зовнішньому середовищі. Безперечно, всі інші фактори є важливими і значущими для розвитку малого і середнього бізнесу. Але названі фактори «запрацюють» за певних умов, а точніше правил і норм. Вироблення ж норм і правил руху господарської системи – це і є завдання інституціоналізму [8].

Вагомість інституційних факторів підтверджена численними дослідженнями науковців, на підґрунті яких сформувався теорія інституціоналізму. Такий прогрес у розробці теорій розвитку пов'язаний з тим, що її прихильники розглядають суспільство як відкриту систему, а економічний процес трактують не як автоматичну поступальну стійку рівновагу, що забезпечується завдяки дії ринкових сил, а як виникнення та укріплення асиметричної взаємозалежності між різними факторами розвитку. Крім того, економічний розвиток, який спочатку розглядався як поняття одностороннє, вони все більше розглядають як явище багатомірне, багатоаспектне, що має параметри соціальні, політичні, культурні, етичні тощо. Роль суб'єкта економічного розвитку визначається ними не лише на основі концепції базових

потреб, теорії людського капіталу, за макро- або мікроекономічними суб'єктами. У цій ролі виступає насамперед індивід.

Нехтування інституційними чинниками, які пронизують прошарки середовищ підприємства, при реалізації ринкових трансформацій, призвели до значних втрат в агропродовольчому секторі та навіть до аграрної кризи. Саме тому для ефективного розвитку підприємств необхідно врахувати апріорні компоненти середовища функціонування. Адже інституційне середовище охоплює сукупність основоположних фінансових, політичних, соціальних і правових правил і організацій, що визначають форму суспільного устрою і через формальні і неформальні обмеження (норми права, правила, постанови та добровільно прийняті норми поведінки, звичаї) регулюють поведінку суб'єктів економіки і таким чином впливають на розвиток економічної системи суспільства [9, с. 26]. Удосконалена нами модель буде мати такий вигляд (рис. 3).

Також обґрунтовується дуальність сучасної синергетичної взаємодії елементів аграрного середовища: з одного боку, вплив екзогенних факторів переважаючий; з іншого боку, вибір під впливом таких аттракторів тимчасовий і неостаточний, адже система урівноважується насамперед внутрішніми зв'язками, тоді вона менш залежна від зовнішнього середовища. Тож, дія різновекторних факторів має бути збалансована, запорукою чого є регулятивний вплив інститутів [10, с. 73].

Підсумовуючи вищесказане можна стверджувати, що поняття «розвиток» є інституційною категорією, оскільки воно використовується в різних галузях природничих, філософських, суспільних та економічних наук, а отже, знаходиться на їх перетині. Процес розвитку підприємства можна охарактеризувати через систему «середовище-підприємство», оскільки більшість підходів до визначення суті підприємства визначають його як відкриту систему, що постійно взаємодіє з окремими елементами. Оптимальна сукупність всіх факторів і умов має забезпечити розвиток підприємства і досягнення встановлених пріоритетів.

Розвиток підприємств доцільно трактувати як динамічну систему взаємодіючих підсистем, передумов, факторів і принципів, які формують вектор кількісних і якісних змін функціонування підприємством, спрямованих на досягнення пріоритетів.

Отже, необхідність розробки наукових основ, які могли б стати ефективним підґрунтям для реалізації механізму розвитку основних компонент аграрної системи – підприємств, є вимогою сучасної практики господарювання. Категорія «розвиток підприємств» є базовою і потребує комплексного підходу до визначення її суті. Для повної характеристики досліджуваної категорії необхідно використовувати теорію інституціоналізму, міждисциплінарні підходи якого більш придатні для аграрної системи як сфери складної взаємодії природних, технічних і соціально-економічних чинників. Виникає необхідність кореляції функціонування підприємств з методологією, механізмом впливу і організаційно-економічним інструментарієм реалізації системи розвитку. У цих умовах потребують подальшого дослідження і удосконалення стратегічні напрями розвитку агропродовольчого сектору країни і механізми їх реалізації.

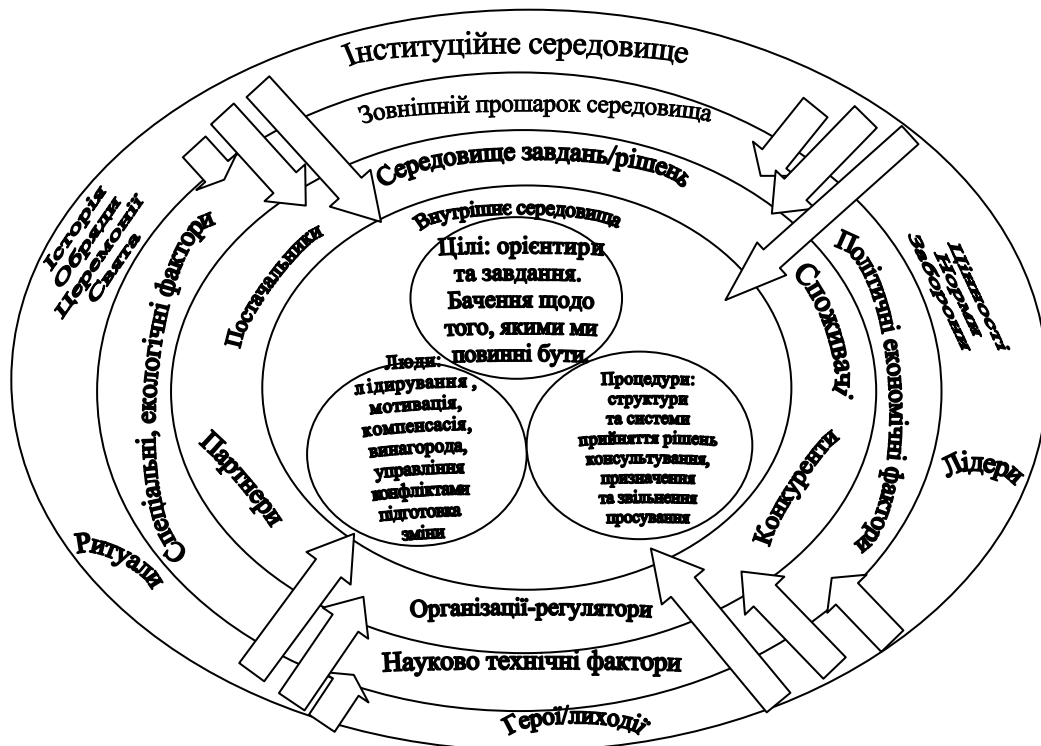


Рис. 3. Інституційна модель середовища організації

Список літератури

1. Євчук, В. В. *Механізми державної підтримки підприємств аграрного сектора економіки* [Текст] / В. В. Євчук // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2010. – Вип. 20.5. – С. 140-144.
2. Погорелов, Ю. С. *Розвиток підприємства: поняття та види* [Текст] / Ю. С. Погорелов // *Культура народів Причорномор'я*. – 2006. – №88. – С. 75-81.
3. Макаренко, А. П. *Вихідні умови розвитку аграрної політики в перехідній економіці* [Електронний ресурс] [Текст] / А. П. Макаренко // *Бізнес-навігатор*. – №1. – 2009. – // Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Biznes/2009_1/2009/01/090119.pdf.
4. Мельник, Л. Г. *Фундаментальные основы развития* [Текст] / Л. Г. Мельник. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2003. – 288 с.
5. Раєвнева, О. В. *Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі* [Текст] : монографія / О. В. Раєвнева. – Х.: ІНЖЕК, 2006. – 496 с.
6. Мойсеєнко, К. Є. *Механізм функціонування та розвитку соціально-економічної системи* [Текст] / К. Є. Мойсеєнко // *Зб. наук. праць ДонДУУ: «Перспективи розвитку економіки України в контексті європейської інтеграції» – Серія «Економіка»*. – Т. X. – Вип. 123. – Донецьк. – 2009. – С.152- 170.
7. Шершньова, З. Є. *Стратегічне управління: підр.* [Електронний ресурс] [Текст] / З. Є. Шершньова [Електронний ресурс]. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с. – Режим доступу : <http://ubooks.com.ua/books/000251/inx.php>.
8. Поліщук, О. В. *Інноваційно-інституційне середовище в Україні* [Електронний ресурс] / О. В. Поліщук // *Проблеми системного підходу в економіці (Електронне наукове фахове видання)*. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/index.html>.
9. Ходжасян, А. *Інституційне забезпечення конкурентоспроможності економіки України* [Текст] / А. Ходжасян // *Економіст*. – 2010. – № 2. – С. 26-29.
10. Лопатинський, Ю. М. *Фактори трансформації вітчизняного аграрного сектора* [Текст] / Ю. М. Лопатинський // *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*. – Вип. 367. – Чернівці: Рута. – 2008. – С. 73- 77.

РЕЗЮМЕ

Кифяк Вікторія

Теоретические основы определения категории «развитие предприятия»: комплексный подход
Проанализированы и обобщены подходы к определению категории "развитие предприятия", представлена характеристика исследуемой категории, на базе чего предложено совершенствование существующих определений с учетом специфики аграрных отношений.

RESUME

Kyfyak Viktoria

The theoretical bases of determination of category "development of enterprise": complex approach
The approaches to determination of category "development of enterprise" are analysed and generalized. Description of the investigated category is given. The improvement of the existing definitions taking into consideration the specificity of agrarian relations is suggested.

Стаття надійшла до редакції 04.02.2011 р.

Олександра КЛЕМЕНТЬЄВА

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана»

ОЛЬГА ЗОЛОТАРЬОВА

старший викладач кафедри фінансів,
Дніпродзержинський державний технічний університет**СVP-АНАЛІЗ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

У статті визначено мету СVP-аналізу, його переваги та особливості здійснення на підприємствах ресторанного господарства. Запропоновано методику СVP-аналізу, яку апробовано в мережі ресторанів.

Ключові слова: СVP-аналіз, змінні та постійні витрати, обсяг реалізації, прибуток, ціна, поріг рентабельності, операційний важіль, запас фінансової міцності.

Криза в економіці – це нелегке випробування для багатьох компаній. Ринок громадського харчування, на жаль, не є виключенням: попит на продукцію знижується, прибутковість бізнесу скорочується. Як ніколи стають актуальними питання оцінки інвесторами фінансової міцності власних ресторанів і розуміння ними того, які необхідно приймати управлінські рішення щодо оптимізації витрат.

Одним з найбільш ефективних і простих методів фінансового аналізу, який використовують для оперативного й стратегічного планування, є операційний аналіз «Витрат-Виручки-Прибутку» (Costs-Volume-Profit) або СVP-аналіз. Слід підкреслити, що СVP-аналіз дає можливість встановити залежність зміни фінансового результату діяльності ресторану від величини його витрат і суми реалізації, отриманої від продажу певного обсягу продукції.

Але незважаючи на те, що вітчизняні вчені-економісти, такі як Бутинець Ф. Ф. [1], Вахрушина М. А. [2], Волков О. І. [3], Костюкова С. Н. [4], Лабунська С. В. [5], Лебедев П. В. [6], Лень В. С. [7], Савчук В. П. [8], Савицька Г. В. [9], Стоянова О. С. [10] та інші звертаються до вивчення проблематики СVP-аналізу, на сьогодні існує мало систематизованих і апробованих на практиці методик у цій сфері. Це обумовлено тим, що більшість з них не враховують усього переліку показників, розрахунок і характеристика яких дає можливість зробити СVP-аналіз об'єктивним. Дослідження методики СVP-аналізу вказаними авторами не враховує максимальної кількості факторів, пов'язаних з впливом витрат на прибуток залежно від сфери економічної діяльності підприємства.

Відповідно до вищевикладеного, головною метою статті є розробка й адаптація методики СVP-аналізу для підприємств ресторанного господарства, що буде сприяти своєчасному виявленню можливостей не тільки запобігти банкрутству підприємств, але й спланувати структуру витрат таким чином, щоб забезпечити стабільне зростання прибутку.

Не можна заперечувати той факт, що основна мета СVP-аналізу – визначення впливу на фінансові

результати підприємства зміни обсягів реалізації та витрат. Ця інформація має важливе значення для інвесторів і керівників підприємства, тому що, володіючи нею, можна:

- визначити точку беззбитковості підприємства;
 - Встановити, як зміна суми реалізації впливає на величину прибутку ресторану;
 - оперативно оцінити вплив величини та структури витрат на прибуток ресторану;
 - проаналізувати залежність величини прибутку від рівня цін і структури реалізації;
 - обґрунтувати маркетингову стратегію.
- Варто зазначити що СVP-аналіз базується на таких основних принципах:

- усі витрати поділяються на змінні та постійні;
- об'єм виробництва (або реалізації) є визначальним фактором зміни витрат підприємства;
- усі змінні витрати корелюють з обсягом виробництва (або реалізації), а постійні не змінюються;
- ціна продажу продукції стабільна;
- постійні та змінні витрати є відомими та фіксованими.

У загальному вигляді схема формування фінансового результату підприємства ресторанного господарства для цілей СVP-аналізу виглядає таким чином:

$$Pr = \sum V^*(P - AVC) - FX, \quad (1)$$

де Pr – прибуток ресторану; V – обсяг реалізації в порціях, штуках, кг та інше (тобто в натуральних одиницях); P – ціна реалізації одиниці продукції; AVC – змінні витрати на одиницю продукції; FX – частина постійних витрат, яка припадає на одиницю продукції.

Вказана формула демонструє, що всі фактори, які впливають на величину прибутку, діляться на залежні від обсягів реалізації продукції (вони стоять всередині дужок і множаться на кількість штук) і не залежні від них (вони стоять за дужками й не множаться на кількість одиниць).

Дуже важливо визначити стратегічний продукт і обчислити той обсяг його реалізації (у шт., кг, інших одиницях виміру), за якого досягається точка беззбитковості (тобто $Pr = 0$). Він називається критичним обсягом продукту. Для його визначення спочатку перетворимо формулу (1) у такий спосіб:

$$\begin{aligned} Pr &= V*(P-AVC)-FX, \\ &\text{відповідно} \\ Pr+FX &= V*(P-AVC), \\ &\text{звідси} \\ V &= (Pr+FX)/(P-AVC). \end{aligned}$$

Оскільки $Pr = 0$, то остаточно формула беззбиткового обсягу реалізації стратегічного продукту ресторану у натуральних одиницях виглядає так:

$$V=FX/(P-AVC) \quad (2)$$

При такому обсязі реалізації, ресторан покриє не тільки частину постійних витрат (віднесених до даного продукту згідно з базою розподілу), але й суму змінних витрат, які сформулюються в результаті його реалізації.

Практика використання даного підходу на підприємствах ресторанного господарства показала свою незручність для визначення планового обсягу реалізації, оскільки більшість ресторанів має розгалужений асортимент з широкою варіацією цін та собівартості. Тому на підприємствах ресторанного господарства доцільно визначати рівень беззбитковості не за кожним видом продукції, а по підприємству в цілому в грошових одиницях. Зауважимо, що такий спосіб надавання інформації є більш зрозумілим для інвесторів, але за стратегічними продажними позиціями які генерують більше 50% операційної маржі, варто робити CVP-аналіз не тільки для визначення відпускних цін, а й для визначення рівня їх прибутковості.

Таким чином для того, щоб визначити прибуток, маржинальний дохід ресторану та рівень його беззбитковості у грошових одиницях, необхідно скористатися наступними формулами:

$$Pr=Vol-AVC-FX; GP= Vol-AVC; Vol'=FX/(Vol-AVC), \quad (3)$$

де Pr – прибуток ресторану; Vol – виручка від реалізації продукції та товарів в гривнях; Vol' – рівень виручки реалізації, при якому ресторан досягає беззбитковості; AVC – змінні витрати у цілому по ресторану за певний проміжок часу; FX – сума постійних витрат ресторану.

Крім того, для CVP-аналізу важливим є поріг рентабельності, для визначення якого необхідно скористатися формулою:

$$TPr = FX/IGP, \quad (4)$$

де TPr – поріг рентабельності підприємства; FX – постійні витрати підприємства; IGP – коефіцієнт маржинального доходу підприємства, який визначається як відношення операційної маржі до виручки від реалізації (GP/Vol).

Перевищення фактичної суми витрат ресторану над величиною його порогу рентабельності, становить запас фінансової міцності (далі ЗФМ). Іншими словами: запас фінансової міцності характеризує можливе зменшення загальної суми реалізації, за якого підприємство ще залишається прибутковим. Він може обчислюватися як

в абсолютному (грошовому) виразі, так і у відносному – процентному (показуючи частку суми ЗФМ у загальній сумі реалізації ресторану). Це означає, що підприємство може «витримати» певне зниження суми реалізації без залучення інвестицій власників ресторану для покриття витрат. Таким чином прибуток ресторану можна розрахувати шляхом множення запасу фінансової міцності на коефіцієнт маржинального доходу.

Основним показником, що характеризує ефективність роботи закладу ресторанного господарства для інвестора, є чистий прибуток, оскільки основним напрямком використання чистого прибутку ресторанів є сплата дивідендів. Тому найбільш інтерес для них становить коефіцієнт прибутковості ($KП$). Він знаходиться шляхом ділення чистого прибутку ресторану на суму виручки від реалізації (Pr/Vol). Величина цього показника характеризує питому вагу прибутку ресторану в загальній сумі реалізації.

Далі наочно проаналізуємо наявні взаємозв'язки між наведеними показниками та можливістю планування діяльності ресторану на основі CVP-аналізу в короткостроковій перспективі.

При проведенні аналізу діяльності ресторану за певний проміжок часу, для побудови зв'язку між витратами, обсягом реалізації й прибутком, реальні умови його функціонування доцільно спростити. Такий аналіз варто проводити з урахуванням деяких припущень і обмежень, а саме: а) структура асортименту ресторану має стабільний характер; б) ціни реалізації та закупки продукції не змінювалися; в) змінні витрати підприємства залежать тільки від обсягів реалізації продукції; г) змінні витрати в релевантному (значущому) діапазоні змінюються лінійно.

Релевантний діапазон - це період, протягом якого не відбувалося серйозних змін у структурі витрат. Наприклад, якщо говорити про ресторан, то в релевантному діапазоні не змінювалися: штат працівників, кількість посадкових місць, не додавалося нове потужне обладнання та інше.

Навіть при таких обмеженнях і припущеннях, CVP-аналіз є потужним інструментом для прийняття ефективних управлінських рішень, коли від правильності визначення причинно-наслідкових зв'язків може залежати подальша доля підприємства. Іншими словами: можна скорочувати витрати, намагаючись збільшити прибуток, але результат не виправдає очікувань. Можна скорочувати фінансування життєво важливої складової бізнесу, але це може призвести до фатальних наслідків.

Ключовим елементом операційного аналізу є визначення величини операційного важеля шляхом ділення маржинального доходу на прибуток. Величина операційного важеля показує: у скільки раз зміниться прибуток ресторану порівняно зі зміною суми реалізації (табл. 1).

Знаючи величину операційного важеля, можна спрогнозувати, на яку величину (на скільки %) зміниться прибуток при заданій можливій зміні суми реалізації (табл. 2). Наприклад, при планованому збільшенні суми реалізації ресторану на 10%, його прибуток збільшиться на 26,5% ($10\%*2,65$). Відповідно, при зменшенні витрат ресторану на 10%, прибуток зменшиться на 26,5%. І це – не абстрактні припущення. Це – результат математичної логіки, примусове порушення якої може загрожувати бізнесу потраплянням у фінансовий хаос.

Таблиця 1. Операційний важіль ресторану, що працює за договором франчайзингу

№ п\п	Показник	Значення показника
1	Сума реалізації (Vol), грн.	300 000
2	Витрати на товар, грн.	120 000
3	Сума відсотка (5%) від виторгу для оплати праці лінійного персоналу, грн. (стр. 1*0,05)	15 000
4	Роялті (1,5%), грн. (стр. 1*0,015)	4 500
5	Усього змінних витрат (AVC), грн. (стр. 1+2+3+4)	139 500
6	Сума торговельної націнки, грн. (стр. 1-2)	180 000
7	Рентабельність продукції (стр. 6:2)*100%	150%
8	Маржинальний дохід (GP), грн. (стр. 1-5)	160 500
9	Коефіцієнт маржинального доходу (IGP) (стр. 8:1) * 100%	53,5%
10	Постійні витрати (FX), грн.	100 000
11	Поріг рентабельності (TPr), грн. (стр. 10/9*100)	186 916
12	Запас фінансової міцності, грн.(стр. 1-11)	113 084
13	Запас фінансової міцності, % (стр. 12/1)	38%
14	Прибуток (Pr), грн. (стр. 8 10)	60 500
15	Коефіцієнт прибутковості ресторану, % (стр. 14/1*100)	20%
16	Операційний важіль (стр. 8/14)	2,65

Операційний важіль - величина змінна. Він завжди розраховується для конкретної (вже отриманої) суми реалізації. Його потрібно використовувати для моделювання змін економічних показників ресторану,

застосовуючи різні сценарії розвитку подій. У цілому наведений приклад демонструє: змінюється сума виторгу ресторану – змінюється величина операційного важеля (табл. 2).

Таблиця 2. Поліваріантність формування прибутку ресторану залежно від зміни обсягів реалізації

Показник	Базове значення	Зміна обсягів реалізації			
		- 10%		+ 10%	
Сума реалізації (Vol), грн.	300 000	270 000	-10%	330 000	+ 10%
Витрати на товар, грн.	120 000	108 000		132 000	
Відсотки лінійного персоналу, грн.	15 000	13 500		16 500	
Роялті, грн.	4 500	4 050		4 950	
Усього змінних витрат (AVC), грн.	139 500	125 550	-10%	153 450	+ 10%
Сума торговельної націнки, грн.	180 000	162 000		198 000	
Рентабельність продукції, %	150%	150%		150%	
Маржинальний дохід (GP), грн.	160 500	144 450	-10%	176 550	+ 10%
Коефіцієнт маржинального доходу (IGP),%	53,5%	53,5%		53,5%	
Умовно-постійні витрати (FX), грн.	100 000	100 000		100 000	
Поріг рентабельності (TPr), грн.	186 916	186 916		186 916	
Запас фінансової міцності, грн.	113 084	83 084		143 084	
Запас фінансової міцності, %	38 %	31 %		43 %	
Прибуток (Pr), грн.	60 500	44 450	-26,5%	76 550	+26,5%
Коефіцієнт прибутковості ресторану, %	20 %	16%		23%	
Операційний важіль	2,65	3,25		2,31	

Висновок 1. Тобто, чим більший операційний важіль, тим більше сила його впливу на зміну майбутнього прибутку при запланованій зміні суми реалізації. Варто зазначити збільшення рівня операційного важеля збільшує імовірність втрати рестораном прибутку в найближчій перспективі.

Слід звернути увагу й на той факт, що більший запас фінансової міцності характеризується нижчим рівнем операційного важеля, тому що величина запасу фінансової міцності дорівнює сумі перевищення

рестораном своєї точки безбитковості, визначеної в гривнях. І чим більше це перевищення, тем спокійніше ресторан буде реагувати на зниження суми виторгу.

У даному прикладі (табл. 3) загальна сума витрат залишилася незмінною, але у варіанті 1 у ресторану зменшилась сума постійних витрат на 10%, що склало 10 тис. грн., а сума змінних витрат збільшилася на 10 тис. грн. Прибуток не змінився, а операційний важіль знизився до 2,49.

Таблиця 3. Вплив структури витрат ресторану на рівень операційного важеля

Показник	Базове значення	Зміна структури витрат			
		Варіант 1		Варіант 2	
Сума реалізації (Vol), грн.	300 000	300 000		300 000	
Витрати на товар, грн.	120 000	120 000		120 000	
Відсотки лінійного персоналу, грн.	15 000	25 000		5 000	
Роялті, грн.	4 500	4 500		4 500	
Усього змінних витрат (AVC), грн.	139 500	149 500	+ 7%	129 500	- 7 %
Питома вага AVC в загальних витратах, %	58%	62%		53,5%	
Сума торговельної націнки, грн.	180 000	180 000		180 000	
Рентабельність продукції, %	150%	150%		150%	
Маржинальний дохід (GP), грн.	160 500	150 500	- 6%	170 500	+ 6 %
Коефіцієнт маржинального доходу (IGP), %	53,5 %	50,2 %		56,8 %	
Умовно-постійні витрати (FX), грн.	100 000	90 000	- 10%	110 000	+10 %
Питова вага FX в загальних витратах, %	42%	38%		46%	
Поріг рентабельності (TPr), грн.	186 916	179 402		193 548	
Запас фінансової міцності, грн.	113 084	120 598		106 452	
Запас фінансової міцності, %	38%	40%		35%	
Прибуток (Pr), грн.	60 500	60 500	0,0%	60 500	0,0%
Коефіцієнт прибутковості ресторану, %	20%	20%		20%	
Загальна сума витрат, грн.	239 500	239 500		239 500	
Операційний важіль	2,65	2,49		2,82	

У варіанті 2 сума постійних витрат збільшилася на 10%, а змінні витрати зменшилися на 10 тис. грн., операційний важіль збільшився до 2,82.

На підставі даних із цього прикладу можна зробити висновок, що операційний важіль може суттєво змінитися при зміні структури витрат підприємства. Тому менеджменту ресторану для досягнення високої ефективності необхідно постійно вивчати структуру витрат ресторану, та розробляти заходи, спрямовані на перерозподіл витрат у бік їх змінної частини.

Висновок 2. Чим більша частка постійних витрат у їх загальному обсязі, тим сильніший операційний важіль. У підприємства, розташованого в орендованому приміщенні (з високою орендною платою), досить високий операційний важіль. Це означає, що сума прибутку такого підприємства буде суттєво нижчою, ніж у підприємства, розташованого у власному приміщенні.

Оцінити рівень ризику для підприємства при зміні елементів операційного аналізу можна, якщо проаналізувати чутливість прибутку до змін окремих факторів: суми реалізації, змінних та постійних витрат, торговельної націнки. Це можна зробити за допомогою коефіцієнта еластичності прибутку, який розраховується як:

$$EPr = (\Delta Pr * Pr) / (Pr * \Delta F), \quad (6)$$

де ΔPr - відсоток зміни прибутку; Pr - базове значення прибутку; ΔF - відсоток зміни фактора (обсяг реалізації, постійні витрати, торговельна націнка та інше).

Якщо коефіцієнт виходить зі знаком (+), то він характеризує прямий зв'язок зі змінним показником, якщо з (-), то зворотну (табл. 4).

Висновок 3. Найбільша загроза для даного підприємства - це зменшення суми реалізації. При цьому операційний важіль збільшився до 3,25. Виходить, у наступному періоді прибуток ресторану зменшиться на 32,5%. Найменша загроза для даного підприємства - це зменшення націнки на 10%. Наслідком цього буде наступне зменшення прибутку на

12,7%.

При проведенні операційного аналізу недостатньо тільки встановити коефіцієнти, необхідно на підставі розрахунків зробити правильні аналітичні висновки. Так для розглянутого прикладу, на підставі проведених розрахунків, підприємству варто надати наступні практичні рекомендації.

Адміністрації ресторану необхідно спрямувати всі зусилля на втримання/збільшення обсягів реалізації. Мета: утримати/збільшити маржинальний дохід без збільшення цін реалізації та різких кадрових змін. Для цього (як можливий варіант): встановити для касирів щоденні \ позмінні \ подекадні плани по сумі реалізації, які будуть містити в собі перелік найбільш важливих асортиментних позицій із вказівкою бажаної кількості продажів; організувати оперативний облік продажів для аналізу виконання плану та його коректування.

Переглянути схему нарахування зарплати й модель мотивації всього персоналу підприємства, посиливши їх залежність від досягнутого обсягу реалізації (можливо, планового). Мета - перерозподілити витрати, скоротивши постійні, й, відповідно, зменшивши розмір операційного важеля.

Маючи у своєму потенціалі таку потужну зброю, як операційний аналіз, можна управляти сумою реалізації, знаючи, скільки необхідно продати найбільш значущої продукції, щоб покрити всі витрати підприємства. У той же час необхідно розуміти, що чим вищий поріг рентабельності підприємства, тим важче його подолати для одержання прибутку. Домагатися його зниження можна різними шляхами, а саме: а) підвищуючи ціни реалізації продукції, і, як наслідок, націнку; б) підвищуючи кількісні обсяги реалізації продукції з обов'язковим збільшенням (а не перерозподілом усередині асортименту) суми виторгу; в) знижуючи змінні витрати шляхом грамотної оптимізації витрат, заміни безконтрольної марнотратності виправданою раціональністю; г) знижуючи постійні витрати (примушуючи орендодавців зменшувати орендну ставку, зменшуючи в заробітній платі персоналу частку постійного окладу й збільшуючи змінну-преміальну частину).

Таблиця 4. Вплив змін обсягу реалізації, постійних витрат та рівня торговельної націнки на рівень операційного важеля ресторану

Показник	Базове значення	Зміна обсягів реалізації		Зміна постійних витрат		Зміна націнки	
		-10%	-10%	+ 10%	+ 10%	-10%	-10%
Сума реалізації (Vol), грн.	300 000	270 000	-10%	300 000		300 000	
Витрати на товар, грн.	120 000	108 000		120 000		127 660	
Відсотки лінійного персоналу, грн.	15 000	13 500		15 000		15 000	
Роялті, грн.	4 500	4 050		4 500		4 500	
Усього змінних витрат (AVC), грн.	139 500	125 550		139 500		147 160	
Сума торговельної націнки, грн.	180 000	162 000		180 000		172 340	
Рентабельність продукції, %	150%	150%		150%		135%	-10%
Маржинальний дохід (GP), грн.	160 500	144 450		160 500		152 840	
Коефіцієнт маржинального доходу (IGP), %	53,5 %	53,5 %		53,5 %		51 %	
Умовно-постійні витрати (FX), грн.	100 000	100 000		110 000	+ 10%	100 000	
Поріг рентабельності (TPr), грн.	186 916	186 916		205 607		196 283	
Запас фінансової міцності, грн.	113 084	83 084		94 393		103 717	
Запас фінансової міцності, %	38%	31%		31%		35%	
Прибуток (Pr), грн.	60 500	44 450	-26,5%	50 500	-16,5%	52 840	-12,7%
Коефіцієнт прибутковості ресторану, %	20%	16%		17%		18%	
Операційний важіль	2,65	3,25		3,18		2,89	
Коефіцієнт еластичності		2,65		-1,65		1,27	
РАНГ ризику		1		2		3	

За допомогою операційного аналізу можна вести пошук найбільш вигідних для ресторану комбінацій змінних і постійних витрат, ціни реалізації й обсягу реалізованої продукції. Іноді краще знизити ціну товару й за рахунок цього збільшити обсяги продаж, а іноді - доцільно збільшити деякі умовно-постійні витрати, в результаті чого зросте попит.

Список літератури

1. Бутинець, Ф. Ф. Бухгалтерський управлінський облік. / Ф. Ф. Бутинець, Т. В. Давидюк, Н. М. Малюга. - Житомир: ЖТІ, 2002. - 480с.
2. Вахрушина, М. А. Бухгалтерский управленческий учет: [учеб. для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям] / М. А. Вахрушина. - 4-е изд., стер. - М.: Омега-Л, 2006. - 576 с.
3. Волков О. И. Экономика предприятия: [курс лекций] / О. И. Волков, В. К. Скляренко - М.: ИНФРА, 2006. - 280 с.
4. Костюкова, С. Н. Современные подходы к принятию эффективных управленческих решений в контроллинге. / С. Н. Костюкова // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D, Экономические и юридические науки. - 2005. - № 8. - С. 92-98
5. Лабунская, С. В. Управленческий учет. Конспект лекций для студентов специальности 8.050100 «Учет и аудит» всех форм обучения / С. В. Лабунская. Ч. 2. - Харьков: Изд. ХНЭУ, 2007. - 40с.
6. Лебедев, П. В. Контроллинг: теория, методика, практика / П. В. Лебедев - МН.: УП "ИВЦ Минфина", 2001. - 152 с.: ил.
7. Лень, В. С. Управлінський облік / В. С. Лень. - Чернігів: ЧДТУ, 2002. - 154с.
8. Савицкая, Г. В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности / Г. В. Савицкая - 3-е изд., испр. - М.: ИНФА, 2006. - 320 с.

9. Савчук, В. П. Управление прибылью и бюджетирование / В. П. Савчук - М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2005. - 432 с.: ил.
10. Стоянова, Е. С. Финансовый менеджмент. Российская практика: [учебник] / Е. С. Стоянова - 2 - е изд. - М.: Перспектива, 1995. - 194 с.

РЕЗЮМЕ

Клементьева Александра, Золотарёва Ольга
CVP-анализ в системе управления затратами предприятий ресторанного хозяйства

В статье определена цель CVP-анализа, его преимущества и особенности осуществления на предприятиях ресторанного хозяйства. Предложена методика CVP-анализа, которая апробирована в сети ресторанов.

RESUME

Klementyeva Olexandra, Zolotaryova Olga
CVP-analysis in the system of costs management business of the enterprises of the restaurant industry

In article the purpose of the CVP-analysis is defined. Its advantages and peculiarities of realization at the enterprises of a restaurant industry are represented. The technique of the CVP-analysis which is approved in a network of restaurants is offered.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМ ПОТОКАМИ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У роботі розглянуто різні підходи до визначення категорії «грошові потоки», виділено певні ознаки та принципи управління грошовими потоками, визначено основні проблеми, які виникають при управлінні грошовими потоками на підприємстві та запропоновано рекомендації щодо удосконалення системи фінансового менеджменту.

Ключові слова: грошовий потік, управління грошовими потоками, фінансовий аналіз, ліквідність, платіжний календар.

В сучасних умовах господарювання більшість підприємств відчувають нестачу фінансових ресурсів. Актуальним є питання самофінансування. Управління грошовими потоками є одним з найважливіших аспектів фінансового менеджменту, оскільки грошові кошти є найбільш ліквідними активами підприємства, здатними легко трансформуватися в будь-який інший вид активів. В Україні в умовах інфляції, нестабільної політичної ситуації, постійних змін в законодавстві і кризи неплатежів управління грошовими потоками є найбільш актуальним завданням в управлінні фінансами. Підвищення ефективності фінансового управління є основним фактором добробуту компанії. Саме цими обставинами обумовлений вибір теми дослідження.

Тема сутності грошових потоків, управління грошовими потоками достатньо широко розглянута в сучасній економічній літературі. Цим займалися як українські вчені – І. О. Бланк, Г. Л. Вознюк, О. В. Дзюблюк, А. Г. Загородній, Л. О. Лігоненко, Н. Ю. Невмержицька, О. В. Павловська, Поддєрьогін, Н. М. Притуляк, Л. М. Ремньова, Р. А. Слав'юк, Т. С. Смовженко, О. М. Сорокіна, О. О. Терещенко, так і російські фахівці – М. Бертонеш, В. В. Бочаров, Є. В. Бикова, Л. Ш. Лозовський, Р. Найт, Б. А. Райзберг, Л. Г. Риндін, Г. А. Шамаєв, а також низка зарубіжних вчених – Ю. Брігхем, Дж. Ван Хорн, Б. Коласс, Б. Койлі, Т. Райс та ін.

Слід наголосити, що на теперішній час при величезній практичній значимості проведених досліджень ще не сформовано єдиної теоретичної бази, яка б охоплювала увесь комплекс питань управління грошовими потоками підприємства. Крім того не визначено єдиного однозначного підходу при визначенні та тлумаченні категорії «грошові потоки».

Метою даної статті є розгляд сутності грошових потоків та розробка рекомендацій, ефективних методів і прийомів для підвищення ефективності управління грошовими потоками.

Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання: узагальнити підходи вітчизняних та зарубіжних вчених стосовно визначення категорії «грошові потоки»; висунути пропозиції та рекомендації щодо удосконалення системи фінансового менеджменту та покращення якості організації управління грошовими потоками.

Як було зазначено вище, в науковій літературі наведений цілий перелік визначень такої категорії, як

«грошові потоки». І. О. Бланк дає наступне визначення: «Грошовий потік підприємства являє собою сукупність розподілених по окремим інтервалам періоду часу, що розглядається, надходжень та виплат грошових коштів, що генеруються господарською діяльністю підприємства, рух яких пов'язаний з факторами часу, ризику та ліквідності» [1].

У фінансовому словнику авторів А. Г. Загородної, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко грошовим потоком є «надходження (додатний грошовий потік) і витрачання (від'ємний грошовий потік) коштів у процесі здійснення господарської діяльності підприємства. Розрізняють грошові потоки від операційної (виробничо-комерційної), інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. Різницю між додатним та від'ємним грошовими потоками з конкретного виду діяльності чи з господарської діяльності підприємства загалом називають чистим грошовим потоком» [2].

У О. В. Павловської, Н. М. Притуляк, Н. Ю. Невмержицької – «Грошовий потік – надходження й витрати грошових коштів у процесі здійснення господарської діяльності підприємства» [3].

Б. Коласс дає таке визначення: «Під загальним грошовим потоком слід розуміти надлишок, який утворюється на підприємстві в результаті всіх операцій, пов'язаних із господарською діяльністю. Таким чином, він складається з господарського залишку коштів (грошовий потік від господарської діяльності) та грошового потоку, непов'язаного з господарською діяльністю» [4].

Л. Риндін і Г. Шамаєв пропонують таке визначення: «Грошовий потік від поточної (інвестиційної, фінансової) діяльності є сумою надлишку (недостачі) коштів, отриманих у результаті зіставлення надходжень і відрахувань коштів у процесі операційної (інвестиційної, фінансової) діяльності» [5].

Деякі науковці пропонують використовувати в конкретних ситуаціях певні уточнення – «грошовий потік від поточної діяльності» або «сукупний грошовий потік» тощо.

Отже, з наведених визначень можна зробити певне узагальнення: в економічній літературі сформувалися два основні підходи до визначення категорії «грошовий потік»:

– грошовий потік – це різниця між отриманими і виплаченими підприємством коштами за певний

визначений період, тобто це сума надлишку або недостачі грошових коштів;

- грошовий потік – це безперервний рух коштів (обіг), тобто їх надходження й виплати (притоки й відтоки) за певний визначений період часу.

Перше визначення зводиться до того, що грошовий потік – це залишок грошових ресурсів на конкретний момент часу, який не може ототожнюватися з потоком (обігом, рухом), оскільки потік означає рух. При цьому обсяг грошових потоків може характеризуватися такими показниками як обсяг коштів, які надійшли, та обсяг витрачених коштів. На думку фахівців З. М. Васильченко, Д. В. Пірога грошовий потік має визначатися як сукупність послідовно розподілених у часі подій, пов'язаних з відокремленням та логічно завершеним фактом зміни власника грошових ресурсів через виконання зобов'язань між економічними агентами (суб'єктами господарювання, державою, домогосподарствами, міжнародними організаціями). Грошові потоки безпосередньо пов'язані з рухом коштів на підприємстві, який відображає надходження у розпорядження суб'єкта господарювання грошових ресурсів та їх використання [6].

Фінансова звітність підприємства є відправною точкою для аналізу та оцінки показників фінансової діяльності. Кожна оцінка починається з огляду фінансового стану та фінансових результатів, отриманих за останні роки. Фінансові коефіцієнти є важливими інструментами аналізу фінансової звітності, що забезпечують основу для оцінки підприємства та експертизи його фінансового стану.

Важливим документом серед фінансової звітності є звіт про рух грошових коштів. У ньому відображаються та аналізуються господарські операції, які проходять через банківський рахунок компанії. Цей звіт розділяє грошові потоки на три категорії: грошові потоки від основної діяльності, грошові потоки від інвестиційної діяльності, грошові потоки від фінансової діяльності. Оцінка потоків грошових коштів лежить в основі оцінки компанії, і, таким чином, чітко та ясно розуміння елементів грошових потоків є дуже важливим для успішного розуміння оцінки компанії в цілому [7].

Система управління грошовими потоками необхідна для виконання як стратегічних, так і короточасних планів підприємства, збереження платоспроможності та фінансової стійкості, більш раціонального використання його активів та джерел фінансування, а також мінімізації витрат на фінансування господарської діяльності.

Управління грошовими потоками - це система принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з формуванням, розподілом і використанням грошових коштів підприємства і організацією їх обігу [1].

До основних принципів управління грошовими потоками можна зарахувати:

- динамізм управління,
- орієнтацію на досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства,
- інтегрованість у загальну систему управління підприємства,
- комплексний характер управлінських рішень,
- варіативність підходів до розробки окремих управлінських рішень.

Для того, щоб бути попереду конкурентів та мати прибутковий бізнес, керівництву компанії необхідно

приймати правильні управлінські рішення. Без ефективної системи управління фінансовим станом це практично неможливо.

Розглянемо такий приклад. Основний вид діяльності підприємства – посередництво в торгівлі товарами (роботами, послугами). В такій ситуації необхідно, по-перше, мати можливість укласти договори з постачальниками на купівлю товарів (робіт, послуг) з відстрочкою (розстрочкою) платежів. По-друге, одночасно отримавши продукцію (роботи, послуги) за такими угодами, придбані засоби продавати якнайшвидше, або навіть на умовах 100-відсоткової передоплати. Звісно, що в кризових умовах завжди треба йти на поступки та на переговори, але при укладанні вищевказаних договорів в таких умовах підприємство-посередник майже не потребує власних грошових коштів і може безкоштовно «користуватися» коштами своїх партнерів.

Розглянемо зовсім протилежну ситуацію. Підприємство зовсім не планує свої грошові потоки. У цьому випадку передбачити касові розриви неможливо. І відсутність планування може привести до неможливості оплати в кінці місяця рахунку від підприємства-постачальника. Менеджер дає обіцянку оплатити цей рахунок одразу в наступному місяці. Так обіцянки можуть давати зовсім різні співробітники компанії і зовсім різним постачальникам. При відсутності системи управління грошовими потоками не може бути впевненості в тому, що саме така ситуація не станеться в наступному місяці. Отже, брак уваги до планування і управління грошовими потоками призводить до порушення строків оплати, системи постачання, псування відносин з контрагентами, використання додаткових позикових коштів і т. п.

Неплатоспроможність виникає у той момент, коли грошовий потік стає від'ємним. Важливим є те, що така ситуація може трапитися навіть у тому випадку, коли підприємство формально залишається прибутковим. Саме з цим пов'язані проблеми доходних, але неліквідних компаній, які можуть бути на межі банкрутства. Найчастіше всі ці проблеми є результатом неправильно організованих платежів або порушення умов здійснення платежів.

Звісно, що специфіка галузі може дозволяти певне відтермінування надходження грошових коштів від клієнтів. Наявність значної дебіторської заборгованості і погана робота з нею може призвести до браку грошових коштів для оплати поточної діяльності підприємства. Проблема неправильно організованих платежів може бути вирішена комплексно на етапі бюджетування та на етапі оперативного управління платежами.

Серед основних етапів управління грошовими потоками можна виділити наступні: бюджетування, збір інформації про заплановані платежі, перевірка та затвердження платежів, оперативне планування, оперативне управління платежами тощо. Розглянемо більш детально деякі з цих етапів.

При бюджетуванні на основі плану продажу та закупівлі складаються плани руху грошових коштів на проміжок часу. Вже на цьому етапі можна виявити потенційні касові розриви та вжити необхідних заходів. Бюджети видатків грошових коштів також важливі при управлінні грошовими потоками. Використання бюджетування руху грошових коштів дозволяє відповісти на питання про те, хто, коли, на які цілі і скільки може використати коштів.

Оперативне планування призначене для керування поточними потребами і надходженнями грошових коштів. Кінцевою ціллю оперативного планування є, головним чином, платіжний календар, який дозволяє виявити касові розриви більш детально та точно. Платіжний календар може формуватися на основі планових надходжень і заяв на витрачання грошових коштів, також у ньому зазначаються залишки грошових коштів, що плануються на початок та кінець періоду по кожному банківському рахунку. Однак цих даних може також бракувати для аналізу причин касових розривів. Тому календар може бути більш розгорнутий, з додатковою інформацією у розрізі по контрагентах, по договорах тощо.

Оперативне планування не може обмежуватися відображенням заявок та коригуванням платіжного календаря. Важливо провести попередній відбір та перевірку заявок. Вони повинні бути узгоджені з відповідальними особами компанії, але ця процедура має здійснити достатньо швидко.

Застосування платіжного календаря дозволить:

- підвищити контрольованість поточних платежів, що знижує втрати від нецільового використання коштів, та прозорість бізнесу,
- створити обґрунтовані середньострокові та короткострокові плани надходжень та виплат,
- мати в оперативному режимі повну та достовірну інформацію про наявність грошових коштів,
- заощаджувати при залученні додаткових кредитів та додатковому фінансуванні.

Отже, ціль застосування платіжного календаря – впровадження дієвих, швидких та ефективних засобів оптимізації системи управління фінансами в частині управління грошовими коштами компанії.

Аналіз руху грошових потоків – це, по суті, визначення моментів та величин надходжень та вибуття грошових коштів. Основною метою аналізу грошових потоків є, передусім, аналіз фінансової стійкості та доходності підприємства. Багато в чому темпи розвитку та фінансова стійкість підприємства визначаються тим, наскільки надходження та вибуття грошових коштів є синхронізованими між собою в часі за обсягом, оскільки високий рівень такої синхронізації дозволяє користуватися меншими кредитами та ефективно використовувати наявні грошові кошти.

Дійсно, раціональне формування грошових потоків сприяє ритмічності операційного циклу та забезпечує підвищення обсягів виробництва та реалізації. При цьому кожне порушення платіжної дисципліни негативно відображається на формуванні виробничих запасів сировини та матеріалів, рівні продуктивності праці, реалізації готової продукції, становищі підприємства на ринку і т. ін.

Підсумовуючи викладене, слід зазначити, що при розгляді сутності грошових потоків вітчизняними та зарубіжними вченими постає проблема тлумачення змісту цієї категорії. В економічній літературі сформувалися два основні підходи до її визначення:

- грошовий потік – це різниця між отриманими і виплаченими підприємством коштами за певний визначений період, тобто це сума надлишку або недостачі грошових коштів;
- грошовий потік – це безперервний рух коштів (обіг), тобто їх надходження й виплати (притоки й відтоки) за певний визначений період часу.

Грошові потоки безпосередньо пов'язані з рухом

коштів на підприємстві, який відображає надходження у розпорядження суб'єкта господарювання грошових ресурсів та їх використання.

Управління грошовими потоками є важливим фактором прискорення обігу капіталу підприємства. Це відбувається, по-перше, за рахунок скорочення тривалості операційного циклу. По-друге, за рахунок більш економного використання власних коштів і, як наслідок, зменшення потреби в запозичених коштах. Тому ефективність роботи підприємства значною мірою залежить від організації системи управління грошовими потоками.

Крім цього, система управління грошовими потоками необхідна для виконання як стратегічних, так і короткочасних планів підприємства, збереження платоспроможності та фінансової стійкості, більш раціонального використання його активів та джерел фінансування, а також мінімізації витрат на фінансування господарської діяльності.

Список літератури

1. Бланк, А. И. Управление денежными потоками / А. И. Бланк. - К.: Ника-Центр, Эльга, 2002. - 736 с.
2. Загородній, А. Г. Фінансовий словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко. - 3-тє вид., випр. та доп. - К.: Т-во "Знання", КОО, 2000. - 587 с.
3. Павловська, О. В. Фінансовий аналіз : навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / О. В. Павловська, Н. М. Прутуляк, Н. Ю. Невмержицька. - К.: КНЕУ, 2002. - 388 с.
4. Коласс, Б. Управление финансовой деятельностью предприятия. Проблемы, концепции и методы : учеб. пособ.: пер. с франц. / Б. Коласс ; Под ред. проф. Я.В. Соколова. - М.: Финансы; ЮНИТИ, 1997. - С. 135.
5. Рындин Л. Г. Организация финансового менеджмента на предприятии / Л. Г. Рындин, Г. А. Шамаев. - М.: Русская деловая литература, 1997. - с. 147.
6. Васильченко, З. М. Теоретичні основи управління грошовими потоками банку / З. М. Васильченко, Д. В. Пірог // Економіка. Проблеми економічного становлення. Вісник № 1. 2010.
7. Бертонеш, М. Управление денежными потоками / М. Бертонеш, Р. Найт. — СПб.: Питер, 2004.—240 с.
8. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. - 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 495 с. — (Б-ка словарей "ИНФРА-М").
9. Эдгар, М. Управление финансами в коммерческих банках / М. Эдгар ; Пер. с англ. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. - 208 с.
10. Фінанси підприємств : підручник / керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. 2-ге вид., перероб. та доп. - К.: КНЕУ, 1999. - 384 с.

РЕЗЮМЕ

Коваленко Ніна

Управление денежными потоками в современных условиях хозяйствования украинских предприятий

В работе рассмотрены разные подходы к определению категории «денежные потоки», выделены определенные признаки и принципы управления денежными потоками, определены проблемы, которые возникают при управлении денежными потоками на предприятии и представлены предложения и рекомендации относительно усовершенствования системы финансового менеджмента.

RESUME

Kovalenko Nina

Management of cash flows under current conditions of economic management of Ukrainian enterprise

Different ways of identification of cash flows are examined in the paper. Definite principles of cash flows management are given out and certain problems that may occur while managing cash flows at the enterprise are defined. Recommendations concerning improvement of system of financial management are presented in the work.

Стаття надійшла до редакції 04.04.2011 р.

Ксенія КОВТУНЕНКО

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту,
Одеський національний політехнічний університет

Юрій КОВТУНЕНКО

аспірант кафедри економіки підприємств,
Одеський національний політехнічний університет

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА СПОСОБИ ЇЇ ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ

У статті запропоновано класифікацію об'єктів інтелектуальної власності та способи їх правового захисту.

Ключові слова. інтелектуальна власність, класифікація об'єктів інтелектуальної власності, патент, авторське право, правовий захист інтелектуальної власності, несумлінна конкуренція.

У сучасному світі досить гостро стає проблема по використанню й охороні інтелектуальної власності, що вимагає відповідного правового врегулювання. Однак розумова діяльність людей досить різноманітна, й у зв'язку з цим з'являється необхідність її класифікації, неможливо перелічити всі результати інтелектуальної діяльності людини, але їх можна класифікувати таким чином, щоб охопити більшість практично важливих результатів у всіх галузях людської діяльності.

Серед наукових праць, в яких досліджуються теоретичні основи інтелектуальної власності, її розвиток в умовах трансформаційної економіки у різних аспектах, необхідно назвати дослідження таких зарубіжних вчених як Г. Беккер, Г. Боуен, Е. Брукінг, Л. Едвінсон, В. Зінов, К. Ідріс, В. Іноземцев, В. Калятін, С. Клімов, Ж. М. Требілкок, В. Ушаков, Р. Хоус. Вагомий внесок зробили вітчизняні вчені Г. Андрощук, О. Білорус, О. Бутнік-Сіверський, Б. Губський, С. Довгий, В. Дроб'язко, Р. Дроб'язко, В. Жаров, Ю. Капіца, О. Підпригора, О. Святоцький, В. Сіденко, П. Цибульов, В. Чеботарьов, Р. Шишка.

Разом з тим окремі питання правового захисту інтелектуальної власності залишаються недостатньо розкритими й обґрунтованими.

На сьогоднішній день існує досить багато класифікацій об'єктів інтелектуальної власності, згрупованих за різними ознаками і характеристиками [4, 6, 8, 9]. Об'єкти інтелектуальної власності неоднорідні за характером використання в процесі виробництва, за своїм змістом, за ступенем впливу на фінансовий стан і результати господарської діяльності підприємства. Тому необхідна така система, яка максимально охопить особливості об'єктів інтелектуальної власності та допоможе її власнику скоординувати свої дії у пошуку правового захисту.

Основною метою статті є формування класифікації об'єктів інтелектуальної власності з урахуванням аспекту її правового захисту.

Всесвітньою Академією Інтелектуальної Власності запропонована класифікація, сформована під впливом різних адміністративних і історичних мотивів, що використовується у світовій практиці. Відповідно до неї інтелектуальна власність звичайно підрозділяється на

наступні основні групи [11]:

1. Літературні, художні і наукові твори, наприклад книги. Охорона цього виду власності здійснюється законодавством у сфері авторського права (Copyright);

2. Виконання, програми, наприклад концерти. Охорона цього виду власності здійснюється законодавством у сфері суміжних прав (Related Rights);

3. Винаходи, наприклад новий вид реактивного двигуна. Охорона цього виду власності здійснюється законодавством у сфері винаходів (Patents);

4. Промислові зразки, наприклад форма пляшки прохолодних напоїв. Промислові зразки (Industrial Designs) можуть охоронятися за допомогою спеціального законодавства, правами промислової власності чи авторським правом;

5. Торгові марки (Trademark), комерційні найменування і позначення, наприклад логотипи чи ім'я продукту з унікальним географічним походженням, як Шампанське. Охорона звичайно можлива за допомогою різних законів;

6. Захист від несумлінної конкуренції (Unfair competition), наприклад, наклеп на конкурента, імітація продукції, що вводить споживача в обман.

Ця класифікація відображає основні чинні і найбільш використовувані групи об'єктів права інтелектуальної власності, однак вона не є повною. Існує більш загальна і більш повна класифікація об'єктів права інтелектуальної власності, що використовується й в Україні (рисунок 1) [2,3,10]:

1. Авторське і суміжне право містить у собі об'єкти права, що виникають у процесі творчої діяльності людини. Об'єкти авторського права і суміжних прав використовуються в гуманітарній сфері для збагачення внутрішнього світу людини, формування її світогляду. Ця група об'єктів інтелектуальної власності, у свою чергу, поділяється на дві частини – власне об'єкти авторського права на твори науки, літератури і мистецтва, і об'єкти суміжних з авторськими прав, до яких належать права виконавців творів, виробників фонограм і аудіограм, організацій мовлення.



Рис. 1. Класифікація об'єктів інтелектуальної власності

2. Право промислової власності – містить у собі об'єкти права інтелектуальної власності, що використовуються переважно в промисловості й у процесі ведення бізнесу. Ця група використовується переважно в сфері виробництва і надання послуг і сприяє підвищенню технічного рівня суспільного виробництва, його ефективності, забезпечує конкурентоздатність вироблених товарів і послуг. У цій групі презентовані всі засоби візуалізації (знаки для товарів і послуг, комерційні найменування, географічні позначення), винаходи і корисні моделі, промислові зразки.

3. Нетрадиційні об'єкти права інтелектуальної власності містять у собі об'єкти інтелектуальної власності, що через свою специфічну природу не ввійшли в ці дві основні групи. Сюди входять сорти рослин, топографії мікросхем, раціоналізаторські пропозиції тощо.

Суб'єктами права інтелектуальної власності є: творець (творці) об'єкта права інтелектуальної власності (автор, виконавець, винахідник тощо) та інші особи, яким належать особисті немайнові і (чи) майнові права інтелектуальної власності згідно з чинним законодавством чи договором. Відповідно до Закону України «Про власність» суб'єктами права інтелектуальної власності визнаються громадяни (фізичні особи), юридичні особи і держава.

Здобутки науки, літератури, мистецтва, результати технічних і інших видів творчості, будучи головною складовою частиною поняття «інтелектуальна власність», не вичерпують собою усього його змісту. Останнє охоплює також інші результати інтелектуальної діяльності, у тому числі і такі, котрі не мають творчого характеру. Прикладом можуть слугувати багато секретів виробництва («ноу-хау»), що хоча і становлять велику комерційну цінність, але результатами творчості часто не є. Чинне законодавство не визнає результатами творчості також фірмові найменування, товарні знаки й інші засоби індивідуалізації юридичних осіб, продукції, робіт і послуг. «Однак оскільки правовласникам зазначених об'єктів закон гарантує виключне право на їхнє використання, їхній правовий режим прирівняний по ряду моментів до режиму результатів інтелектуальної

діяльності і вони також включаються в поняття інтелектуальної власності» [12].

Такий широкий спектр об'єктів визначає і розмаїтість засобів правової охорони [5]. Однак, розподіл об'єктів інтелектуальної власності за способами правового захисту (що охороняються авторським, патентним правом і т. д.) настільки ж непродуктивним, як і розподіл за «видами інтелектуальної власності» (промислова літературна, художня, наукова і т. п.), тому що, по-перше, неможливо висунути чіткі і незаперечні критерії (підстави) такого розподілу, а по-друге, той самий об'єкт може охоронятися різними способами і розглядатися як приналежний до декількох «видів інтелектуальної власності» одночасно (ця засада справедлива, наприклад, відносно промислових зразків і дизайну виробів, програм для ЕОМ і т. д.) [1, 7].

Найбільш доцільним виглядає здійснення класифікації інтелектуальної власності безпосередньо за видами її об'єктів з урахуванням їх специфіки, можливих способів охорони і ступенів законодавчого забезпечення.

Наведена класифікація не є досконалою, та після деякого часу може змінюватися (на це є низка визначених причин), але покликана у простій формі показати зв'язок між об'єктами інтелектуальної власності та їх правовим захистом. Це допоможе скоординувати дії у пошуку форми правового захисту.

У науковій літературі знаходимо істотні розбіжності у підходах до складу об'єктів інтелектуальної власності. Крім того, сам перелік об'єктів інтелектуальної власності залежить від такого фактора як науково-технічний прогрес, розвиток якого привносить у світову спільноту нові об'єкти інтелектуальної власності.

На сьогоднішній день відсутня єдина система у формуванні об'єктів інтелектуальної власності, що негативно позначається не тільки на практиці їхнього використання в діяльності фізичних і юридичних осіб, у тому числі при оцінці бізнесу, але й у розумінні можливостей захисту, у т. ч. від несумлінної конкуренції.

Таблиця 1. Класифікація інтелектуальної власності безпосередньо по видах її об'єктів з урахуванням їх специфіки, можливих способів охорони і ступені законодавчого забезпечення в Україні

Характеристика	Об'єкти інтелектуальної власності		
	Об'єкти права промислової власності	Об'єкти авторського права і суміжних прав	Нетрадиційні об'єкти інтелектуальної власності
1	2	3	4
Види об'єктів інтелектуальної власності	<ul style="list-style-type: none"> – винаходи – корисні моделі – промислові зразки – торгові марки – географічні позначення – фірмові найменування 	<ul style="list-style-type: none"> – літературні і художні твори – комп'ютерні програми – компіляції даних (бази даних), якщо їхній добір чи упорядкування їхніх складових частин є результатом інтелектуальної діяльності; – інші твори. <p>До об'єктів суміжних прав віднесені:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виконання творів – фонограми і відеограми – передачі організацій віщань 	<ul style="list-style-type: none"> – сорти рослин – породи тварин – топографії інтегральних мікросхем – комерційні таємниці(ноу-хау) – наукові відкриття – раціоналізаторські пропозиції
Правовий захист (Документ)	<p>Патент на винахід (корисну модель)</p> <p>Патент на промисловий зразок</p> <p>Свідчення (заявка) на торгову марку (товарний знак)</p> <p>Правова охорона в інших країнах</p> <p>Дія патенту має територіальне обмеження. Патент України дійсний тільки на території України, і для одержання охорони в інших країнах необхідно одержувати патенти, що поширюють свою дію на ці країни.</p>	Свідоцтво про реєстрацію Авторського права.	<p>відповідно до законодавства України <u>не можуть</u> одержати правову охорону як винахід (корисна модель): сорти рослин і породи тварин; топографії інтегральних мікросхем; результати художнього конструювання; біологічні процеси відтворення рослин і тварин, що не належать до небіологічних і мікробіологічних процесів.</p> <p>Ноу-хау - не мають охоронного документа і не володіють винахідницьким рівнем, цілком чи частково конфіденційні знання, досвід, навички, що стосуються зведення технічного, економічного, управлінського, фінансового чи іншого характеру, використання яких забезпечує визначені переваги і комерційну вигоду особі, яка їх отримує. - Наукове відкриття не може одержати правового захисту і стати власністю, що охороняється законом, оскільки воно не підлягає патентуванню.</p>
Вартість	Вартість патентних послуг залежить від терміну одержання патенту і від обсягу пошуку інформації для подачі заявки	Вартість підготовки і подачі заявки на реєстрацію авторських прав від 450 грн.	

1	2	3	4
Термін дії документа	Термін дії патенту відраховується від дати подачі заявки в Патентне відомство України. Патент на винахід діє протягом 20 років з цієї дати (з можливістю продовження терміну дії не більше ніж на 5 років для винаходів, що стосуються лікарських засобів, пестицидів і агрохімікатів - тобто до 25 років). Патент на корисну модель діє протягом 10 років. Патент на промисловий зразок діє протягом 10 років з можливістю продовження не більше ніж на 5 років (тобто сумарно - не більш 15 років). Свідоцтво на торгову марку діє 10 років із дня подачі заявки в УКРПАТЕНТ і може бути продовжене на наступні 10 років у випадку сплати відповідного збору і подачі необхідних документів про продовження терміну дії торгової марки до завершення попереднього терміну її дії.	Авторське право. Термін дії майнових прав інтелектуальної власності на об'єкти авторського права починається з моменту створення твору і діє протягом усього життя автора і 70 років після його смерті, крім деяких виняткових випадків. Термін дії суміжних прав: – майнові права виконавців охороняються протягом 50 років з дати першого запису виконання; – особисті немайнові права виконавців охороняються безстроково; – права виготовлювачів фонограм і відеограм, а також організацій мовлення охороняються протягом 50 років з дати першого публічного повідомлення чи опублікування.	

Список літератури

1. *Власність інтелекту (збірник статей) / Л. Й. Глухівський. – К.: Державний департамент інтелектуальної власності, 2002. – 140 с.*
2. *Жаров, В. О. Інтелектуальна власність в Україні: правові аспекти набуття, здійснення та захисту прав: монографія / В. О. Жаров. – К.: Видавничий Дім "Ін Юре", 2000. – 188 с.*
3. *Жаров, В. Концепція розвитку національної системи правової охорони інтелектуальної власності: шляхи реалізації / В. Жаров, Н. Максимов // Інтелектуальна власність. Науково-практичний журнал № 2 – 2003. – С. 6.*
4. *Інтелектуальна власність: навчальний посібник / За ред. д.т.н. Цибульова П. М. – К. УкрІНТЕІ, 2006. – 276 с.*
5. *Кузьмічов, В. Проблеми захисту інтелектуальної власності / В. Кузьмічов // Вісник Академії правових наук України. – Х., 2005. Вип. 3 (42). – С. 273-275.*
6. *Липинский, В. В. Основы интеллектуальной собственности / В. В. Липинский, Д., 2005. – С. 40-52.*
7. *Пантелеев М. Условие охраноспособности "изобретательский уровень" / М. Пантелеев // Интеллектуальная собственность. - 2006. - № 1-2. – С. 20-25*
8. *Цибульов, П. М. Основи інтелектуальної власності / П. М. Цибульов, К., 2005. – С.23, 44-46.*
9. *Цибульов П. М. Основи інтелектуальної власності / навчальний посібник / П. М. Цибульов. – К.: Інститут інтелектуальної власності і права, 2003. – 172 с.*
10. *Управління інтелектуальною власністю : монографія / П. М. Цибульов, В. П. Чеботарьов, В. Г. Зінов, Ю. Суїні ; За ред. П. М. Цибульова: . - К.: «КІС». 2005. – 448 с.*
11. *Классификация Объектов Интеллектуальной Собственности. - Режим доступа http://patent.at.ua/index/klassifikacija_obektov_intellektualnoj_sobstvennosti/0-13.*
12. *Цивільний Кодекс України станом на 22.12.2010 Режим доступу http://www.ukrpat.com.ua/show_law.php?id=171.*

РЕЗЮМЕ

Ковтуненко Ксенія, Ковтуненко Юрій
Особенности классификации объектов интеллектуальной собственности и способы ее правовой защиты

В статье предложена классификация объектов интеллектуальной собственности и способы их правовой защиты. Объекты интеллектуальной собственности неоднородные по характеру использования в процессе производства, по своему смыслу, по степени влияния на финансовое состояние и результаты хозяйственной деятельности предприятия. Предложенная классификация максимально охватывает особенности объектов интеллектуальной собственности и может помочь субъекту интеллектуальной собственности скоординировать свои действия в поиске правовой защиты.

RESUME

Kovtunenکو Ksenia, Kovtunenکو Yuriy
Features of classification of objects of intellectual property and methods of its legal defence

In the article the classification of objects of intellectual property and methods of their legal defence are offered. Objects of intellectual property are dissimilar by the nature uses in the process of production, by their maintenance, by their extent of influence on the financial state and results of economic activity of enterprise. The proposed classification maximally covers the features of objects of intellectual property and will help the entity of intellectual property to coordinate his the actions in the process of search of legal defence.

Стаття надійшла до редакції 18.03.2011 р.

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розкрито сутність та розглянуто проблеми антикризового управління підприємством. Запропоновано концепцію антикризового розвитку підприємства.

Ключові слова: криза, антикризове управління, стратегія антикризового розвитку.

Висока імовірність виникнення і розвитку кризи в процесі діяльності будь-якого підприємства зумовлює необхідність здійснення антикризового управління, яке повинно ґрунтуватися на розробці комплексу заходів виходу із кризи та подолання неплатоспроможності. Останнім часом цей термін набув значного поширення, однак розуміння сутності цього напрямку управління, його змісту, особливостей, теоретичного підґрунтя ще знаходиться на стадії формування. Це спричинює різні підходи та тлумачення, нетотожність оцінок окремих базових положень.

Проблеми антикризового управління знайшли своє відображення в працях вітчизняних та зарубіжних економістів, а саме: Бланка І. О., Бикова О. О., Біляцької Т. М., Кошкіна В. І., Лігоненко Л. О., Мороза О. В., Скібіцького О. М., Терещенка О. О., Череп А. В., Штангерта А. М. та ін. Але цими дослідниками механізм забезпечення фінансової стабілізації діяльності підприємств розроблено не повністю.

На сучасному етапі економічного розвитку постає проблема управління фінансово нестабільними підприємствами. Для успішного управління і виходу підприємства з фінансової кризи необхідна ефективна система антикризового управління, яка має у своєму розпорядженні механізми реалізації стратегії антикризового розвитку підприємства.

Метою дослідження є розгляд системи антикризового управління підприємством для розробки комплексу першочергових заходів щодо формування механізму реалізації стратегії антикризового розвитку підприємства з метою забезпечення його фінансової стійкості та платоспроможності при загрозі кризових явищ.

Під антикризовим управлінням зазвичай розуміють управління підприємством в умовах загальної кризи економіки або при загрозі банкрутства. Воно також асоціюється з діяльністю антикризових керуючих у рамках судових процедур банкрутства. У широкому ж розумінні все управління повинно мати антикризову спрямованість.

Теоретична невизначеність поняття «антикризове управління» є основною причиною різнобічного його трактування.

О. М. Скібіцький під антикризовим розуміє управління, що націлене на запобігання можливим серйозним ускладненням у ринковій діяльності підприємства, забезпечення його стабільного, успішного господарювання [7, с. 44].

В. І. Кошкін антикризове управління підприємством

розглядає в двох аспектах: по-перше, як комплекс профілактичних заходів, які спрямовані на попередження кризи: системний аналіз сильних та слабких сторін підприємства, впровадження системи попереджувальних заходів, оцінювання ймовірності банкрутства та управління ризиками; по-друге, як систему управління підприємством, яка покликана вивести його з кризи, у тому числі і проведенням санації чи реструктуризації підприємства [3].

На думку А. В. Череп, антикризове управління – це комплексна система заходів, яка спрямована на запобігання кризи та забезпечення умов, які б ліквідували передумови та наслідки її появи через прогнозування соціально-економічного розвитку підприємства і реалізацію антикризової стратегії для зміцнення конкурентних позицій суб'єкта господарювання у ринковому середовищі [9, с. 279].

О. О. Терещенко зазначає, що антикризовий фінансовий менеджмент – це процес управління фінансово-економічними ризиками та фінансовою санацією підприємства з метою профілактики і нейтралізації фінансової кризи та забезпечення безперервної діяльності підприємства на основі використання специфічних методів та прийомів управління фінансами [8, с. 25].

У рамках системного підходу до антикризового управління останнє розглядається як комплекс заходів від попередньої діагностики кризи до методів її усунення та подолання.

Виходячи з цього ми вважаємо, що найбільш правильним є визначення антикризового управління як системи управління підприємством, яка має комплексний, системний характер і спрямована на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ за допомогою використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки і реалізації на підприємстві спеціальної програми, що має стратегічний характер, дозволяє усунути тимчасові труднощі, зберегти і примножити ринкові позиції за будь-яких обставин, при використанні в основному власних ресурсів.

Виходячи з міркувань, що ефективне антикризове управління в рамках тільки стратегічного управління, так само, як і в рамках тільки оперативного менеджменту, неможливе, пропонуємо стратегію антикризового розвитку підприємства, реалізація якої і буде втілювати процес стратегічного антикризового управління (рис. 1).

Стратегія антикризового управління включає в себе

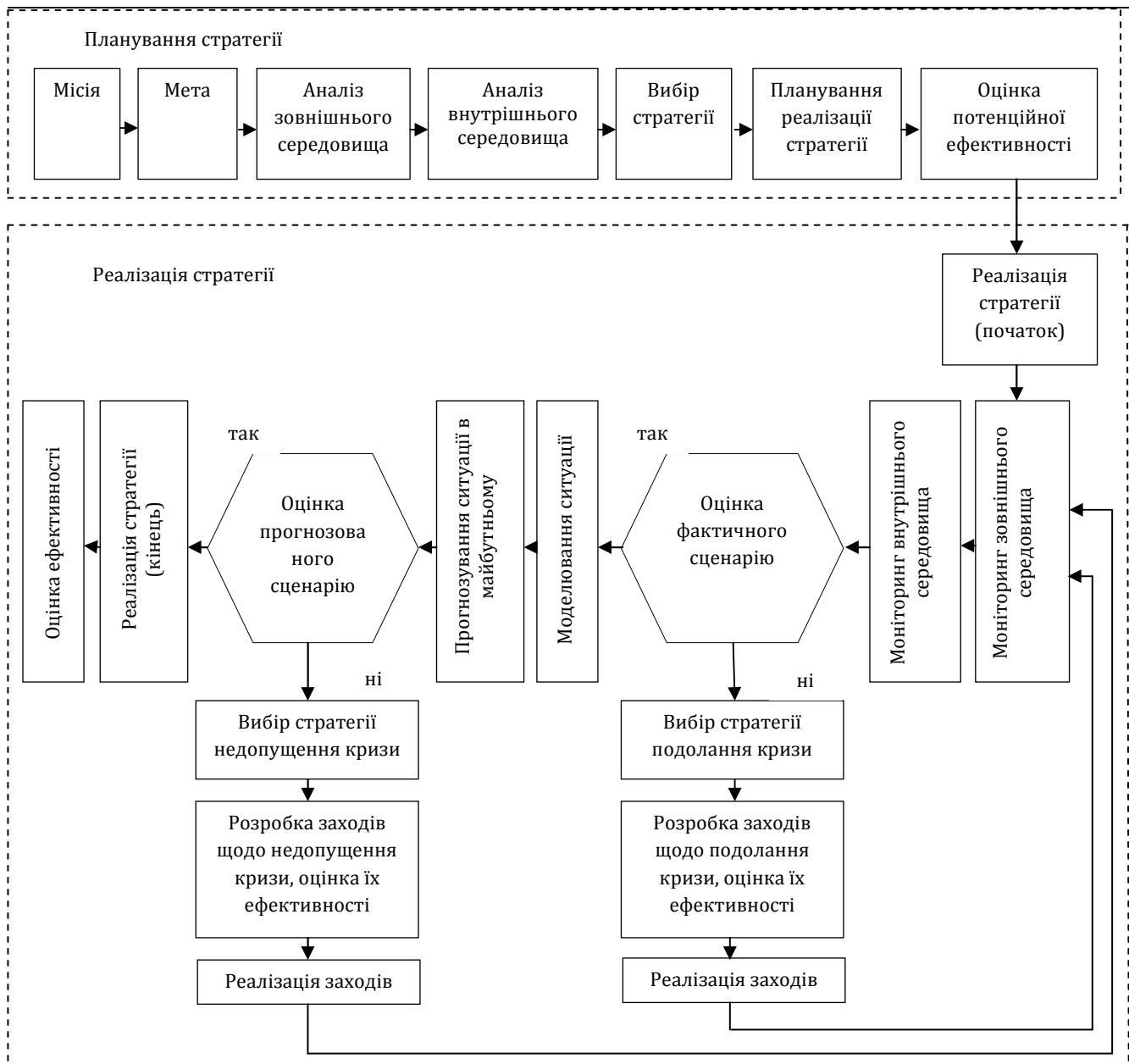


Рис. 1. Стратегія антикризового розвитку підприємства

стратегію подолання кризи і стратегію недопущення кризи.

Антикризове управління є симбіозом стратегічного управління (через реалізацію стратегії недопущення кризи) і оперативного менеджменту (через реалізацію стратегії подолання кризи).

З позиції стратегічного антикризового управління промисловим підприємством виділяють такі етапи (фази) розвитку кризової ситуації на підприємстві (рис. 2).

Першопричиною виникнення кризи на підприємстві нерідко буває криза стратегії (стратегічна криза). Вона полягає у неправильно обраній стратегії розвитку, що може одразу призвести до кризової ситуації на підприємстві.

Трапляється, що стратегія вибрана правильно, але тактичні помилки керівництва призводять до кризової ситуації. Фаза тактичної (організаційно-структурної) кризи в переважній більшості випадків є першопричиною банкрутства підприємства.

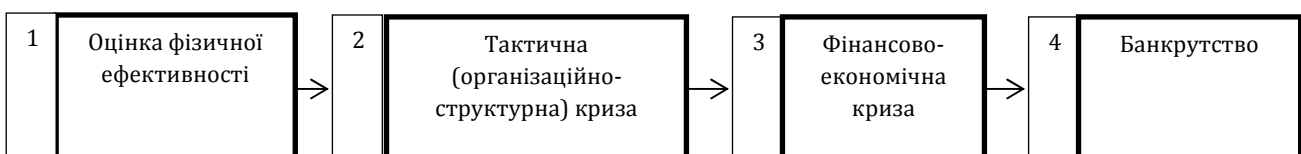


Рис. 2. Фази розвитку кризи підприємства

Організаційно-структурна криза (як першопричина або наслідок кризи стратегії), у свою чергу, породжує фінансово-економічну кризу. Фінансово-економічна криза і наступна за нею фаза банкрутства становить відкриту (явну) стадію кризи підприємства. Відповідно, криза стратегії та організаційно-структурна криза є прихованими (неявними) стадіями кризи.

Входження підприємства в кризовий стан з позиції стратегічного антикризового управління починається вже на стадії кризи стратегії (як першопричини) або на стадії організаційно-структурної кризи.

Отже, вирішення завдання недопущення кризи на підприємстві й виходу його на траєкторію подальшого економічного зростання неможливе без підвищення ефективності стратегічних управлінських рішень. Необхідною складовою частиною процесу управління підприємством є створення аналітичної бази (організаційно-методичного забезпечення), яка створює інформаційну основу для прийняття ефективних антикризових управлінських рішень стратегічного рівня.

Роль аналізу в прийнятті управлінських рішень для окремих суб'єктів господарювання надзвичайно велика. Тому від того, наскільки дієва аналітична функція управління, наскільки кваліфіковано побудований інформаційний обмін, залежить якість аналітичної обробки вихідних даних, а отже, якість прийнятих на їх основі конкретних стратегічних рішень, успішність функціонування економічного суб'єкта у цілому і в кінцевому підсумку – ступінь досягнення тактичних та стратегічних цілей, поставлених власниками.

У широко використовуваній сьогодні методиці проведення аналізу фінансово-економічної діяльності промислових підприємств є безліч недоробок, що перешкоджають створенню організаційно-методичної бази для прийняття стратегічних антикризових управлінських рішень. Це ще раз показує, що антикризове управління доцільно визначати як процес управління підприємством в умовах фінансової кризи.

Аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства в аспекті антикризового управління є фінансовим аналізом, коли основний акцент робиться на аналізі ліквідності та фінансової стійкості.

Головним недоліком прийнятої методики визначення кризового стану підприємства є та обставина, що результатом аналізу стає констатація факту настання кризи (постфактум). Таким чином, назріла необхідність вдосконалення методики аналізу діяльності підприємства з позиції стратегічного антикризового управління.

В основі будь-якого формалізованого аналізу в економіці знаходяться ті чи інші показники. Відповідно, аналітична база (перелік звітних форм) - це набір упорядкованих і взаємопов'язаних показників, які, у свою чергу, слугують інформаційною основою для розрахунку інших індикаторів (показників). Так як за одним індикатором, який би він не був значимим, повне уявлення про підприємство отримати неможливо, рекомендується працювати з комплексом показників. Достовірність оцінки може бути досягнута лише у тому випадку, коли вдається сформулювати систему показників.

Відповідно до зазначених фаз розвитку кризи підприємства моніторинг показників діяльності підприємства проводиться по блоках, таких як: стратегічний; організаційно-тактичний блок; фінансовий блок; економічний [5, с. 127].

Розробка системи ключових стратегічних орієнтирів, що втілюють основоположні вимоги до перспективного розвитку підприємства з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін та необхідності оцінки стану зовнішнього і внутрішнього середовища, уміщує наступні етапи (рис. 3).

Відібрані показники внесені в єдину систему стратегічних ключових показників, яка може бути використана для проведення моніторингу з позиції стратегічного антикризового управління підприємством.

Запропонована система ключових стратегічних

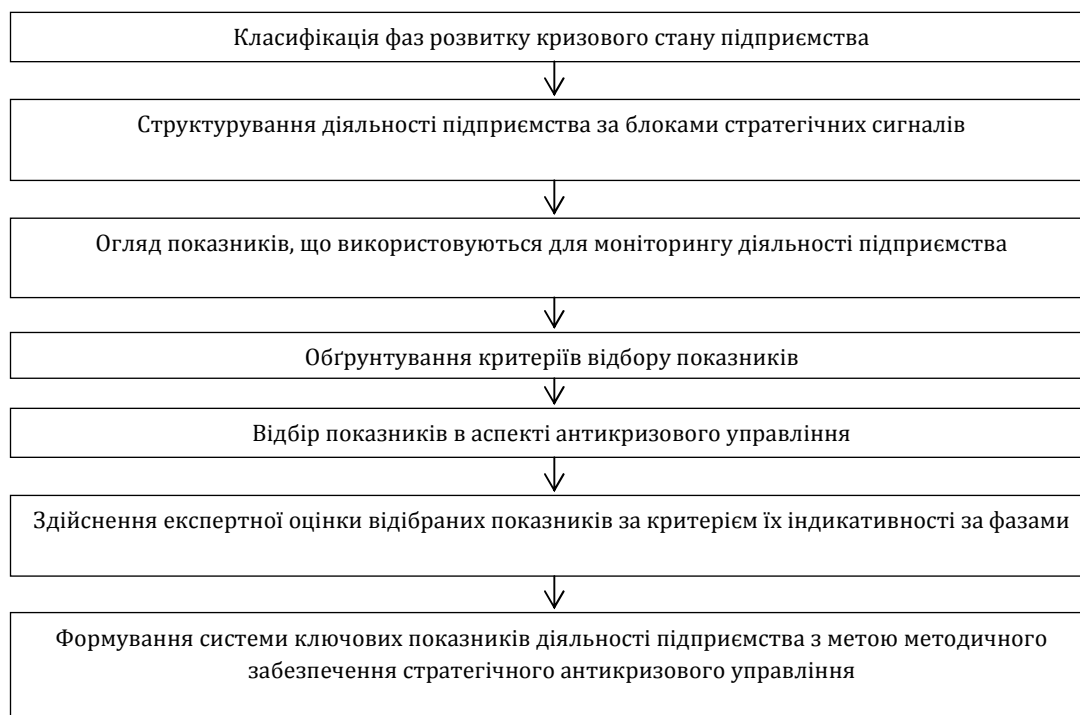


Рис. 3. Основні етапи розробки системи ключових стратегічних орієнтирів підприємства

орієнтирів по суті спрямована на забезпечення в аспекті стратегічного антикризового управління (реалізації стратегії антикризового розвитку):

- відповідності обраної стратегії параметрам внутрішнього і зовнішнього середовища;
- відповідності організаційної структури параметрам внутрішнього і зовнішнього середовища;
- оптимальної структури майна і зобов'язань;
- оптимального співвідношення доходів та витрат;
- оптимального співвідношення надходження і відтоків грошових коштів.

Криза в переважній більшості випадків зароджується на організаційному етапі (помилки в управлінні, дезорганізація, неоптимізовані бізнес-процеси і т. д.). Реалізація стратегії антикризового розвитку дозволяє діагностувати, а відповідно, і запобігати осередкам зародження кризи задовго до того, як вищеописані першопричини негативно вплинуть на стан підприємства і воно перейде у фазу фінансово-економічної кризи, що буде лише наслідком організаційно-структурної кризи, а не його першопричиною.

Не може бути стратегії, придатної для всіх підприємств, як не існує єдиного універсального стратегічного антикризового управління. Кожне підприємство є особливим, тому й процес формування стратегії для нього індивідуальний і залежить від позиції підприємства на ринку, динаміки його розвитку та потенціалу, поведінки конкурентів, характеристик виготовленої продукції (надання послуг), стану економіки, підприємницького середовища та багатьох інших чинників. Але є деякі основні моменти, які дозволяють говорити про загальні принципи антикризової стратегії, що надзвичайно важливо в умовах економічної кризи.

Запропонована стратегія антикризового розвитку як базова концепція реалізації стратегічного антикризового управління промисловим підприємством є інструментом, використання якого дозволяє вирішувати основні завдання антикризового управління.

Список літератури

1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента [Текст] : учебный курс. – 2-е изд., перераб. и доп. / И. А. Бланк. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.
2. Быков А. А., Беляцкая Т. Н. Антикризисный менеджмент [Текст] : учеб. пособие для слушателей программы Master of Business Administration / А. А. Быков, Т. Н. Беляцкая. – Мн.: Изд. Центр БГУ, 2003. – 256 с.
3. Кошкин В. И. Антикризисное управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации» [Текст] / В. И. Кошкин. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 512 с.
4. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством [Текст] : підручник / Л. О. Лігоненко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 824 с.
5. Михаленя М. А. Стратегия антикризисного развития предприятия [Текст] / М. А. Михаленя // Сибирская финансовая школа. – 2009. – № 3. – С. 124-128.
6. Мороз О. В., Шварц І. В. Інституціональні особливості превентивного антикризового управління підприємством : [Монографія] / О. В. Мороз, І. В. Шварц. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2006. – 146 с.
7. Скібіцький О. М. Антикризовий менеджмент [Текст] : навч. посібник / О. М. Скібіцький. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 568 с.
8. Терещенко О. О. Управління фінансовою санацією

підприємств [Текст] : підручник / О. О. Терещенко. – К.: КНЕУ, 2006. – 552 с.

9. Череп А. В., Северина С. В. Антикризове управління як основа забезпечення життєдіяльності підприємства [Текст] / А. В. Череп, С. В. Северина // Економічний простір. – 2010. – № 37. – С. 277-282.
10. Штангерт А. М., Копилюк О. І. Антикризове управління підприємством [Текст] : навч. посібник / А. М. Штангерт, О. І. Копилюк. – К.: Знання, 2007. – 335 с.

РЕЗЮМЕ

Костецкий Владимир
Forming of the enterprise's antycrisis management strategy

Раскрыта сущность и рассмотрены проблемы антикризисного управления предприятием. Предложена концепция антикризисного развития предприятия.

RESUME

Kostets'kyj Volodymyr
Forming of the enterprise's antycrisis management strategy

The essence and the problems of the company antycrisis management are considered. The concept of antycrisis strategy of enterprise is recommended.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.

МЕХАНІЗМИ ВПЛИВУ НАЦІОНАЛЬНИХ НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ФУНКЦІОНУВАННЯ АВІАПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Розкрито зміст поняття неурядова організація, обґрунтовано діяльність неурядових авіаційних організацій на національному рівні, проаналізовано механізми впливу на функціонування авіапідприємств України, висвітлено проблеми взаємодії неурядових організацій з державними органами управління.

Ключові слова: механізми впливу, шляхи впливу громадських організацій, неурядові організації, лобізм.

Здійснення впливу неурядовими організаціями на державну політику України відіграє важливе значення, оскільки згадані інституції відіграють особливу роль в політичному і соціально-економічному житті країни. Наявність і повноцінне функціонування неурядових організацій є запорукою демократичного розвитку країни. Усвідомлення змісту діяльності громадських організацій, їхнього місця у процесі формування механізмів державного управління Україною і ролі в суспільстві має не лише науково-пізнавальне, а й практичне значення. Без цього неможливо об'єктивно проаналізувати реалії сьогоденного життя, виявити протиріччя, які виникають у ньому.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій, що відображають сучасні тенденції діяльності неурядових організацій, свідчить про широкий інтерес та зацікавленість у вирішенні проблем. Проте, залишається невирешеною проблема впливу та взаємодії національних неурядових авіаційних організацій з авіапідприємствами України для досягнення спільної мети на національному рівні та в умовах глобалізації в цілому. Питаннями функціонування неурядових організацій та механізмами впливу займалися: Г. Гайдена, Ю. Ганжуров, О. Голіченко, Б. Капустін, А. Колодій, І. Пащенко, О. Полторацька, С. Рябов, С. Телешун, Є. Тихомирова.

Метою статті є визначення шляхів впливу та взаємодії національних неурядових авіаційних організацій з авіапідприємствами України для ефективного регулювання повітряних перевезень, забезпечення ліберальних умов їх функціонування для стійкого розвитку.

Реальні механізми впливу недержавних організацій, які поки не стали предметом системних наукових досліджень, жваво обговорюються всередині громадських організацій. Водночас на публічні обговорення виносяться лише теоретичні питання. У результаті чого не відбувається об'єктивна оцінка досягнень чи помилок в системі заходів впливу недержавних організацій на державну політику авіаційної галузі в цілому.

Актуальність теми дослідження викликана сподіваннями, які покладають на неурядові організації політики, урядовці, науковці та прості громадяни. Вони визнають, що в неурядових організаціях міститься потенціал учасників визначення державної політики,

агентів артикуляції та трансляції суспільних інтересів. В Україні вони прийшли на зміну псевдо-неурядовим організаціям, які були поширені в Радянському Союзі. Велике значення для їх поширення мало прийняття в 1992 році Закону "Про об'єднання громадян", який визначив правові засади їх створення і діяльності. Після цього кількість неурядових організацій в Україні постійно збільшується.

Неурядові організації є складовою будь-якого суспільства, що існує за умов демократичного режиму. Вони є важливим чинником економічного, соціального та політичного життя. Залежно від особливостей кожного окремого суспільства відрізняються лише кількість цих організацій та обсяг дій, які вони виконують. В країнах де вони тривалий час мали всі умови для існування, наприклад в США, Канаді, країнах Європи, неурядові організації можна зустріти в усіх сферах суспільного життя, і скрізь вони вносять свій вагомий внесок в справу загального добробуту і стабільності. Співпрацюючи з органами влади, політичними партіями та впливаючи на громадську думку, неурядові організації авіаційного спрямування здатні досягти необхідних державних рішень, відповідної політики в авіаційній галузі та матеріальної підтримки держави.

Розглядаючи сутність поняття неурядових організацій, у словнику знаходимо має наступний зміст: (англ. non-governmental organizations – NGOs) – локальні, національні чи міжнародні об'єднання людей, діяльність яких здійснюється з ініціативи громадян, а не з санкції чи вказівки уряду, і не має на меті отримання прибутку. Неурядові організації є елементами громадянського суспільства, які створюють для людей можливість брати безпосередню участь у розв'язанні проблем власного життя, у прийнятті відповідних рішень, у налагодженні партнерської співпраці між собою та з державними органами й міжнародними організаціями.

У вітчизняному науковому та суспільно-політичному дискурсі, зазвичай, живаються як синоніми наступні поняття: "неурядова організація", "громадська організація", "неприбуткова організація", "недержавна організація", "організація "третього сектору". Чинний Закон України "Про об'єднання громадян" від 16.06.1992 р. № 2460-XII дає юридичне визначення поняття "громадська організація". Воно виходить з того,

що громадські організації є однією із різновидностей (як і політичні партії) об'єднань громадян.

Функціонування національних неурядових організацій авіаційної сфери має тісний зв'язок з процесами лібералізації авіаційного простору. Процес лібералізації у сфері регулювання повітряного транспорту відбувається на різних рівнях. Зростає також взаємодія регіонів у напрямку подальшої лібералізації. Підприємства цивільної авіації знаходяться та функціонують в зовнішньому середовищі, яке є джерелом живлення підприємств ресурсами, які є необхідною умовою підтримання внутрішнього потенціалу підприємства на належному рівні.

Ефективне регулювання повітряних перевезень стало можливим завдяки діяльності міжнародних, регіональних та національних авіаційних організацій. В авіаційному просторі саме вони виконують роль інститутів, що координують діяльність аеропортів, авіакомпаній, для досягнення спільної мети.

На національному рівні відбуваються процеси, які беруть участь та підтримують ідеї сталого розвитку на міжнародному рівні, надаючи можливості впливу на формування національної політики в цивільній авіації. Робота на цьому рівні, з одного боку, забезпечує доступ до результатів досліджень та місцевого досвіду для усієї країни, а з іншого — підтримку місцевим ініціативам (доступ до загальнонаціональних ЗМІ, співпраця з центральними органами влади, залучення експертів національного рівня тощо) [4].

Отже, на національному рівні можна виокремити такі неурядові організації, як: Асоціація "Аеропорти України" Цивільної авіації, "Всеукраїнська авіаційна асоціація "АОПА-Україна", Всеукраїнська профспілка пілотів (ВПП), кожна з яких забезпечує підтримку у вирішенні питань окремих напрямків авіаційної сфери.

На сьогодні зберігається відчуження населення від влади. Діяльність апарату управління продовжує залишатися непрозорою, недостатньо зорієнтованою на реальні потреби людей. Однак громадянське суспільство не змогло б існувати за умов, коли б організовані громадяни стали домагатись тільки задоволення державою власних групових, тим більше - вузькогрупових, або й суто приватних інтересів. У цьому відношенні структури громадянського суспільства повинні врівноважувати тиск на державу з перебиранням на себе відповідальності за формування і здійснення державної (публічної) політики.

Слід зазначити також, неурядові організації виконують ряд важливих для суспільства функцій – комунікаційну, контрольну, досягнення суспільновагомих благ, сервісну або досягнення соціальної справедливості та функцію кооперації та мобілізації.

Можливості партнерських стосунків між органами влади та інститутами громадянського суспільства розширюються, зокрема, завдяки позитивним тенденціям у становленні останніх.

Визначають чотири можливі шляхи впливу громадських організацій на державну політику:

1. Безпосередній вплив - розв'язання актуальних проблемних питань, які не можуть бути вирішені державою.

2. Консультативний - спрямування державної політики у правильне русло. Громадські організації шукають шляхи представлення інтересів та проблем недостатньо репрезентованих груп через переговори з

владними структурами – адвокати (представництво). Існують наступні стратегії імплементації адвокати:

- переговори;
- лобіювання;
- створення коаліцій та схем взаємодії між різними організаціями;
- набуття членства в державних структурах;
- використання засобів масової інформації та проведення кампаній - прями дії.

3. Інноваційний - розробка та демонстрація нових шляхів вирішення проблем.

4. Наглядний - контроль за правильним виконанням державної політики.

Неурядові організації в Україні офіційно не мають права на здійснення законодавчої ініціативи. Тому лобіювання є єдиним "прямим" шляхом представлення інтересів неурядових організацій. У демократичному суспільстві саме громадські організації активно впливають на державотворчий процес країни. Причому, їх вплив постійно зростає.

Поняття "лобізм" (від англ. "lobby" – закрите приміщення для прогулянок, коридор, кулуари) достатньо нове для нашого суспільства. Лобізм може здійснюватися у різних формах. Зазвичай виокремлюють:

- формальні і неформальні;
- прямі та опосередковані форми лобіювання.

Використання для лобіювання неурядових організацій є переважно формальним лобіюванням. Хоча можливе і неформальне, тобто – через особисті зв'язки. Неформальне лобіювання за допомогою неурядових організацій відбувається в тому випадку, коли організація залучає до своїх лав чи до участі у своїх заходах (конференції, зустрічі, круглі столи тощо) тих, на кого планує справляти вплив.

Слід також визнати, що частина неурядових організацій застосовує лобізм у своїй практиці як одну з можливостей досягти своїх цілей, а частина є прямо створеними для провадження лобістської діяльності. Процес залучення громадських неурядових організацій до політичного процесу державних структур має три етапи. По-перше, це – допомога у визначенні найбільш актуальних проблем для вирішення (узгодження шляхів подолання проблеми, визначення пріоритетності завдань). Другий етап – це політичне конструювання шляхів розв'язання проблеми (вибір найбільш правильного шляху з усіх можливих). Третій етап – це імплементація теорії у практику (безпосереднє вирішення проблеми).

В реальному житті в Україні існують наступні шляхи впливу національних неурядових організацій на державні структури:

1. Право участі в законодавчому процесі шляхом вироблення законопроектів та пропозицій.

2. Організація громадських слухань законопроекту.

3. Громадські ради, створені при державних органах з числа представників громадських об'єднань.

4. Підготовка експертних висновків, консультування на загальних підставах.

Вплив на законодавчі органи є найбільш поширеним і ефективним механізмом, який вимагає систематичності та професійності. Недержавні організації беруть участь у розробці законів та законопроектів, проводять громадську експертизу, публікують заяви та звернення до громадян з різних питань в ЗМІ, організують громадські дії (пікети,

акції, семінари), лобіюють конкретні пропозиції в органах державної влади через депутатів та участь у виборах, проводять моніторинги здійснення рішень, опитування, аналізують досягнуті результати.

Як відомо, класична модель лобіювання виглядає так: група інтересу – група тиску – лобі. Групою інтересу є: “Добровільне об’єднання людей з формальною основною структурою, де особисті вимоги поєднуються з матеріальною, духовною, суспільною користю і котрі за допомогою співробітництва і впливу висловлюються відносно інших груп та політичних інститутів.” Дане визначення дозволяє нам казати, що громадські організації є певною мірою групами інтересів. Децентралізація влади є важливим стимулом розвитку груп тиску з груп інтересів громадських організацій (Західна Європа, США). Як відомо, основна мета будь-якої громадської організації є вирішення конкретної проблеми (або низки проблем) суспільного життя чи певної сфери діяльності. Отже, лобіювання громадськими організаціями має свою специфіку. Воно не є складовою існування громадської організації, а скоріше це наслідок її діяльності. Наприклад, організація, яка об’єднує авіаперевізників всіх авіакомпаній України, може виступати лобістом щодо розробки та прийняття законодавства, яке стосується даної галузі. Це – організація певних слухань для парламентарів, участь представників у парламентських комісіях, залучення професійних лобістів.

В Україні, на жаль, відсутнє будь-яке законодавче поле для легального лобіювання, але наявний низький ступінь децентралізації влади, величезний та громіздкий бюрократичний апарат як у центрі, так і на місцях. Однак, незважаючи на всі ці перешкоди, громадським організаціям необхідно залучатись до процесу вирішення проблем саме методом лобіювання, як це робиться в цивілізованих державах.

Отже, основною метою діяльності неурядових організацій авіаційної сфери у представництві інтересів авіапідприємств та громадян має бути:

- вдосконалення структур публічної влади з метою підвищення їх відповідальності та оптимізації взаємодії;
- гармонізація стосунків між державою і особою через затвердження структур громадянського суспільства [8].

Становлення в Україні громадянського суспільства має вирішити двоєдине завдання. З одного боку, забезпечити реальну можливість громадян через різні форми їх об’єднання здійснювати результативний вплив на державу, її органи і посадових осіб. З іншого – кожен повинен усвідомити себе відповідальним за формування і здійснення державної політики. Відтак, громадянське суспільство слід розглядати як особливу організацію суспільної життєдіяльності, яка забезпечує результативний, диференційований і збалансований вплив громадян на державну владу через їх самоорганізацію.

У спільноті панує думка про низьку активність неурядових організацій та неспроможність реально впливати на ситуацію в регіоні і в країні. Вся множина проблем, фактично, зводиться до двох головних і взаємопов’язаних – відсутність ресурсів та “попиту”. Нестача ресурсів є пов’язаною, великою мірою, з відсутністю “попиту” на діяльність неурядових організацій. Відсутність попиту зі сторони державних структур викликана, в деяких випадках, побоюванням

конкуренції, а в деяких – недовірою або просто неувагою, яка виникає внаслідок поганої поінформованості і неправильного уявлення про їх цілі, завдання і способи роботи. Відсутність попиту зі сторони широких кіл громадськості пояснюється тим, що вони ще не звикли до широкого поля діяльності цих об’єднань. Неурядові організації можуть виконувати певні важливі для суспільства функції, але в суспільній свідомості вони або не уявляються придатними для цього, або взагалі не співвідносяться з ними.

Список літератури

1. Про об’єднання громадян [Текст] : закон України від 16 червня 1992 р.
2. Пащенко В. І. Неурядові організації як інститут громадянського суспільства: методологія дослідження та стан в Україні : Автореф. дис... канд. політ. наук 23.00.02 / Пащенко В. І. НАН України. Ін-т політ. і етнонац. дослідж. — К., 2005. — 16 с. — укр.
3. Сибіга, І. І. Лобізм, як механізм впливу неурядових організацій на державні структури України [Електронний ресурс] / І. І. Сибіга. — Режим доступу : <http://www.vidkryti-ochi.org.ua>.
4. Полторацька, О. Т. Інституціональна взаємодія аеропортів України з міжнародними авіаційними організаціями [Текст] / О. Т. Полторацька.
5. Голіченко, О. Механізми впливу недержавних організацій на державні структури [Електронний ресурс] / О. Голіченко. — Режим доступу : <http://www.spa.ukma.kiev.ua>.
6. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://aora.com.ua>.
7. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.iaora.org>.
8. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.ndi.ru/ARCHIVE/Russian/Coalition_Building.

РЕЗЮМЕ

Краковецкая Ольга

Механизмы влияния национальных неправительственных организаций на функционирование авиапредприятий Украины

Раскрыто сущность понятия неправительственная организация, обоснованно деятельность неправительственных авиационных организаций на национальном уровне, проанализированы механизмы влияния на функционирование авиапредприятий Украины, отражены проблемы взаимодействия неправительственных организаций с государственными органами управления.

RESUME

Krakovets'ka Olga

Mechanisms of influence of national non-governmental organizations on functioning of aerospace enterprises of Ukraine

Essence and concept of non-governmental organization are defined. The activity of non-governmental aviation organizations at national level is grounded. The mechanisms of influence on functioning of aerospace enterprises of Ukraine are analysed. The problems of co-operation of non-governmental organizations with the public organs of management are reflected.

Стаття надійшла до редакції 30.03.2011 р.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕС-СИСТЕМИ У КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Розкрито та аргументовано особливості аналізу діяльності бізнес-системи для формування і реалізації управлінських рішень щодо обрання пріоритетних напрямків розвитку бізнес-системи.

Ключові слова: бізнес-система, конкуренція, аналіз, оцінка.

Для проведення успішного антикризового управління бізнес-системою спочатку необхідно оцінити її дійсний стан. Від реальності результатів такої оцінки в подальшому буде залежати успіх оптимізації функціонування бізнес-системи.

Інформаційну базу в сучасних умовах господарювання складає система показників, що розраховуються на основі діючої звітності (статистичної і фінансової). Практика показує, що керівництво залишає за собою право вибору тих аналітичних оціночних показників, які з його позицій дають достатньо повне уявлення про економічний стан бізнес-системи та ефективності її роботи. Дослідження довели, що в умовах директивної економіки методи і техніка аналітичних розрахунків на рівні бізнес-системи базувалася на ідеї планового господарювання. При цьому основний акцент робився на облік, контроль та аналіз за схемою «план-факт». Протягом багатьох десятиліть у нашій країні оцінювання діяльності бізнес-системи здійснювалось за допомогою так званих основних показників – виручки від реалізації, прибутку і собівартості. Загальний підхід такого оцінювання – більше високоякісної продукції з найменшими витратами – був основним принципом систематичного контролювання та аналізування діяльності бізнес-системи. Таким чином, в умовах директивної економіки це оцінювання фактично зводилося до виявлення внутрішньовиробничих показників (обсяг товарної продукції, чисельність, фонд заробітної плати, собівартість тощо), по суті, перетворюючись на техніко-економічний аналіз.

Сьогодні вже ні у кого не викликає сумнівів той факт, що застосування методики оцінки діяльності бізнес-системи, що існувала при плановій економіці, неможливе. Практично вживані сьогодні методи оцінки результатів функціонування бізнес-системи значно відстають від рівня розвитку ринку України. Тим часом, далеко не все в старій методиці втратило значення і цінність для сучасності. Тому, як зазначає Негашев Е. В., зараз основне завдання полягає в тому, щоб вичленувати і зберегти раціональні поняття, прийоми і методи старої методики, відповідно до контексту ринкової дійсності, не намагаючись застосовувати дану методику буквально [10].

Проведене дослідження показало, що останнім часом питання оцінювання стало предметом наукового зацікавлення. Цією проблемою займаються такі вітчизняні та зарубіжні дослідники, як Абрютіна М.,

Артеменко В., Баканов М., Балабанов І., Барнгольд С., Бухалков М., Вакуленко Т., Герасимова В., Данілочкіна Н., Донцова Л., Ефимова О., Карлін Т., Клейнер Г., Кузьмін О., Ковальов В., Крейніна М., Лозовський Л., Маркар'ян Є., Мінаєв Є., Негашев Е., Нікіфорова Н., Ніколаєва С., Панагушин В., Півнів Р., Райзберг Б., Родіонова В., Савицька Г., Сайфулін Р., Стародубцева Е., Стоянова Е., Стоянов Е., Стражев В., Уткін Є., Федотова М., Фоміна Л., Хеддервік Д., Хелферт Е., Шермет А. та інші [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 та ін.].

Необхідність подальшого удосконалення теоретичних та методико-прикладних основ аналізу діяльності бізнес-систем у конкурентному середовищі обумовила актуальність вищевказаної проблеми, а також мету та завдання статті

Мета статті – розкрити особливості аналізу діяльності бізнес-системи для формування і реалізації управлінських рішень щодо обрання пріоритетних напрямків розвитку бізнес-системи. Це вимагає виконання таких завдань: уточнити класифікацію показників оцінювання бізнес-системи; розкрити особливості запропонованого групування показників для аналізу діяльності бізнес-системи в конкурентному середовищі; сформулювати умови взаємодії зарубіжного досвіду з вітчизняним.

Бізнес-система є цілісним організмом із складною структурою. Для ухвалення зважених управлінських рішень щодо її оптимізації необхідно проводити комплексний і всеосяжний аналіз.

В умовах ринку конкурентного характеру основною метою оцінки діяльності бізнес-системи є допомога в обґрунтуванні ухвалення управлінських рішень, пов'язаних з наступними основними напрямками діяльності:

1. Інвестиційна діяльність – куди вкласти грошові кошти, чи не слід змінити структуру активів, який повинен бути страховий запас тих або інших видів оборотних коштів, чи оптимальний портфель фінансових інвестицій та ін.

2. Пошук і оптимізація джерел фінансування – чи оптимальна структура джерел, чи може бізнес-система підтримувати структуру пасивів, що склалася, чи немає сенсу вийти на ринок капіталу зі своїми цінними паперами та ін.

3. Поточна діяльність – яка ситуація становище з ліквідністю і платоспроможністю, чи забезпечують оборотні кошти ритмічність виробничого процесу, чи оптимальна політика бізнес-системи відносно своїх

кредиторів і дебіторів тощо.

4. Оцінка становища на ринку капіталу, товарів і послуг – яку нішу стабільно займає бізнес-система на ринку певної продукції, які тенденції відносно цього показника, яка динаміка власних індикаторів на ринку капіталу і ін.

5. Доцільність встановлення або продовження бізнес-контрактів із вказаною бізнес-системою – яке фінансове становище фактичного або потенційного контрагента в динаміці, чи надійний цей контрагент у плані виконання своїх зобов'язань та ін.

Виходячи з наведеного переліку, можна виділити суть оцінки діяльності бізнес-системи в конкурентному середовищі – аналіз фінансово-економічного стану і ефективності роботи для подальшого ухвалення управлінських рішень по оптимізації її діяльності або участі в цій діяльності з метою максимізації прибутку й мінімізації ціни бізнесу.

У зарубіжних країнах для оцінювання діяльності бізнес-систем використовують підходи, запропоновані англо-американською школою, серед яких можна виокремити п'ять основних напрямів (підходів):

Перший – «школа емпіричних прагматиків» (Empirical Pragmatists School). До неї належать професійні аналітики, котрі спеціалізуються на оцінюванні кредитоспроможності бізнес-системи. Їх мета полягає в обґрунтуванні набору відносних показників (індикаторів), які могли б допомогти аналітикові відповісти на питання, чи зможе бізнес-система розплатитися за своїми короткотерміновими зобов'язаннями. Представники цього напрямку вперше спробували показати різноманіття аналітичних коефіцієнтів, які можуть бути розраховані за даними річної звітності і є корисними для ухвалення управлінських рішень.

Другий підхід – «школа статистичного фінансового аналізу» (Ratio Statisticians School). Основна ідея представників цієї школи полягала в тому, що аналітичні коефіцієнти корисні лише в тому випадку, якщо існують критерії, з початковими значеннями яких ці коефіцієнти можна порівнювати. Розробку подібних нормативів для коефіцієнтів передбачалось робити в розрізі галузей, підгалузей і груп однотипних бізнес-систем шляхом обробки розподілів цих коефіцієнтів за допомогою статистичних методів.

Третій підхід – «школа мультіваріантних аналітиків» (Multivariate Modelers School). Її прихильники основне завдання бачили в побудові піраміди (системи) показників на основі існування взаємозв'язку окремих коефіцієнтів, що характеризують фінансовий стан та ефективність поточної діяльності бізнес-системи (наприклад валовий дохід, оборотність засобів в активах, запасах, розрахунках і т. п.) і узагальнюючих показників фінансово-господарської діяльності (наприклад рентабельність авансованого капіталу). Розроблена система показників надалі використовується для побудови імітаційних моделей взаємозв'язку аналітичних коефіцієнтів і ринкової ціни акцій.

Четвертий підхід – «школа аналітиків, зайнятих діагностикою банкрутства» (Distress Predictors School). На відміну від першого підходу, представники цієї школи роблять акцент на фінансову стійкість бізнес-системи (стратегічний аспект). На їх думку, комплексна оцінка діяльності бізнес-системи необхідна лише для прогнозування її банкрутства.

П'ятий підхід – «школа учасників фондового

ринку» (Capital Marketers School). Послідовники теорії вважають, що аналізування діяльності бізнес-системи необхідне для прогнозування рівня ефективності інвестування в ті або інші цінні папери і ступеня пов'язаного з ним ризику.

Разом з тим, варто зауважити, що традиційна фінансово-орієнтована концепція оцінювання бізнес-системи, до якої належать вищенаведені підходи і показники, заснована на показниках фінансової звітності, протягом останнього десятиліття посилено критикується. Це викликано низкою причин. Найважливішими з них є:

- відсутність нефінансових показників;
- наявність слабкого взаємозв'язку із стратегічним плануванням;
- орієнтація на минулі результати;
- короткостроковість;
- спрямованість лише на частину чинників зовнішнього і внутрішнього середовища бізнес-системи.

У зв'язку з цим з кінця 80-х років ХХ ст. у розвинених зарубіжних країнах відбувається переосмислення і розвиток фінансово орієнтованої концепції управління в бік багатокритеріальності і багатфакторної орієнтації. Нові моделі отримали в англійській економічній літературі назву Performance Measurement або вимірювання досягнень (ВД).

Вимірювання досягнень має на меті систематизування більшості показників, які характеризують бізнес-системи. Теперішній час можна назвати розквітом розвитку різних моделей багатобічної концепції ВД у бізнесі. Презентовано безліч варіантів нових моделей, які або вже знайшли застосування у великому бізнесі, або пропонуються для обговорення в науково-економічних журналах (Journal of Cost Management, Strategic Finance, Controlling, Controller's Magazine, Kostenrechnungspraxis).

Існують різноманітні моделі впровадження ВД бізнес-системами, зокрема:

1. «Збалансована система показників».
2. «Бортове табло» (Tableau de Bord).
3. Система поліпшення і вимірювання продуктивності (Productivity Measurement and Enhancement System (PROMES)).
4. Квантове вимірювання досягнень (Quantum Performance Measurement).
5. Концепція внутрішнього ринку («Хьюлетт-Паккард»)

Втім вищенаведені концепції ВД бізнес-системи в численних публікаціях галузевих журналів не відбивають усього їх різноманіття і не дозволяють проаналізувати їхні критичні сторони. Основним недоліком є те, що всі вони мають загальний, теоретичний характер, і здебільшого є предметом насамперед наукових досліджень. Універсальними, з теоретичної точки зору, можна назвати тільки систему збалансованих показників і концепцію «Хьюлетт-Паккард». За час практичного застосування концепцій і систем показників найбільш складною проблемою було нерозуміння з боку працівників сутності показників, їх інформативності. Тому одним з головних напрямів у до практики концепцій вимірювання досягнень має стати робота з персоналом, зокрема із відповідальними за моніторинг значень показників і прийняття регулюючих рішень.

Окремо варто зазначити, що впровадження

концепцій ВД українськими бізнес-системами на сучасному етапі малоефективне, а часто і неможливе в зв'язку із відсутністю відповідних управлінських кадрів, які професійно володіють зазначеними методиками. Відсутні є також досвід їх впровадження у управління бізнес-системами та необхідне методичне забезпечення.

Те, що у вітчизняній практиці бізнесу сприймається як еволюційний прорив, у західній практиці є послідовним розвитком показників діяльності бізнес-системи. Вітчизняні керівники, переймаючи успішний західний досвід, часто копіюють зарубіжні моделі, не маючи реально розробленої власної основи. Як наслідок – наштотуються на різні проблеми, яких значно більше, ніж ми навели. Таке необачне впровадження зарубіжного досвіду із застосування методів аналізу бізнес-систем призводить до втрат часу, засобів і має низький рівень інформативності.

Аналіз економічних досліджень дозволив зробити висновок про те, що більшість науковців є прихильниками школи мультिवаріантних аналітиків. Суть цього підходу полягає в наступному: діяльність бізнес-системи необхідно оцінювати в двох напрямках – з погляду її економічного стану і з позицій ефективності її поточної діяльності. Причиною цього розподілу слугує той факт, що між результатами функціонування фінансово-економічним станом існує стійкий, тісний взаємозв'язок.

З метою дослідження та аналізу показників оцінювання діяльності бізнес-системи варто об'єднати їх у три групи:

1. Група 1 – показники фінансової стійкості;
2. Група 2 – показники ділової активності;
3. Група 3 – показники рентабельності.

Це у свою чергу зумовлює основні напрямки вибору показників оцінювання діяльності бізнес-системи, що наводяться у нашій статті. Позаяк діяльність бізнес-системи багатоаспектна, виникає проблема вибору цих показників.

Показники фінансової стійкості є «відправним пунктом» у проведенні аналізу поточної діяльності, оскільки перш ніж приступати до оцінки результатів роботи бізнес-системи, необхідно мати загальне уявлення про рівень її фінансової надійності, щоб у ході аналізу ефективності з'ясувати причини стану справ, що склалися. Тому оцінювання діяльності бізнес-системи доцільно починати з розрахунку цих показників фінансової стійкості.

Показники фінансової стійкості функціонування бізнес-системи розширюють загальне уявлення про її фінансові можливості, оскільки вони дозволяють оцінити склад джерел фінансування і динаміку співвідношення між ними.

Що стосується показників функціонування бізнес-системи, то їх список є дуже широким. Багато науковців мають власні позиції щодо способів їх розрахунку, і єдиного загально визнаного підходу на сьогоднішній день немає.

Показники, що входять до різних методик аналізу, можуть істотно варіюватись як у кількісному відношенні, так і за методами розрахунку.

Основними причинами відсутності єдиного підходу є:

- цілком природна наявність пріоритетів до вибору тих або інших показників;
- різне ставлення до необхідності і доцільності спільного розгляду джерел засобів і активів бізнес-

системи.

Зазначені причини не є значущими з позиції кількості показників, проте досить істотні за своїм змістом. Суть їх полягає в тому, що при оцінюванні бізнес-системи доцільно:

- орієнтуватися тільки на джерела фінансування (власні засоби і довгострокові пасиви), тоді всі показники стійкості бізнес-системи будуватимуться виключно за даними пасиву балансу (такий підхід досить поширений на Заході), або:
- враховувати при цьому структуру і стан активів, розглядаючи стійкість з позиції довгострокової перспективи.

Ми підтримуємо думку Ковальова В. і Волкової О. про те, що оцінка за допомогою коефіцієнтів, розрахованих за пасивом балансу, «...навіть чи буде повною, – важливо не тільки те, звідки залучені засоби, але і куди вони вкладені, яка структура вкладень з позицій довгострокової перспективи...» [6, с. 134]. Тому ми вважаємо, що для отримання повної і достовірної оцінки стану фінансової стійкості необхідно орієнтуватися на джерела фінансування (пасиви бізнес-системи), на дані про структуру, види і стан необоротних і оборотних активів і на відмінність у трактуванні ролі короткострокових джерел фінансового характеру.

У найбільш загальному випадку можливі три варіанти, коли для розрахунків використовуються дані про:

- всі джерела;
- довгострокові джерела;
- джерела фінансового характеру.

У першому випадку в оцінюванні враховують усі статті пасиву балансу; у другому випадку обмежуються власними і позиковими довгостроковими джерелами фінансування; у третьому випадку аналізу підлягає власний капітал бізнес-системи та її довгострокові і короткострокові банківські кредити і позики. Залежно від того, який варіант використовується в розрахунках, змінюється значення окремих показників (наприклад, частка власного капіталу в сумі джерел). На нашу думку, доцільнішою буде перша позиція, оскільки вона максимально точно відображає взаємодію бізнес-системи з її контрагентами (постачальниками, бюджетом, працівниками), тобто дозволяє отримати якнайповніший аналіз діяльності.

Результати проведеного дослідження показників другої групи говорять про те, що вони найчастіше ототожнюються з показниками ефективності використання основних, оборотних і фінансових ресурсів бізнес-системи. Більшість науковців-економістів особливу увагу звертають на показники оборотності активів бізнес-системи (оборотних і необоротних засобів). На нашу думку, це цілком виправдано: стійкість роботи бізнес-системи значною мірою залежить від доцільності і правильності вкладення ресурсів в активи, а останні є досить динамічними за своєю природою.

В процесі функціонування бізнес-системи величина і структура активів зазнають постійних змін. Тому необхідне докладне оцінювання оборотності її активів. Проте деякі економісти, зокрема Артеменко В. і Беллендир М. [2], Ефімова О. [6] у своїх працях обмежуються вивченням лише ефективності використання оборотних коштів бізнес-системи.

Щодо третьої групи, то на сьогодні відомо безліч

показників рентабельності залежно від того, з якої позиції аналітики намагаються оцінити ефективність фінансово-господарської діяльності. Тому вибір оцінювального коефіцієнта залежить від того, який показник ефекту використовується в розрахунках.

Не випадково у світовій аналітичній практиці відомі різні інтерпретації показників прибутку, але єдиного універсального коефіцієнта ефективності не існує. Як показник прибутку, можуть враховуватись: прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), валовий прибуток, чистий прибуток. Сторонніх користувачів інформації (інвесторів, кредиторів) у проведенні оцінювання поточної діяльності бізнес-системи насамперед цікавить питання інвестиційної привабливості даної бізнес-системи, тому найчастіше використовують показник чистого прибутку.

Ковальов В. і Волкова О. зазначають, що існують два підходи до оцінювання економічної ефективності – ресурсний і витратний. Таким чином, два види базового показника зумовлюють два напрямки вибору показників рентабельності:

- оцінки ефективності використання бізнес-системою капіталу:
 - необоротних засобів;
 - власного капіталу і перманентного капіталу;
- визначення рівня рентабельності реалізованої продукції (рентабельність продаж).

Вищевикладене свідчить про те, що, незважаючи на групування показників оцінювання діяльності бізнес-системи за трьома групами, існують різні точки зору на їх суть, методику оцінювання рівня того чи іншого показника, а це, у свою чергу робить неможливим застосування єдиної методики оцінювання функціонування бізнес-системи і проведення порівняльного аналізу.

Підсумовуючи вищевикладене, зазначимо, що різноманітні підходи з оцінювання діяльності бізнес-систем мають як переваги, так і недоліки. Разом з тим відсутність єдиної методики ускладнює проведення порівняльного аналізу ефективності функціонування різних бізнес-систем, навіть однієї галузі.

Для того, щоб перемагати у конкурентній боротьбі потрібно створити повноцінну бізнес-систему з єдиним центром ухвалення стратегічних рішень, загальним уявленням майбутнього, збалансованою системою цілей, ефективною організаційною структурою і адекватними взаємозв'язками між ключовими бізнес-процесами. Такий підхід забезпечить отримання максимального ефекту.

Таким чином, особливості вибору підходу для аналізу бізнес-системи мають базуватись на основі врахування:

1. Сутнісних ознак поняття «бізнес-система».
2. Поліфункціональності, тобто множинності виконуваних бізнес-системою функцій.
3. Ієрархічності структури.
4. Функціонування в умовах невизначеності зовнішнього середовища, що зумовлює випадковий характер зміни параметрів системи.
5. Мінливості критеріїв функціонування і розвитку.
6. Здійснення цілеспрямованого вибору своєї поведінки в середовищі.
7. Складності і неможливості (або можливості, але зі значними затратами часу і коштів) повного опису системи та її елементів.

Все це може слугувати темою подальших наукових

досліджень.

Список літератури

1. Абрютіна, М. С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебно-практическое пособие / М. С. Абрютіна, А. В. Грачев. – М.: Дело и Сервис, 1998. – 256 с.
2. Артеменко В. Г. Финансовый анализ: учебное пособие / В. Г. Артеменко, М. В. Беллендир. – М.: ДИС, НГАЭиУ, 1997. – 128 с.
3. Баканов, М. И. экономического анализа: учебник / М. И. Баканов, А. Д. Шеремет. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 416 с.
4. Вакуленко, Т. Г. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений / Т. Г. Вакуленко, Л. Ф. Фомина. – СПб.: «Издательский торговый дом «Герда», 1999. – 160 с.
5. Контроллинг как система управления предприятием / Н. Г. Данилочкина, С. В. Ананькина и др. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998. – 279 с.
6. Ефимова, О. В. Финансовый анализ / О. В. Ефимова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Бухгалтерский учет, 1998. – 320 с.
7. Ковалев, В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М.: ТК Велби; Проспект, 2006. – 205 с.
8. Контролювання та регулювання економічного розвитку підприємства: проблеми, методологічні та прикладні аспекти: монографія / О. Є. Кузьмін, С. В. Князь, Н. О. Шпак, В. А. Новицький. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2006. – 148 с.
9. Кузьмін, О. Є. Проблеми оцінювання і формування інвестиційного потенціалу машинобудівних підприємств: монографія / О. Є. Кузьмін, С. В. Князь, Ю. В. Андріанов. – Львів: Видавництво ДП «Видавничий дім «Укрпол», 2008 р. – 326 с.
10. Негашев, Е. В. Анализ финансов предприятия в условиях рынка: учеб. пособие / Е. В. Негашев. – М.: Высш. школа, 1997. – 192 с.
11. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 207 с.

РЕЗЮМЕ

Кулик Юлия

Анализ деятельности бизнес-системы в конкурентной среде

В статье рассматриваются проблемы анализа деятельности бизнес-системы в современной конкурентной среде для формирования и реализации управленческих решений относительно избрания приоритетных направлений развития. В настоящее время существует множество показателей оценки деятельности бизнес-системы, предлагаемые разными авторами, а это создает проблему правильности сравнительной оценки результатов ее работы. Поскольку деятельность бизнес-системы многоаспектная, с неизбежностью возникает проблема выбора этих показателей. Для решения данной проблемы автор предлагает определенное их группирование с использованием зарубежного опыта в оценке деятельности бизнес-системы.

RESUME

Kulik Julia

Analysis of business systems in a competitive environment

The problems of analysis of business systems in today's competitive environment for the formation and implementation of management decisions on the selection of priority areas of development are considered. Currently,

there are many indicators of business performance evaluation system proposed by different authors. Since the activities of the business are multi-faceted, inevitably arises the problem of choosing of the indicators. To solve this problem the author offers some ways of their grouping with the use of foreign experience in the assessment of the business.

Стаття надійшла до редакції 04.04.2011 р.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ

У статті висвітлено погляди на розвиток фінансової структури підприємства шляхом використання процесного підходу. Визначено ознаки вияву розвитку у організації фінансової структури підприємства. Запропоновано рекомендації для формування управлінських, основних і допоміжних бізнес-процесів підприємства та пропозиції стосовно стимулювання їх керівників та виконавців.

Ключові слова: фінансова структура, розвиток, структура управління бізнес-процес, бюджетування.

На сучасному етапі реформування національної економіки рівень розвитку підприємницьких структур значною мірою залежить від використання сучасних управлінських технологій та побудови ефективних систем управління на підприємствах. Вирішенню проблем оптимального формування та розподілу ресурсів організації на засадах здійснення раціональних організаційних змін займається управлінський облік, одним з елементів якого є бюджетування. Застосування останнього сприяє підвищенню фінансової стійкості підприємства, забезпеченню цільового використання та економії ресурсів організації тощо. Актуальним залишається пошук шляхів удосконалення систем управління підприємствами, у тому числі управління його фінансовими потоками з метою забезпечення спроможності оптимально використовувати наявні ресурси та відновлювати їх на більш високому рівні якості.

Першочерговим завданням при використанні бюджетування на підприємстві є адекватне формування, визначення фінансової структури останнього. Фінансова структура розробляється на основі організаційної структури підприємства. Фінансова структура – це організація центрів фінансової відповідальності, яка визначає їх підпорядкованість, повноваження і відповідальність і призначена для управління вартістю діяльності підприємства, тобто набір бізнесів і (або) інших сфер фінансової відповідальності (за доходи та витрати, тільки за витрати, за певні фінансові показники і т. п.), розподілених між структурними підрозділами підприємства чи фірми, що виступають як об'єкти бюджетування та управлінського обліку. Основна задача побудови фінансової структури підприємства – розподіл відповідальності і повноважень між менеджерами з управління доходами та витратами, активами, зобов'язаннями і капіталом підприємства, а також низкою нефінансових показників. [20, 23].

Безпосередньо напрямками розвитку в організації фінансової структури підприємства є зменшення кількості елементів, що її складають, спрощення зв'язків між цими елементами, що забезпечують процес управління формуванням та рухом грошових потоків та впливають на швидкість його здійснення. Зміна кількості елементів фінансової структури і зв'язків між

ними повинна забезпечити підвищення якості здійснення управління фінансовими потоками, що виявляється в збільшенні показників економічної і соціальної ефективності результатів функціонування підприємства в цілому. На даний момент часу змістовне наповнення концепції формування фінансової структури підприємства на основі центрів відповідальності призначено для використання на підприємствах з функціональною організаційною структурою управління. Метою нашої статті є обґрунтування концепції формування фінансової структури підприємства на основі організації управлінських бізнес-процесів, оскільки вказана проблема не знайшла відображення у працях вітчизняних вчених.

Вихідним положенням сучасних концепцій управління підприємством є розуміння категорії «розвиток», яке впливає на інструменти вирішення протиріч між наявним станом соціально-економічних об'єктів та «новими» вимогами до нього. У нашому дослідженні визначимо ознаки розвитку у організації фінансової структури підприємства, тобто у підрозділах, де відбувається формування витрат, надходжень, рух грошових потоків. Використаємо для цього загальні філософські засади та наукові розробки (табл. 1).

Під розвитком об'єкта ми пропонуємо розуміти якісно-кількісні зміни в його структурах і процесах, які є наслідком виниклих протиріч і характеризуються прогресивністю економічних, соціальних, організаційних, техніко-технологічних показників функціонування. Саме прогресивний характер змін виступає необхідною ознакою розвитку, будь-які інші зміни характеризують відносну статичність або занепад об'єкта. Звичайно, функціонування не може втілюватися тільки у зростанні, на певних проміжках часу деякі показники його діяльності під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників зменшуються або залишаються незмінними. Але, зважаючи на те, що категорія «розвиток» застосовується для характеристики об'єкта в часі, у кінцевому моменті періоду, у якому аналізується його функціонування, мають спостерігатися якісно-кількісні прогресивні зміни в його структурах і процесах порівняно з початковим моментом. У той же час впродовж певного періоду можливі регресивні зміни або відносна статичність.

Таблиця 1. Характеристики, що визначають категорію «розвиток»

Характеристика, що враховується		закономірна, спрямована зміна об'єкта	структурна зміна об'єкта	кількісна зміна об'єкта	якісна зміна об'єкта	збільшення можливості об'єкта задовольняти свої «бажання»	функція організації	здатність до оновлення шляхом підвищення ефективності	обумовленість протиріччями	прогресивний характер змін	регресивний характер змін	процес адаптації
Автор	Віханський О. С.[7]	+	+	+	+							
	Аккоф Р.[2]					+						
	Кучин Б. Л.[14]		+	+	+							
	Шевченко Л. С.[24]		+	+	+							
	Касянова Н. В.[11]				+							
	Борисов А. Б.[5]		+	+	+							
	Фатхундинов Р.А.[22]							+				+
	Іванова Т. Ю.	+							+			+
	Приходько В. І.[10]											
	Лехциер Л. З.[15]	+							+			+
	Боді Д, Пейтон Р[4]								+			+
	Колпаков В. М.[12]							+				
	Афанасьєв М. В., Рогожин В. Д.					+						
	Рудика В. І.[3]								+			
	Акімова Т. А.[1]									+	+	
	Губарь Л. І.[8]	+										+
	Гумеров Ш. А.[9]											+
	Моїсєєв Н. Н.[17]									+		
Корсунцев І. Г.[13]									+			
Пономаренко В. С. Пушкар О.І.		+	+	+								
Трийд О. М.[18]												
Соловійов В. С.[21]		+	+	+								

Таблиця 2. Умови і показники преміювання для виконавців бізнес-процесів

Бізнес-процеси	Тип центру відповідальності	Підрозділи	Сфера відповідальності і контролю	Умови преміювання	Показники преміювання
Управління	центри управлін-ських витрат	служби апарату управління	кошторис адміністративних витрат; цільовий план	1) неперевикнення кошторису адміністративних витрат; 2) виконання цільового плану	економія кошторису адміністративних витрат
Основні	центри нормативних витрат	виробничі підрозділи основного виробництва	виробничі витрати в рамках завдання з випуску	1) виконання виробничої програми зі структури та обсягу випуску; 2) неперевикнення планової собівартості випуску	позитивне відхилення собівартості
		служби постачання	закупівельні ціни, об'єм, якість і структура ТМЦ	виконання плану закупок зі структури та обсягу заготовлення	сума зниження закупівельної ціни ТМЦ
	центри доходів	служби збуту	обсяг витрат у рамках ліміту комерційних витрат	1) неперевикнення прямих комерційних витрат 2) досягнення планового обсягу виручки	сума перевищення запланованого обсягу виручки
Допоміжні	центри нормативних витрат	цехи, служби допоміжного виробництва	планові витрати в рамках установлених нормативів; цільовий план	1) виконання виробничої програми (надання «послуг») згідно з планом встановлених матеріальних нормативів і нормативів праці	позитивне відхилення собівартості продукції або обсягу наданих «послуг»

Отже, ознаками розвитку при організації фінансової структури, на нашу думку, слід вважати наявність прогресивних якісно-кількісних змін (перетворень) у процесі управління фінансовими потоками, які сприяють підвищенню результативності та ефективності здійснення управлінської діяльності взагалі. Забезпечити ці зміни пропонуємо шляхом використання процесного підходу при формуванні, визначенні фінансової структури підприємства. Використання цього підходу усуває дублювання управлінських функцій, скорочує час ухвалення рішень, закріплює персональну відповідальність конкретних осіб за задалегідь визначене коло їх компетенцій, що дозволить підвищити якість управління фінансовими потоками.

Сучасна ефективна система обліку діяльності на підприємстві за центрами відповідальності як сигнальна система в механізмі управління, передбачає [19]: встановлення центрів відповідальності лінійної, середньої та вищої ланки; формування функціональних бюджетів по кожному центру відповідальності; закріплення персональної відповідальності керівників центрів за дотримання бюджету (витрат і/або доходів) центру; систематичний контроль за дотриманням бюджетів центрів; регулярну звітність центрів про виконання їх бюджетів; оцінку діяльності центрів і їх керівників.

Зважаючи на актуальність розгляду діяльності підприємства в сучасних умовах як системи взаємопов'язаних бізнес-процесів, які є структурними організаційними елементами, пропонуємо використовувати такий підхід відносно формування фінансової структури підприємства на основі організації бізнес-процесів у структурі управління. Тобто як центри відповідальності пропонуємо розглядати не окремі підрозділи, а бізнес-процеси, в яких задіяні взаємопов'язані і взаємодіючі підрозділи. Результатом реалізації концепції центрів відповідальності стане організація структури управління на основі бізнес-процесів, яка збігається з фінансовою структурою підприємства – функціонування бізнес-процесів відбуватиметься на основі досягнення цільових функцій у межах виділеного бюджету. Нижче наведено пропозиції щодо формування управлінських, основних і допоміжних бізнес-процесів підприємства та рекомендації із стимулювання їх керівників та виконавців.

Бізнес-процеси управління здійснюються центрами управлінських витрат – підрозділами, керівники яких у рамках виділеного бюджету відповідальні за забезпечення якнайкращого рівня послуг. Тут, як правило, важко піддаються вимірюванню як витрати, так і результати. Кожна служба, що виконує свою цільову функцію, повинна діяти в межах виділеного їй бюджету, що є частиною зведеного бюджету бізнес-процесу підприємства. Підхід, який пропонується, передбачає, що бізнес-процеси визначають центри ухвалення управлінських рішень, а центри відповідальності, які їх складають, формують фінансову структуру підприємства, що дозволяє децентралізувати відповідальність за ухвалені управлінські рішення. Бюджети бізнес-процесів сприяють координації всіх чинників виробництва по цехах і службах апарату управління з метою досягнення підприємством встановлених цілей.

Розглянемо показники, коефіцієнти та умови преміювання для різних центрів відповідальності у

складі бізнес-процесів підприємства (табл. 2). Під показниками преміювання будемо розуміти величини тих або інших параметрів господарської діяльності підрозділів у складі бізнес-процесів підприємства, які є основою (базою) обчислення преміального фонду процесів. При розрахунку преміювання фонду до показників преміювання застосовуються коефіцієнти преміювання, що є стандартними для всіх бізнес-процесів і дорівнюватимуть частці можливого приросту чистого прибутку (у порівнянні із запланованим рівнем), який керівництво підприємства планує спрямувати на утворення преміального фонду. Таким чином, добуток показників та коефіцієнтів преміювання складе абсолютний розмір преміального фонду бізнес-процесів. Умовами преміювання є ті параметри господарської діяльності, відсутність яких автоматично позбавляє премії.

При позитивному виконанні цільового бюджету процесу за кількісними та якісними показниками здійснюється оцінка його керівників та окремих виконавців і нараховується персональна надбавка на основі оціночного показника (табл. 3), яка повинна відображати їх компетентність [16], здатність професійно виконувати свої функції, та репрезентативного коефіцієнту, що характеризує допущені недоліки в роботі. За формулами (1), (2) можна розрахувати розмір премії, послідовність нарахування якої подано на рис. 1. Оцінку факторів, що формують оціночний показник, рекомендується здійснювати анкетуванням.

Для здійснення преміювання в разі невиконання бюджету підприємства в майбутніх періодах необхідне утворення резервного фонду. Преміальний фонд підприємства рекомендується розподіляти на основний і резервний за принципом розподілу доходів Паретто, тобто перший складатиме 80%, а другий – 20%. Згідно з рис. 1 загальний фонд премії бізнес-процесу *БПі* розраховується:

$$ЗФП(БПі) = ППі * (КП - РКПі), \quad (1)$$

де *ППі* – показник преміювання (табл. 3);

КП – коефіцієнт преміювання;

РКПі – репрезентативний коефіцієнт процесу.

З формули (2) премія керівника (виконавця) бізнес-процесу визначається як :

$$ПКП(еj) = \left[(ОПj - РКj) \frac{\sum_{j=1}^n (ОПj - РКj)}{n} \right] * \left(\frac{ЗФП(БПі)}{n} \right) \quad (2)$$

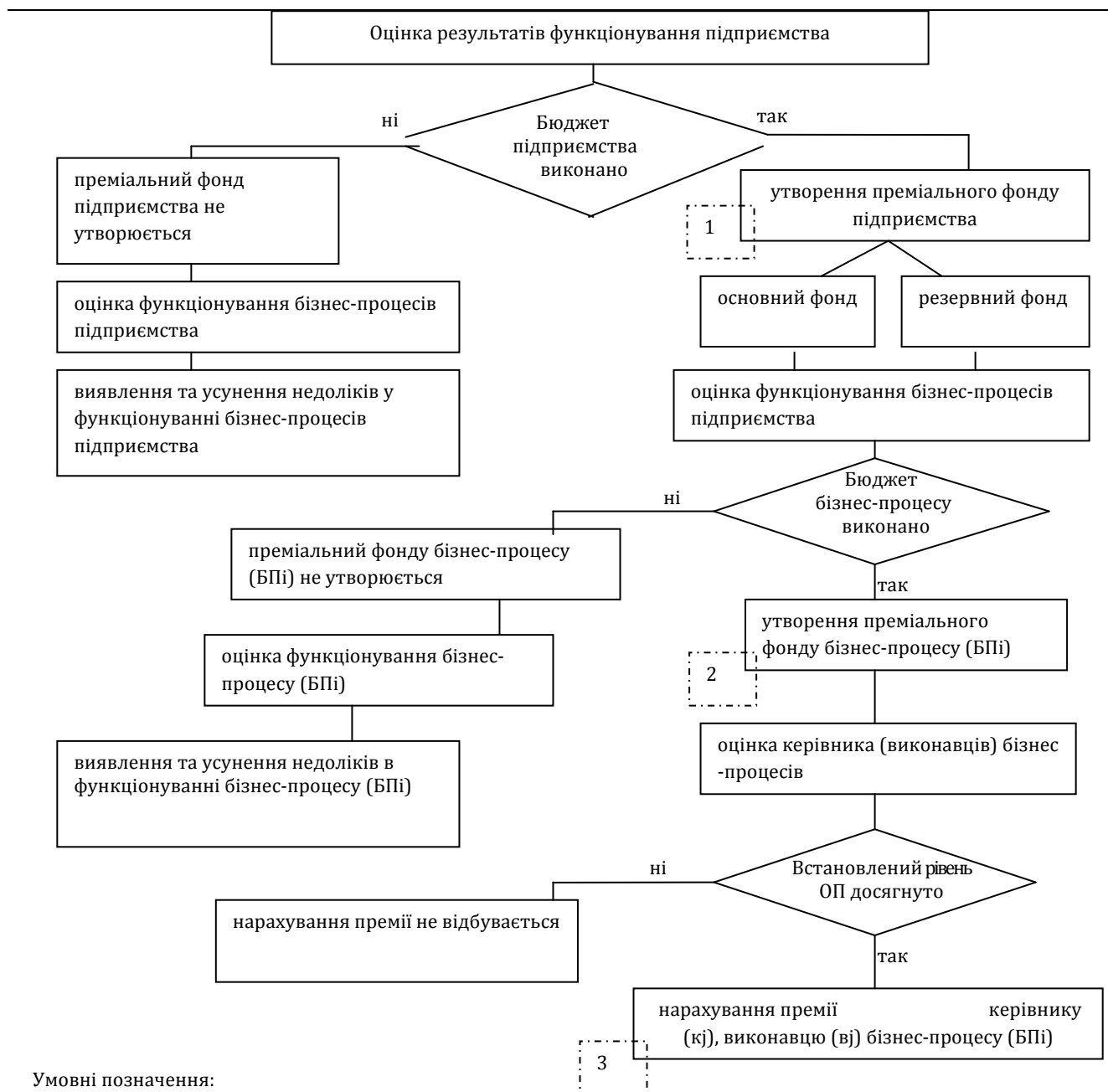
де *ПКП(еj)* – премія керівника (виконавця) (*еj*) бізнес-процесу *БПі*;

ЗФП(БПі) – загальний фонд премії бізнес-процесу;

ОПj – оцінковий показник керівника (виконавця) бізнес-процесу *БПі*;

РКj – репрезентативний коефіцієнт керівника (виконавця) бізнес-процесу *БПі*;

n – чисельність виконавців бізнес-процесу (включно з керівником).



Умовні позначення:

1 - визначення коефіцієнта преміювання;

2- розрахунок показників преміювання та репрезентативного коефіцієнта процесу;

3- розрахунок оціночного показника та репрезентативного коефіцієнта керівника (виконавців) БПі;

ОП- оціночний показник керівника (виконавця) БПі.

Рис. 1. Нархування премії керівникам (виконавцям) бізнес-процесів

Таблиця 3. Фактори, що формують оціночний показник

Назва фактора	Складові характеристики фактора
кваліфікація	рівень відповідності вимогам до посади згідно з класифікатором професій; здатність прийняти повноважень, що можуть бути делеговані з вищого рівня управління, або передані співробітниками того ж рівня;
компетентність	здатність самостійно вирішувати виникаючі типові проблеми; здатність до вирішення професійних конфліктів;
активність	відношення кількості прийнятих пропозицій до запропонованих, вміння знаходити та застосовувати інформацію;
трудоий внесок	відповідність обсягу роботи, що виконана в межах процесу запланованому;
самоменеджмент	здатність раціонально використовувати робочий час; ступінь самостійності при ухваленні рішень щодо типових завдань; отримання нових вмінь і навичок за період.

Таким чином, мотивування повноцінного функціонування бізнес-процесів на основі центрів відповідальності потребує: визначення центрів відповідальності, що формують основні, допоміжні та управлінські процеси; формування цільових бюджетів по кожному з них; закріплення відповідальності власників процесу за виконання бюджету; оцінки функціонування бізнес-процесів і діяльності їх керівників; преміювання виконавців бізнес-процесу за результатами оцінювання.

Викладений підхід до організації процесно-орієнтованої фінансової структури підприємства на основі формування центрів ухвалення рішень може бути застосований з метою підвищення мотивування діяльності менеджерів середнього рівня, що позитивно вплине на ефективність функціонування підприємства в цілому. Це пропонується здійснювати стимулюванням відповідальності власників бізнес-процесів за результати діяльності при виконанні цільових бюджетів та спонукання менеджерів до постійного підвищення компетентності.

Список літератури

1. Акимова Т.А. Теория Организаций: учеб. пособие для вузов / Т. А. Акимова – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 367 с.
2. Аккоф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Аккоф – М: Прогресс, 1985. – 328 с.
3. Афанасьев Н.В. Управление развитием предприятия: монография / Н.В. Афанасьев, В.Д. Рогожин – Харьков: Изд. дом «Инжек», 2003. – 184 с.
4. Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента: Пер. с англ. / Под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 1999. – 809 с.
5. Большой экономический словарь / [авт.-уклад. Борисов А. Б.]. – М.: Книжный мир, 2003. – 896 с.
6. Вавжиняк Б. Управління знаннями – виклик майбутнього. Режим доступу: <http://www.management.com.ua/hrm/hrm016.html>
7. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник / О. С. Виханский, А.И. Наумов. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Гардарики, 2002. – 293 с.
8. Губарь А. И. Проблемы экономического роста / Губарь А. И. – Барнаул: Изд-во АГУ, 1994. – 158 с.
9. Гумеров Ш. А. Развитие и организация / Ш. А. Гумеров // Системные аспекты концепции развития: сб. трудов. – М.: ВНИИСИ, 1985. – вып. 4 – С. 70–76.
10. Иванова Т. Ю. Теория организации / Иванова Т. Ю., Приходько В. И. – СПб: Питер, 2004. – 269 с.
11. Касянова Н. В. Джерела розвитку машинобудівних підприємств України / Касянова Н. В. // Управління розвитком: збірник наукових статей. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – С. 96–98.
12. Колпаков В. М. Теория и практика принятия управленческих решений. – 2-е изд., перераб. и доп. / Колпаков В. М. – К.: МАУП, 2004. – 504 с.
13. Корсунцев И. Г. Философия развития (опыт глобальной эпистемологии): монография. – М.: РАГС, 1995. – 172 с.
14. Кучин Б. Л. Управление развитием экономических систем: технический прогресс, устойчивость: монография / Кучин Б. Л. – М.: Экономика, 1990. – 157 с.
15. Лехциер Л. З. Структуры управления производственными организациями: монография. / Л. З. Лехциер. – М.: Изд-во МГУ, 1982. – 125 с.
16. Марченко Й. П. Какой руководитель нам нужен: монография. / Марченко Й.П. – М.: Экономика, 1993. – 176 с.
17. Моисеев Н. Н. Алгоритмы развития / Н. Н. Моисеев. – М.: Наука, 1987. – 304 с.
18. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством: монография. / В. С. Пономаренко. – Х.: Основа, 1999. – 620 с.
19. Попова Н. И. Учет по центрам ответственности как воплощение принципиальной концептуальной идеи управленческого учета / Н. И. Попова // Вісник Донецького університету. Сер. В: Економіка і право. – 2004. – Вип. 2. – С. 233–241.
20. Семенова Д. А. Анализ затрат по центрам их возникновения / Д. А. Семенова // Вісник Донецького університету. Сер. В: Економічні науки. Вип.2. – 2000. – С. 178–182.
21. Соловьев В. С. Стратегический менеджмент: учебник / В. С. Соловьев. – Ростов-на-Дону: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 448 с.
22. Фатхундинов Р. А. Организация производства: учебник / Р. А. Фатхундинов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 574 с.
23. Шандора Н. В. Методичні аспекти організації управління витратами / Н. В. Шандора // Фінанси України. – 2003. – №12. – С.53–57.
24. Шевченко Л. С. Управління організаційним розвитком: методологічний аспект проблеми / Л. С. Шевченко // Коммунальное хозяйство городов. Серия: экономические науки: сб. науч. пр. – Киев: «Техника». – 2006. – вып. 71. – С.132–138.

РЕЗЮМЕ

Лаврова Юлия

Обеспечение развития финансовой структуры предприятия путем использования процессного подхода

В статье показано способ развития финансовой структуры предприятия путем использования процессного подхода. Выделены признаки, отражающие наличие процессов развития при использовании того или иного способа организации финансовой структуры предприятия. Поданы рекомендации по формированию управленческих, основных и вспомогательных бизнес-процессов предприятия и предложения по стимулированию их руководителей и исполнителей.

RESUME

Lavrova Julia

Ensuring of the development of the financial structure of the enterprise by using an process approach

The article shows a way to development of the financial structure of enterprises using the process approach. Characteristics that result from the presence of the development process when using a particular method of organizing the financial structure of the enterprise are identified. Recommendations as for the formation of management, primary and secondary business processes and system of incentives and their managers and executives are represented

Стаття надійшла до редакції 11.03.2011 р.

**ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ТРАНСФОРМАЦІЇ
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ ГОСПОДАРЮВАННЯ У СФЕРІ АПК**

Розглянуто проблеми інтеграції господарських структур у сфері АПК. Визначено основні організаційно-правові форми об'єднань підприємств в аграрній сфері та обґрунтовано необхідність формування інтеграційних об'єднань. Запропоновано механізм формування кластерів у формі сільськогосподарських виробничих та обслуговуючих кооперативів для підприємств АПК. За допомогою інструментарію економічної діагностики розроблено алгоритм входження підприємств АПК до сільськогосподарського кластера.

Ключові слова: економічна діагностика, агропромисловий комплекс, організаційно-правова форма, об'єднання підприємств, кластер, кооператив, синергетичний ефект.

Здійснення діяльності в аграрному секторі національної економіки у сучасних умовах потребує трансформації організаційно-правових форм господарювання. Це зумовлено зміною економічної кон'юнктури аграрного ринку; загостренням конкуренції у галузі; появою іноземних інвесторів, які зацікавлені у вкладанні коштів в агропромислові формування та інші підприємницькі структури сільськогосподарського виробництва; оптимізацією виробничої та збутової діяльності та підвищенням ефективності формування і використання ресурсного потенціалу; забезпеченням якості аграрної продукції та конкурентоспроможності виробників на ринку АПК; запровадженням прогресивних технологій у галузі рослинництва і тваринництва тощо. З метою економічного обґрунтування ефективності трансформації організаційно-правових форм господарювання у сфері АПК можливим є використання відповідного методичного інструментарію та інформаційного забезпечення економічної діагностики.

Необхідно зазначити, що окреслена наукова проблема має тісний зв'язок з практичною діяльністю підприємств АПК, які відчувають труднощі у зв'язку зі зміною ринкової кон'юнктури; це відображається на стані, динаміці розвитку аграрного виробництва в Україні та на кінцевому результаті їх економічної діагностики.

Дослідженням сучасного стану аграрного сектора економіки та проблемами трансформації організаційно-правових форм господарювання у сфері АПК присвячені праці В. Я. Амбросова [5], В. Г. Андрійчука [6], О. В. Березіна [7], П. І. Гайдуцького [8], М. Й. Маліка [10], В. Я. Месель-Веселяка [11], П. Т. Саблука [12], О. М. Шпичака [13], В. В. Юрчишина [14] та ін. відомих науковців. Проте, потребують подальшого дослідження проблеми використання методичного інструментарію економічної діагностики з метою визначення перспективних напрямів інтеграції підприємств АПК шляхом створення сучасних організаційно-господарських структур, які дозволяють отримати синергетичний ефект та забезпечити довготривалу конкурентоспроможність на ринку.

Метою написання статті є обґрунтування необхідності здійснення економічної діагностики у

процесі трансформації організаційно-правових форм господарювання у сфері АПК. Основними завданнями є: дослідження економічної кон'юнктури діяльності підприємств АПК; визначення основних організаційно-правових форм об'єднань підприємств в аграрній сфері; встановлення механізму формування кластерів; розробка алгоритму входження підприємств АПК до сільськогосподарського кластера.

Формування інтеграційних процесів у сфері АПК, відповідно до трансформації організаційно-правових форм господарювання, пов'язане з прагненням суб'єктів галузі краще й дешевше організувати процес виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції або надання послуг, максимально наближаючи виробників до споживачів. Ми вважаємо, що на сучасному етапі склалися перспективні умови відповідно до ринкового середовища діяльності суб'єктів аграрної сфери, удосконалення нормативно-правової бази у сфері АПК та можливостей сільськогосподарських підприємств щодо створення нових типів структур [1- 4], враховуючи чинні організаційно-правові форми господарювання. На наш погляд, це можливо шляхом створення агропромислових кластерів у формі сільськогосподарських виробничих та обслуговуючих кооперативів.

Необхідно зазначити, що основними організаційно-правовими формами таких об'єднань є наступні: агропромислові підприємства, агрофірми, агропромислові комбінати, агропромислові концерни, фінансово-виробничі об'єднання.

Використовуючи результати економічної оцінки діагностики господарської діяльності інтеграційних об'єднань у сфері АПК [9], нами визначені позитивні наслідки від створення таких структур, а саме: зменшуються питомі постійні витрати і розширюються межі оптимального використання сільськогосподарської техніки, інших технічних засобів; знижуються питомі загальновиробничі й адміністративні витрати; запроваджується ефект масштабу; здійснюється економія на змінних витратах у розрахунку на одиницю продукції завдяки швидшому впровадженню новітніх матеріало- та енергозберігаючих технологій; надаються знижки

суб'єктам господарювання аграрної сфери за рахунок гуртових цін при закупівлі ресурсів великими партіями; забезпечується доступ до кредитів банку і можливості їх одержати під менші відсотки; виникає можливість розширення ринкового сегменту або вихід на інші ринки збуту продукції; створюються можливості для поглиблення спеціалізації та залучення кваліфікованих спеціалістів й інших працівників, що дає змогу підвищити продуктивність праці та знизити питомі витрати на заробітну плату; забезпечується синергетичний ефект за рахунок гнучкості використання ресурсів; зникають посередники та скорочуються транзакційні витрати при здійсненні внутрішньо фірмової реалізації і реалізації кінцевої продукції через власну торговельну мережу тощо.

У процесі створення та функціонування сільськогосподарських виробничих та обслуговуючих кооперативів складаються певні відносини між товаровиробниками, кооперативами й іншими агентами ринку АПК, органами місцевого самоврядування і суб'єктами державного регулювання. Наслідком таких відносин є реалізація цілей, завдань і функцій сільськогосподарських виробничих та обслуговуючих кооперативів, спрямованих на забезпечення оптимального рівня прибутковості, стабільної цінової кон'юнктури, підвищення ефективності використання матеріальних, фінансових, трудових та інших ресурсів, зниження собівартості продукції та поліпшення її якості тощо.

До позитивних сторін від створення та функціонування кластерів у формі сільськогосподарських виробничих та обслуговуючих кооперативів ми зараховуємо: задоволення потреб та інтересів учасників суб'єкта господарювання аграрної сфери; формування організаційно-економічних та ресурсних передумов для інноваційного розвитку завдяки процесам концентрації капіталу і спеціалізації на тих видах господарської діяльності, що виходять за межі фінансових можливостей або економічної доцільності окремих підприємств-учасників; поступове збільшення розміру капіталу, розширення обсягів і видів діяльності, удосконалення асортиментної структури шляхом формування оптимальних кооперативних структур через горизонтальну і вертикальну інтеграцію; самостійне формування необхідних партій аграрної продукції на власних складах; використання інвестиційно-інноваційного потенціалу для модернізації та технічного переобладнання матеріально-технічної бази; застосування сучасних технологій дистрибуції, освоєння зовнішніх ринків збуту аграрної продукції, диверсифікації експорту з метою заміщення сировини готовою для вживання продукцією глибокої переробки; отримання прибутку не лише від власне сільськогосподарської діяльності, а й від інших ланок маркетингового ланцюга (заготівлі, перероблення, зберігання, пакування, транспортування та реалізації аграрної продукції) з порівняно вищою часткою доданої вартості у ціні готового продукту; наявність механізмів самозахисту сільськогосподарських товаровиробників у конкурентній боротьбі через більшу частку на ринках збуту аграрної продукції; регламентація якості, асортименту та обсягів виробництва аграрної продукції, закупівельних та реалізаційних цін, умов перероблення сировини; формування ефективної маркетингової моделі через налагодження сучасного цінового моніторингу за встановленими державою відпускними

цінами на аграрну продукцію, дослідження ринку, розробка тактики і стратегії маркетингу, впровадження єдиної товарної і цінової політики, вибір оптимальних каналів руху товарно-грошових потоків, здійснення маркетингового контролю та маркетингової комунікаційної політики; підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, утримання на достатньому рівні конкурентних позицій, зміна структури виробництва залежно від ринкової кон'юнктури, використання переваг великомасштабного спеціалізованого виробництва; координація і збалансованість усіх ланок замкненого технологічного ланцюга (виробництво, перероблення, зберігання, пакування, реалізація), уникнення понаднормативних витрат, зниження транспортних і накладних витрат; виконання соціальних функцій та забезпечення розвитку територій тощо.

Інструментарій економічної діагностики дозволяє забезпечити дослідження наявності, стану, потреби у ресурсах, їх формування та ефективного використання сільськогосподарських кластерів на основі статистичних даних.

Процес формування сільськогосподарських кластерів ілюструється нами на рисунку 1. Як свідчать дані рисунку 1, створення та функціонування сільськогосподарського кластера складається із 5 етапів. На кожному етапі здійснюються організаційно-економічні заходи щодо забезпечення створення сільськогосподарського кластера, входженням до нього підприємств АПК регіону, здійснення ефективної оцінки ресурсного потенціалу з метою обґрунтування потреб у продукції та виробничій потужності, організації виробничого процесу, просування продукції до кінцевого споживача, отримання позитивного фінансового результату та оптимізації операційних витрат, зниження ризиків господарської діяльності.

На нашу думку, при створенні сільськогосподарських кластерів необхідно обов'язково враховувати кон'юнктуру ринку АПК, яка досліджується через відповідний інструментарій економічної діагностики внутрішнього і зовнішнього середовища.

За методом обґрунтування вибору потенційних партнерів визначають підприємства АПК, що можуть брати участь у створенні сільськогосподарського кластера. З метою визначення потенційного учасника останнього нами пропонується використовувати алгоритм входження підприємств АПК до нього (рис. 2). Виходячи із наведених на рисунку 2 даних, спираючись на запропонований нами алгоритм входження підприємств АПК до сільськогосподарського кластера, найсуттєвішими досліджуваними чинниками ми вважаємо – визначення потенційних партнерів та оцінку ефективності їх діяльності з урахуванням моделювання економічних показників.

Отже, трансформація організаційно-правових форм господарювання у сфері АПК є перспективним напрямком формування механізму економічної діагностики шляхом створення інтегрованих структур ринкового типу, що функціонують і дозволяють підвищити ефективність діяльності за рахунок отримання синергетичного ефекту, забезпечують конкурентоспроможність на ринку аграрної продукції через оптимізацію операційної діяльності тощо.

Створення сільськогосподарських кластерів на сучасному етапі здійснення господарської діяльності підприємствами АПК є одним із шляхів виходу галузі із кризового стану через об'єднання зусиль та ресурсів

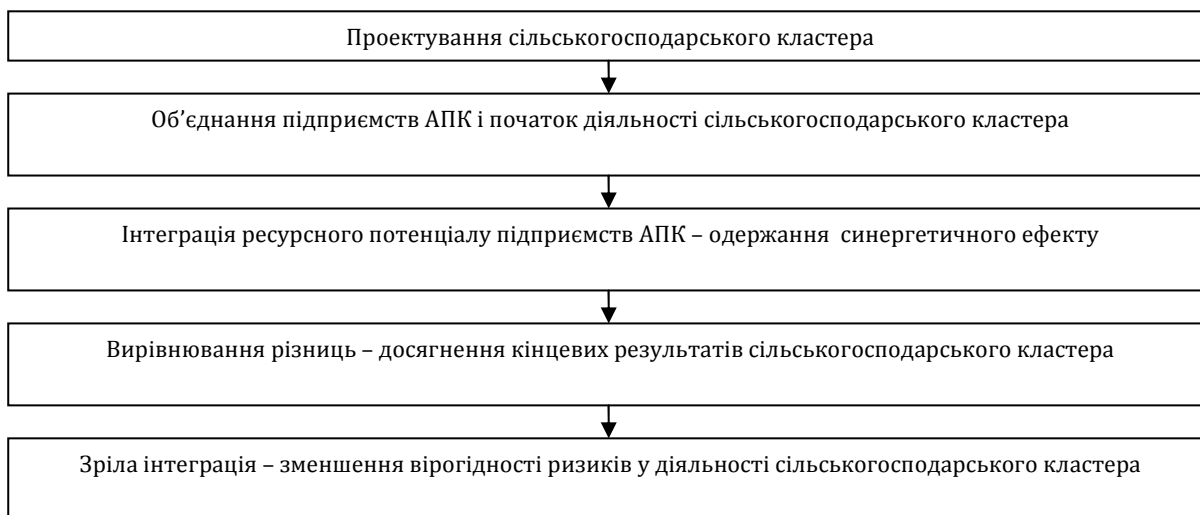


Рис. 1. Схема процесу формування сільськогосподарських кластерів [запропоновано автором]

суб'єктів господарювання та виживання у конкурентній боротьбі.

Перспективи подальших розвідок полягають у розробці алгоритму моніторингу ринкової кон'юнктури та зовнішнього середовища з використанням сучасних методів економіко-математичного моделювання бізнес-процесів, за результатами яких приймаються ефективні управлінські рішення та забезпечується отримання позитивного фінансового результату.

Список літератури

1. Про заходи щодо забезпечення формування та функціонування аграрного ринку [Електронний ресурс] : указ Президента України № 767/2000 від 06.06.2000 р. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>
2. Про заходи щодо розвитку аграрного ринку: Указ Президента України № 1021/2004 від 30.08.2004 р. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>
3. Про затвердження Державної цільової економічної програми підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на період до 2015 року [Електронний ресурс] : постанова Кабінету Міністрів України № 557 від 06 червня 2009 р. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>
4. Про схвалення Концепції Державної цільової програми підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на період до 2015 року [Електронний ресурс] : розпорядження Кабінету Міністрів України № 184-р від 12 лютого 2009 р. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>
5. Амбросов, В. Я. Питання конкурентоспроможності агроформувань [Текст] / В. Я. Амбросов // Вісник Харківського національного технічного університету сільськогосподарства: Економічні науки. – Вип. 85. – Харків: ХНТУСГ. – 2009. – С. 3-9.
6. Андрійчук, В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз [Текст] / В. Г. Андрійчук: монографія, 2-е вид. без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 292 с.
7. Березін, О. В. Продовольчий ринок України. Теоретико-методологічні засади формування і розвиток: монографія [Текст] / Березін О.В. – К.: ЦУЛ, 2008. – 182 с.
8. Гайдуцький, П. І. Аграрна реформа в Україні: монографія [Текст] / П. І. Гайдуцький, П. Т. Саблук. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 424 с.
9. Лебединський, О. І. Дослідження сучасного стану виробництва та економічних відносин підприємств АПК Полтавської області [Текст] / О. І. Лебединський // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий

журнал. – 2010. – № 4 (18). – С. 79-85.

10. Малік, М. Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія [Текст] / М. Й. Малік, О. А. Нужна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.
11. Месель-Веселяк, В. Я. Підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору економіки України [Текст] / В. Я. Месель-Веселяк // Економіка АПК. – 2007. – № 12. – С. 8-14.
12. Саблук П. Т. Економічний механізм АПК у ринковій системі господарювання [Текст] // Економіка АПК. – 2007. – № 2. – С. 3-10.
13. Шпичак, О. М. Реалізація продукції особистими селянськими господарствами – витрати, ціни, ефективність: монографія [Текст] / О. М. Шпичак, І. В. Свиноус. – К.: ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2008. – 300 с.
14. Юрчишин, В. В. Аграрна політика в Україні на зламах політичних епох: історико соціально-економічні нариси: монографія [Текст] / В. В. Юрчишин. – К.: Наук. думка, 2009. – 366 с.

РЕЗЮМЕ

Лебединський Александр

Экономическая диагностика как инструментальный трансформации организационно-правовых форм ведения хозяйства в сфере АПК

Рассматриваются проблемы интеграции хозяйственных структур в сфере АПК. Определены основные организационно-правовые формы объединений предприятий в аграрной сфере. Обоснована необходимость формирования интеграционных объединений в сфере АПК. Предложен механизм формирования кластеров в форме сельскохозяйственных производственных и обслуживающих кооперативов для предприятий АПК. С помощью инструментария экономической диагностики разработан алгоритм вхождения предприятий АПК в сельскохозяйственный кластер.

RESUME

Lebedynskiy Olexandr

Economic diagnostics as tools of transformation of organizational-legal forms of housekeeping in sphere of agrarian and industrial complex

The problems of integration of economic structures in sphere of agrarian and industrial complex is considered. The basic organizational-legal forms of associations of the enterprises in agrarian sphere are defined. Necessity of



Рис. 2. Алгоритм входження підприємств АПК до сільськогосподарського кластера [запропоновано автором]

formation of integration associations for sphere of agrarian and industrial complex is proved. The mechanism of formation of cluster in the form of agricultural industrial and serving cooperative societies for the enterprises of agrarian and industrial complex is offered.

Стаття надійшла до редакції 17.03.2011 р.

ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто сутність і механізми управління персоналом торгівельних підприємств, функції торгівлі та пов'язані з цим фактори, що впливають на ефективність управління персоналом.

Ключові слова: торгівля, види торгівлі, функціональна основа торгівлі, функції торгівлі, особливості праці персоналу торгівлі, фактори ефективності праці.

Однією з важливих умов сфер життєзабезпечення населення, завдяки якій здійснюється ринкове узгодження товарних пропозицій та попиту, є торгівля.

За своїм економічним змістом вона є посередницькою діяльністю з просування товарів від виробника до споживача. Проблемою ефективного управління трудовими ресурсами займалися такі українські вчені, як Д. Богиня, О. Грішнова, А. Колот, Т. Костишина, Л. Лісогор, М. Семікіна, Л. Шаульська та інші [1; 2; 3; 4; 6; 7; 8]. Незважаючи на високий рівень дослідженості, проблема соціально-економічної ефективності управління все ще залишається актуальною.

Метою статті є висвітлення проблеми ефективності управління персоналом торгівельних підприємств через його особливості, механізми і функції та визначення факторів, що на неї впливають.

Як і тисячі років, тому основою торгівлі є обмін економічними благами між тими, хто має товар, і тими хто його потребує для споживання. Організація обміну товарами є основною функцією торгівлі. За рахунок того, що торгове посередництво носить постійний і регулярний характер, споживачу надається можливість придбати в одному місці всі необхідні йому блага (товари) від різних виробників. У посередництві зацікавлений і виробник: продавець звільняє його від пошуку покупців своєї продукції, що дає йому можливість зосередитися на процесі виробництва. Чим більше розвивається виробництво, тим очевидніше постає необхідність сприяння торгівлі.

Задовольняючи зустрічні інтереси, торгівля тим самим створює передумови для розширення масштабів виробництва і збільшення споживчого попиту. Крім того із розвитком торгівлі розвиваються і інші галузі, наприклад, транспортне обслуговування, сфера банківських послуг та ін.

Кожна країна задовольняє потреби своїх громадян або продуктами власної праці, або за допомогою обміну з іншими країнами. Залежно від охопленої території світового ринку торгівля поділяється на зовнішню і внутрішню.

У території торгівлі посередництво також підлягає диференціації відповідно до кінцевого споживача. Зокрема покупець великої кількості товарів у виробника (виробників), які потім ще реалізує кінцевому споживачу, сам виступає в якості продавця. Перший продавець є оптовим відносно останнього –

роздрібною продавця. Таким чином існують підстави для того, щоб виділити оптову і роздрібну торгівлю, які відрізняються за метою придбання товару: при оптовій торгівлі метою є, як правило, наступний перепродаж товарів або їх професійне використання, в той час, як у роздріб товари купують для їх споживання. Додатковим критерієм розмежування між цими видами торгівлі зазвичай називають кількість товарів, що пропонують до продажу – оптова партія чи поштучний набір (у роздріб) [10, с. 3-10].

На сьогодні розмежування оптової і роздрібною торгівлі має принципове значення для визначення податкового режиму для торгового підприємства. Що ж стосується організації торгівлі, змісту торгового процесу, то сучасні формати торгівлі практично стерли відмінності між цими видами посередництва. Особливостями розвитку української економіки є зародковий стан оптової торгівлі. Підприємства роздрібною торгівлі, кількість яких зростає, змушені безпосередньо працювати з виробниками і, минаючи оптову ланку купувати оптові партії для наступного дроблення на менші партії чи штучний товар для задоволення попиту будь-яких споживачів – індивідуальних і колективних, що купують товар для особистого або професійного споживання. Одночасно з цим всі торгові підприємства прагнуть набути конкурентних переваг і починають самостійно надавати супутні послуги – транспортні, розрахункові і т. д. Тобто на сучасному етапі для ефективного функціонування підприємства необхідно не лише продавати (передавати) товари для особистого чи домашнього господарства, а і виконувати діяльність, до якої належать і процеси закупівлі, переробки, транспортування, кредитування та інші різноманітні напрямки для максимального задоволення інтересів виробників із просування товарів і інтересів споживачів (кінцевих і проміжних).

Функціональною основою торгівлі є все те, що пов'язане із просуванням товарних мас від виробника до споживача, зокрема:

- система взаємозв'язку і взаємодії торгівлі з промисловістю, сільським господарством та іншими ланками виробничої сфери з приводу обсягів, асортименту, якості, строків, ритмічності поставок та інших заходів;
- система взаємозв'язку з транспортними підприємствами з приводу організації товароруку;

<ul style="list-style-type: none"> - розміщення, спеціалізація і концентрація торгової мережі, її територіальна дислокація; - планова, комерційна, економічна, фінансова діяльність, що спрямована на підтримання працездатності, ефективності і неперервності розвитку торгівлі; - планування і реалізація системи організаційних заходів, пов'язаних із застосуванням ефективних форм і методів торгівлі, рекламного впливу на споживачів, просування нових товарів; - організація досліджень з формування кон'юктури ринку; - використання всіх необхідних заходів роботи з споживачами з метою вивчення рівня задоволення споживчого попиту, ставлення споживачів до праці торгових підприємств, виявлення тенденцій у 	<p>динаміці потреб населення у товарах і послугах.</p> <p>В умовах ринкової економіки торгівлі належить важлива роль сполучної ланки між виробником і споживачем. Формування споживчого ринку, посилення конкуренції, труднощі зі збутом продукції у виробників, як вже зазначались, призводять до посилення позицій торгівлі і набуття нею відповідних функцій.</p> <p>В сучасних умовах основну задачу торгівлі можна визначити як організацію розподілення і руху матеріальних ресурсів від виробничої сфери у сферу споживання таким чином, щоб забезпечити своєчасне пропонування товарів у потрібному місці, в достатній кількості, необхідного асортименту і належної якості.</p> <p>Економічна діяльність торгового підприємства в цілому передбачає виконання функцій, що продиктовані зовнішнім середовищем.</p> <p>До зовнішніх функцій торгівлі належать наступні:</p>
<p>1. Розподілення предметів споживання у просторі (компенсація відстані)</p>	<p>Потреба у відомих продуктах відчувається всюди, а виготовляються вони лише в окремих місцевостях і у кількості, більшій ніж цього потребують місцеві жителі, тому торгівля керує товарними потоками, спрямовуючи їх до споживача</p>
<p>2. Зберігання товарів у часі (синхронізація ритму виробництва і споживання)</p>	<p>Необхідність зберігання товарів пояснюється, по-перше, тим, що всі види продукції, у яких є потреба, не виготовляються одночасно. Виготовлення продукції окремого виду може бути здійснене великою партією, після чого відбувається переналаштування обладнання на виготовлення продукції іншого виду; в результаті зміни виробничого і технологічного циклу може утворитися дефіцит необхідної продукції. По-друге, запас на майбутнє потрібен, якщо продукція може бути виготовлена і отримана в обмежений період часу, а потреба в ній є завжди (сільськогосподарська продукція). Торгівля налагоджує ці невідповідності ритмів виробництва і споживання, закупаючи великі обсяги продукції і зберігаючи на своїх складах.</p>
<p>3. Компенсація різниці в обсягах виробництва і споживання (розбиття великих партій товарів на дрібні)</p>	<p>Виробникам вигідніше виробляти продукцію у великій кількості; споживачі ж частіше всього потребують товар у невеликій кількості або в окремих товарних одиницях. Торгівля бере на себе функцію вирівнювання цього протиріччя.</p>
<p>4. Орієнтація на вимоги споживача до якості продукції</p>	<p>Виробники випускають продукцію різної якості і хоча вони орієнтуються на певні вимоги споживачів, якість продукції, що виготовлена на різних підприємствах, розрізняється (через використання різних технологій, обладнання, сировини та ін.). Торгівля сортує і пропонує продукцію споживачам, виходячи із вимоги до якості і ціни.</p>
<p>5. Формування товарного асортименту</p>	<p>Асортиментом називається набір товарів, об'єднаних за однією чи кількома ознаками (клас, група, вид). Підприємство торгівлі збирає і сортує продукцію не лише за обсягом і якістю, а і за типом-сортом-маркою-розмірами, тим самим формує орієнтований на споживача асортимент продукції.</p>
<p>6. Фінансування</p>	<p>Торгові підприємства надають своїм клієнтам кредити, полегшуючи цим організацію закупівлі. Крім цього розміщуючи завчасно замовлення на виробництво і сплачуючи їх, воно також фінансує виробництво.</p>
<p>7. Освоєння ринку і стимулювання збуту</p>	<p>Торгівля, використовуює різноманітні засоби стимулюючого впливу, що покликані посилити відповідну реакцію ринку: гнучку систему регулювання цін для вирівнювання купівельної спроможності, організацію спеціалізованих виставок, демонстрацію товарів у містах продажу і т. п.</p>
<p>8. Прийняття ризику</p>	<p>Закупаючи і зберігаючи товар на своїх складах, торгівля приймає на себе ризик пов'язаний із можливим зниженням обсягів продажу через падіння попиту, введення обмежень на реалізацію окремих видів товарів, погіршення якості продукції (їх псування, пошкодження у процесі транспортування і зберігання), коливання цін, зниження платоспроможності покупця та інших обставин.</p>
<p>9. Консультування</p>	<p>Торгівля, отримуючи від виробника об'єктивну і детальну інформацію про товар, доносить її до споживача, повідомляючи про сфери, можливості, переваги і недоліки застосування окремих видів товарів.</p>
<p>10. Надання інформації про ринок</p>	<p>Торгівля надає виробникам і покупцям інформацію про кон'юктуру ринку, динаміку цін, наявність нових товарів та іншу інформацію.</p>
<p>11. Надання різного роду сервісних послуг</p>	<p>Враховуючи прагнення сучасного споживача отримувати максимальний набір послуг у одному місці, торгове підприємство береться самостійно надавати ці послуги, наприклад, відремонтувати чи здійснити відправку продукції виробнику, що потребує ремонту, здійснити інсталяцію виробу, що потребує монтажу і налаштування у споживача і т. п.</p>

Це не є вичерпний перелік функцій торгівлі. Окремі функції властиві будь-якому типу економіки, що базується на суспільному розподілі праці, інші – лише ринковій економіці [5, с. 9-10]

На сучасному етапі найбільш ефективним є торговельний апарат, а також сфера малого бізнесу, що орієнтовані не лише на збільшення збуту, а і на потреби ринку. Вирішення цих питань потребує колективної роботи, що неможливо без зусиль працівників фірми, зокрема керівництва, яке долучається до процесу продажу, особливо у критичних ситуаціях (з відомими клієнтами чи при великих операціях). Ефективне управління персоналом потребує знань про особливості праці на торговельному підприємстві.

Всі трудові процеси поділяються на два різних за своєю природою і змістом види:

- пов'язані зі зміною форм вартості товару;
- пов'язані з продовженням процесів виробництва у сфері обігу.

Перший вид забезпечує зміну форм вартості та містить процеси купівлі – продажу, обслуговування покупців, ведення обліку і звітності, організацію реклами та інше.

Другий вид охоплює такі процеси, як транспортування, фасування, зберігання, завантаження і розвантаження товарів та інше.

Ці обидва види взаємопов'язані і є основою організації торгово-технічного прогресу. Таким чином, перша особливість праці на торговельних підприємствах – це її дуальний характер.

Другою особливістю є те, що праця, пов'язана з продовженням процесів виробництва у сфері обігу, займає значну питому вагу у загальній сумі всього трудового процесу – в основному через низьку оснащеність торговельних підприємств технікою. Як правило, більшість процесів, що стосуються перетворення промислового асортименту у торговельний, фасування, підсортування, тобто передпродажної обробки товарів, відбувається вручну. Наявність великих затрат живої праці є негативним фактором (тим більше що близько 80% зайнятих у торгівлі – жінки, а у роздрібній торгівлі в середньому за зміну доводиться переміщати, залежно від розміру магазину, від 3 до 15 т вантажу).

Третьою особливістю є те, що праця, пов'язана зі зміною форм вартості товару, достатньо одноманітна і разом з тим потребує значного нервового та фізичного напруження. Це обумовлено тим, що:

- організація торгово-технічного процесу не передбачає або сильно обмежує вияв ініціативи робітником;
- відсутність засобів автоматизації призводить до того, що аналітичні, облікові, статистичні розрахунки здійснюються вручну.

Четвертою особливістю праці на торговельних підприємствах є значний вплив ймовірних факторів. Інтенсивність купівельних потоків протягом дня, яка залежить від місця розташування підприємства, значного коливання попиту за товарними групами, та інші фактори в одних випадках призводять до неминучих простоїв робітників, а в інших – до дуже великого навантаження і різкого підвищення напруженості праці.

П'ятою особливістю праці на торговельних підприємствах є те, що кінцевий результат праці – не товар, а послуга.

Всі ці специфічні особливості діяльності торговельних підприємств визначають складність і великий обсяг функцій, пов'язаних з управлінням персоналом.

Головна мета управління персоналом полягає у формуванні чисельності та складу робітників, що відповідають специфіці діяльності підприємства і здатних забезпечити основні завдання його розвитку.

Визначити професійні та особисті якості співробітників, оцінити їх, з'ясувати, який вплив цих якостей на ефективність праці, – завдання доволі складне. Тому оцінка ефективності управління персоналом потребує комплексного підходу.

Загалом можна виокремити три фактори, що впливають на працівників підприємства:

- ієрархічна структура підприємства – де основним засобом впливу є ставлення влади – підлеглості, примусу і контролю;
- культура, тобто шкала цінностей, вироблених суспільством, підприємством або групою осіб, соціальних норм, які регламентують дії особистості, змушують індивіда вести себе так, а не інакше без помітного тиску;
- ринок – мережа рівноправних відносин, що базуються на купівлі-продажі продукції і послуг, відносинах власності, рівновазі інтересів продавця і покупця [9, с. 408]

Аналізуючи роботу персоналу торгівлі, ми виявляємо необхідні напрями вдосконалення системи управління персоналом, такі як:

- створення умов для розширення знань, підвищення кваліфікації, безперервного самовдосконалення;
- використання мотиваційних програм при розширенні повноважень працівників у прийнятті господарських рішень;
- формування нових моральних цінностей, які поділяє весь персонал організації;
- гнучке й адаптивне використання персоналу, підвищення творчої і організаційної його активності, формування гуманізованої організаційної культури.

Таким чином, нова концепція соціально-економічної ефективності управління персоналом базується на соціальному розвитку працівника і колективу. При цьому велике значення має гарантія зайнятості, умови праці, рівень оплати, характер міжособистісних відносин, що буде сприяти конкурентоспроможності працівника, продукції і підприємства в цілому.

Список літератури

1. Богиня, Д. Стимули і антистимули розвитку трудового менталітету в сучасних умовах / Д. Богиня // Україна: аспекти праці. --- 2001. ---- № 3. --- С. 3-9.
2. Грішнова, О. А. Людський розвиток [Текст] : навч. посібник / О. А. Грішнова. – К. : КНЕУ, 2006. – 308 с.
3. Колот, А. М. Мотивація персоналу [Текст] : підручник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.
4. Костишина, Т. Моніторинг мотиваційного механізму на підприємствах споживчої кооперації України [Текст] / Т. Костишина // Україна: аспекти праці. – 2009. – №3. – С. 25-31.
5. Кріс, А. Внутрішня торгівля [Текст] / А. Кріс, Ж. Жалпе ; пер. з фр. / Общ. ред. В. С. Загашвили. – М. : Прогресс-Универс, 1993. – С. 9-10.
6. Лісогор, Л. С. Формування ринку праці в Україні [Текст] : монографія / Л. С. Лісогор. – К. : Ін-т економіки НАНУ, 2003. – 296 с.
7. Семікіна, М. В. Мотивація конкурентоспроможності праці:

-
- теорія і практика регулювання [Текст] / М. С. Семікіна. – Кіровоград : Пік, 2003. – 426 с.*
8. *Шаульська, Л. Умови розвитку трудового потенціалу [Текст] / Л. Шаульська // Економіст. – 2005. – №7. – С. 58-62.*
 9. *Щекин, Г. В. Теория социального управления [Текст] : монографія / Г. В. Щекин. – К. : МАУП, 1996. – 408 с.*
 10. *Шур, Д. Л. Основы торговли. Оптовая торговля [Текст] / Д. Л. Шур. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело и Сервис, 2005. – С. 3-10.*

РЕЗЮМЕ

Литвин Елена

Особенности механизма управления персоналом торговых предприятий

В статье рассмотрено сущность и механизмы управления персоналом торговых предприятий, особенности труда на предприятиях, функции торговли и связанные с этим факторы, что влияют на эффективность управления персоналом.

RESUME

Lytvyn Olena

Specialty of mechanism of human resources management in commercial companies

This article discusses the mechanism of human resource management in commercial companies. The specialty of work in companies and function of commerce and related factors that effect human restores management are determined.

Стаття надійшла до редакції 17.01.2011 р.

АДАПТАЦІЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ АВІАКОМПАНІЇ ДО УМОВ ГЛОБАЛЬНОГО КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті дається визначення оптимальної бізнес-моделі авіакомпанії. Охарактеризовано основні види бізнес-моделей авіакомпаній. Проведено аналіз проблем адаптації авіакомпаній до умов глобального конкурентного середовища. Визначено бізнес-сфери, які потребують оптимізації в авіакомпаніях. Запропоновано напрямки адаптації бізнес-моделей авіаперевізників.

Ключові слова: адаптація, бізнес-модель, авіакомпанія, конкурентне середовище.

Для динамічного розвитку національної економіки необхідно адекватно реагувати на виклики глобалізації, своєчасно та ефективно здійснювати структурні економічні зміни, оскільки в останні роки спостерігається вплив факторів виробництва, зокрема інвестиційного капіталу, з неконкурентоспроможних секторів економіки до суб'єктів ринку, які успішно витримують конкурентний тиск. Актуальною проблемою залишається розробка та використання оптимальних адаптаційних механізмів у забезпеченні сталого економічного розвитку стратегічно важливих сфер національного господарства.

Із підвищенням складності ведення бізнесу, появою нових факторів впливу у глобальному бізнес-середовищі, більшість авіакомпаній зосереджують свої зусилля на формування збалансованої бізнес-системи, яка враховує інтереси споживачів, власників, партнерів, персоналу компанії та інших сторін. Кожне підприємство намагається обрати для себе найбільш адекватну бізнес-модель, тобто таку, яка відповідає його можливостям і дозволяє найоптимальнішим чином досягнути загальноорганізаційних цілей.

Вивченню особливостей формування бізнес-моделей підприємства з урахуванням динамічної зміни факторів зовнішнього середовища, присвячена значна кількість досліджень сучасних зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема Р. Аміта, М. Волнофера, П. Гхемавата, П. Есківіаса, К. Зотта, Д. Дж. Х. Кланга, Д. Левінталя, П. Рамоса, А. Соолятте, Р. Соузи, Ф. Хекліна [5; 7; 11]. Значно менше проведено досліджень проблеми адаптації бізнес-моделей авіакомпанії до умов конкурентного середовища. В основному це напрацювання іноземних вчених – І. Григор'єва, І. Досталер, Е. Компарта, М. Ледермана, К. Мейсон, Ч. Міюши, Р. Уолла, Й. Флоттау, Т. Флуріса, С. Форбса та інших [6; 8; 12], а також вітчизняних вчених – Н. Антощишиної, В. Загорулько, В. Корчуна, О. Косарева, З. Мокринської, М. Федотова та інших [1; 2; 3; 9; 10].

Незважаючи на різнобічні дослідження проблем формування бізнес-моделей підприємства з урахуванням ринкових умов, на сьогодні відсутнє визначення оптимальної бізнес-моделі авіакомпанії, залишаються недостатньо розробленими пропозиції щодо адаптації бізнес-моделей авіаперевізників до зміни глобального конкурентного середовища.

Мета статті – аналіз проблем адаптації авіакомпаній

до умов глобальних ринків авіаперевезень, визначення особливостей та перспективних напрямків адаптації бізнес-моделей авіаперевізників.

Адаптація до зміни ринкових умов є вимогою часу для всіх підприємств, авіакомпаній зокрема. Вона передбачає усвідомлення загроз та можливостей зовнішнього середовища (збір та оцінку інформації, аналіз загроз/можливостей, визначення рівня чутливості до цих змін), розробку адаптаційних заходів із урахуванням усіх аспектів діяльності підприємства та його потенціалу, активну адаптацію (реалізацію заходів щодо адаптації та оцінку їх ефективності). На думку автора, оптимальна бізнес-модель авіакомпанії – це комплекс елементів внутрішнього середовища, бізнес-операцій та бізнес-функцій перевізника, що забезпечують його успішне функціонування на ринку, з можливістю довгострокового розвитку та отримання прибутку, збереження стійкості в кризових ситуаціях, гнучке реагування та адаптацію до змінних умов зовнішнього середовища і є базою при формуванні конкурентних переваг підприємства.

Більшість дослідників виокремлюють такі основні види бізнес-моделей авіакомпаній, як регулярні (мережеві), регіональні, чартерні, низькобюджетні («low cost carriers»), вантажні, консолідатори (експрес-перевізники) та «гібридні» [4, с. 5-15]. Їх характеристика наведена на рис. 1.

Останнім часом у регіоні ЄС-27 спостерігалось суттєве зменшення питомої ваги перевізників з мережевою бізнес-моделлю (в середньому на 4-5% щороку), у той же час, значно зросла частка низькобюджетних авіакомпаній. Більшість європейських чартерних авіакомпаній зараз є частиною вертикально інтегрованої організації, до якої належить туроператор, туристичне агентство, авіакомпанія, а також готелі і компанії, що забезпечують наземні перевезення.

Слід зазначити, що на даний момент при дослідженні особливостей розвитку авіаційної індустрії поряд із терміном «адаптація» інколи використовується поняття «гібридизація». Останнє означає пристосування авіакомпаній до конкретних місцевих ринкових умов із мінімізацією затрат шляхом створення своєрідного гібриду з декількох традиційних бізнес-моделей перевізників. Внаслідок появи та розвитку лоу-кост перевізників, формування союзів авіапідприємств та

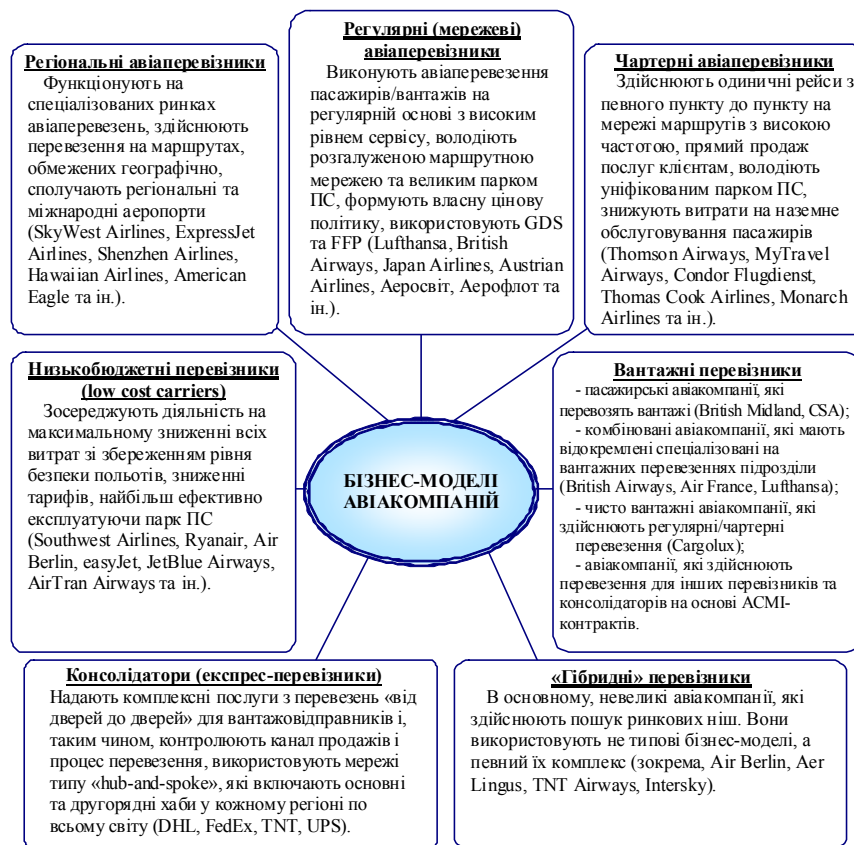


Рис. 1. Основні види бізнес-моделей авіакомпаній

стратегічних альянсів, сформувалося багато різновидів комплексних бізнес-моделей авіаперевізників, які поєднують у собі декілька способів створення цінності та отримання прибутку.

Зміни факторів бізнес-оточення змушують авіаперевізників активно адаптуватися до нових умов. Зокрема в останні роки спостерігається кардинальне переформатування класичної бізнес-моделі лоу-кост авіакомпаній, спрямованої на підвищення прибутковості і виживання у довгостроковій перспективі. Вони поступово долучаються до практики використання глобальних систем розподілу, угод код-шерінгу, інтерлайн-угод та інших угод з продажу комерційних прав, які не були характерними для них раніше [12].

Специфіка адаптації бізнес-моделей може суттєво відрізнятись в різних авіакомпаніях. У лоу-кост перевізників Європи та Північної Америки адаптаційні заходи загалом спрямовані на формування бізнес-системи, яка дозволить використовувати наявні можливості для розвитку бізнесу і мінімізувати негативний вплив зовнішнього оточення. Близькосхідні та азійські авіакомпанії відчувають на собі тиск політико-правових та економічних чинників (нормативні обмеження, недосконалість інфраструктури), які суттєво впливають на обрання бізнес-стратегії, стримуючи освоєння нових ринків.

Бізнес-моделі можуть розроблятися для підприємства загалом, групи однорідної продукції/послуг та об'єднань компаній (союзів) для оптимізації бізнес-діяльності, з урахуванням обраної стратегії та орієнтації на споживачів, оцінки ефективності діяльності підприємства порівняно із конкурентами, а також оцінки стратегічного потенціалу бізнесу та його

інвестиційної привабливості в перспективі [11]. Для успішної реалізації стратегії, орієнтованої на створення відповідної цінності для споживачів та інших зацікавлених осіб, підприємству необхідно визначити найбільш оптимальні бізнес-моделі.

Хоча багато авіаперевізників використовують традиційну ринковоорієнтовану бізнес-модель, на думку автора, більш оптимальною в сучасних умовах є бізнес-модель, яка орієнтована на споживача.

На сьогодні зростає значення стратегічного управління діяльністю підприємств із застосуванням ситуаційного підходу. Ми вважаємо, що при розробці адаптаційних заходів необхідно враховувати такі ситуаційні чинники, як:

- ресурсний потенціал підприємства, зокрема його фінансовий стан;
- ступінь турбулентності (швидкості зміни, динамічності) середовища компанії;
- ступінь складності стратегії компанії і організаційної структури управління.

Загалом планування і контроль діяльності компанії можуть розглядатися з точки зору двох основних аспектів – адаптації (розробка та перегляд стратегій з огляду на нові загрози і можливості в середовищі підприємства) та інтеграції (поєднання, взаємозгодження та координування напрямків діяльності компанії з метою моніторингу успішної реалізації стратегії фірми).

Керівництву авіакомпаній необхідно визначити ряд важливих інтегративних завдань для успішної адаптації до ринкових умов:

- в операційній діяльності: розподіл ресурсів компанії (обладнання, персоналу, інформаційних засобів,

фінансових ресурсів) відповідно до обраної бізнес-стратегії;

- при здійсненні організаційних заходів: формування організаційної структури управління, налагодження взаємозв'язків між структурними підрозділами, з орієнтацією на досягнення загальних цілей компанії;
- при наданні послуг: взаємоузгодження розкладу рейсів з фінансовими пріоритетами компанії, підвищення продуктивності праці, управління витратами.

Отже, авіакомпанії реалізують подвійне завдання – адаптації до змін навколишнього середовища та інтеграції складних взаємопов'язаних функціональних аспектів діяльності. На думку автора, найбільш важливо враховувати наступні чинники зовнішнього середовища:

а) політико-правові фактори: непрогнозовані і жорсткі регулятивні зміни, обмеження щодо участі іноземного капіталу в національній економіці, бар'єри для інновацій, політичний вплив та невідповідний рівень державного планування розвитку транспортної системи;

б) структура галузі: технологічні зміни, розвиток альтернативних видів транспорту, збільшення швидкості змін в інфраструктурі галузі;

в) умови попиту: зміна переваг споживачів та ринкової кон'юнктури (баланс попиту-пропозиції), рівня тарифів тощо;

г) постачання: витрати на паливо, персонал та обладнання, ступінь доступності ринків капіталу.

Успішність діяльності авіаперевізників визначається правильністю вибору бізнес-моделі при адаптації до умов конкурентного середовища. Запровадження адаптаційних заходів в розрізі формування оптимальної бізнес-моделі авіакомпанії передбачає створення інтегрованих моделей оцінки наявних ресурсів, оцінювання рівня ризиків (втрати фінансової стійкості, економічної незалежності, зменшення рівня

прибутковості при поширенні кризових явищ в економіці тощо), адаптацію стратегій, планів, політик на зміни, моніторинг факторів мікро-, мезо- та макросередовища.

На думку автора, адаптацію бізнес-моделі авіакомпанії до глобального конкурентного середовища необхідно здійснювати у певній послідовності, з урахуванням усіх сторін діяльності підприємства – специфіки послуг, що надаються, географічної присутності компанії, широти та структури маршрутної мережі, тарифної стратегії авіакомпанії, приналежності компанії до стратегічних авіаційних альянсів (рис. 2).

На нашу думку, основними бізнес-сферами, які потребують оптимізації та адаптації до змінних ринкових умов в авіакомпаніях, є:

1) Планування використання ПС:

- прогнозування показників прибутковості авіакомпанії для забезпечення розробки відповідних довгострокових рішень у сфері бізнес-планування, які передбачають визначення цільових ринків та частоти перевезень.
- формування моделей розподілу парку ПС для планування використання ПС та максимізації прибутку;
- розробка моделей маршрутизації ПС авіакомпанії для оперативного управління розподілом ПС на мережі;
- оптимізація співпраці у рамках код-шерінгу, націлена на збільшення доходів за рахунок налагодження партнерських взаємовідносин між авіакомпаніями.

2) Планування екіпажу:

- розробка моделей для ефективного планування перевезень та місячних розкладів льотного екіпажу;
- планування кадрових моделей щодо льотного екіпажу для прийняття комплексних рішень у питаннях чисельності персоналу, рівнів навчання,



Рис. 2. Процес адаптації бізнес-моделі авіакомпанії до глобального конкурентного середовища

надання відпусток та розподілу екіпажу за географічно розмежованими базами.

3) Управління доходами:

- формування моделей оптимізації доходів, що сфокусовані на обліку надходжень, ціноутворенні та отриманні вигоди;
- використання прогнозування попиту, засноване на концепції O & D («походження – місце призначення») для обґрунтування управлінських рішень щодо моделей оптимізації доходів;
- розробка моделі управління доходами нового покоління для більш ефективної конкурентної боротьби із зростаючою кількістю лоу-кост перевізників, бізнес-стратегії яких суттєво відрізняються та є значно спрощеними порівняно із звичайними авіакомпаніями.

4) Управління ланцюгом поставок: розробка моделей для зменшення операційних витрат із одночасним забезпеченням стабільності діяльності підприємства.

На думку автора, не зважаючи на те, що для кожної авіакомпанії характерні індивідуальні особливості діяльності, в рамках реалізації трансформації бізнес-моделі перевізника необхідно враховувати такі основні аспекти:

- При прийнятті управлінських рішень передусім орієнтуватися на потреби споживачів, для чого проводити масштабне дослідження ринку: визначити, які потреби споживачів не були враховані у поточній бізнес-моделі авіакомпанії; порівнювати цінність послуги авіакомпанії з показниками конкурентів.
- Здійснювати моніторинг змін конкурентного середовища: проводити бенчмаркінг ключових показників діяльності авіакомпаній-конкурентів та оцінювати їх бізнес-моделі (можливе використання досвіду успішної діяльності непрямих конкурентів, що забезпечує прийняття інноваційних рішень відповідно до сучасних ринкових умов).
- Відстежувати ринкові тенденції: досліджувати економічні, політико-правові, технологічні та соціокультурні зміни, які можуть становити як загрозу існуючій бізнес-моделі авіакомпанії, так і створити можливість формування диференційованих переваг.
- Застосовувати цілісний підхід при адаптації до ринкових змін: пристосована бізнес-модель має бути інтегрованою, сформованою з використанням системного підходу із забезпеченням взаємоузгодженості всіх елементів внутрішнього середовища авіакомпанії та збереженням орієнтації на споживача.
- Забезпечувати диференційованість бізнес-моделі авіакомпанії на основі її конкурентних переваг, тобто суттєві відмінності від існуючих бізнес-моделей конкурентів, що визначить рівень інноваційності авіакомпанії порівняно з іншими операторами на ринку.
- Розробляти заходи, які ефективно адаптують бізнес-модель авіакомпанії до змін конкурентного середовища, мобілізуючи всі необхідні ресурси, і, зокрема, персонал компанії для вирішення нових бізнес-стратегій.

Проведені дослідження дали змогу зробити висновок, що в умовах нерівномірного відновлення

різних секторів економіки від негативного впливу світової фінансово-економічної кризи, швидкість пристосування підприємств до факторів середовища суттєво збільшилася. Сучасним компаніям для успішної адаптації бізнес-моделі до змінних ринкових умов необхідно відстежувати зміни у політиці конкурентів і поведінці споживачів та адекватно на них реагувати.

Внаслідок посилення конкуренції у сфері авіаперевезень, концентрації зусиль перевізників на залучення нових інвесторів та дії багатьох інших факторів відбулося формування інноваційних комплексних бізнес-моделей авіаперевізників, що зорієнтовані на інтереси споживачів. Авіакомпаніям, які прагнуть вижити на ринку або завоювати більшу ринкову частку, необхідно пристосувати свої бізнес-моделі до умов глобального конкурентного середовища.

Перспективними напрямками подальших досліджень є формування механізму адаптації національних авіакомпаній до умов глобального конкурентного середовища та обґрунтування ефективності адаптаційних заходів із використанням інструментарію математичного моделювання.

Список літератури

1. Антоцишина, Н. І. Інформаційне забезпечення процесу формування цінності авіатранспортних послуг [Текст] / Н. І. Антоцишина // *Актуальні проблеми економіки*. – 2009. – №10 (100). – С. 129-135.
2. Корчун, В. С. Тенденції розвитку світового ринку транспортних послуг в умовах глобалізації [Текст] / В. С. Корчун // *Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки*. – 2007. – № 12. – С. 223-228.
3. Федотов, М. Планирование деловой политики авиакомпании [Текст] / М. Федотов // *Research and Technology – Step into the Future*. – 2010. – Vol. 5, № 1. – P. 5-10.
4. *Analyses of the European Air Transport Market. Airline Business Models* [Text]. – Koln : DLR, 2008. – 44 p.
5. Esquivias, P. *Business Model Adaptation* [Text] / P. Esquivias, P. Ramos, R. Souza. – Boston : Boston Consulting Group, 2010. – 9 p.
6. Forbes S. J., Lederman M. *Adaptation and Vertical Integration in the Airline Industry* [Text] / S. J. Forbes, M. Lederman // *American Economic Review. American Economic Association Publications* – 2009. – P. 1831-1849.
7. Zott, C. *Designing Your Future Business Model: An Activity System Perspective. Long Range Planning* [Text] / C. Zott, R. Amit. – Barcelona : IESE Business School, 2009. – 13 p.
8. Григорьев, И. Ю. *Современные тенденции развития рынка авиационных перевозок* [Электронный ресурс] / И. Ю. Григорьев // *Транспорт в России*. – Режим доступа: <http://www.nakhodka-betta.ru/info/perevozki/290/2592.html>
9. Косарев, А. И. *Тенденции взаимодействия и адаптации предприятий воздушного транспорта в информационной экономике* [Электронный ресурс] / А. И. Косарев, А. В. Пустовая // *Проблемы системного подхода в экономике*. – Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2007-2/Kosarev_Pustovaya_207.htm
10. Мокринська, З. В. *Особенности современных бизнес-моделей авиационных компаний на международном рынке авиационных перевозок* [Электронный ресурс] / З. В. Мокринська // *Економічний простір*. – Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_30/Statti/2.pdf
11. Сооляттэ, А. Ю. *Бизнес-модели компаний: определение, эволюция, классификация* [Электронный ресурс] / А. Ю. Сооляттэ. – Режим доступа: <http://www.klubok.net/article2302.html>
12. Флоттау, Й. *Гибридизация и адаптация. Лоу-кост мутирует под влиянием неблагоприятных экономических условий* [Электронный ресурс] / Й. Флоттау, Р. Уолл, Э. Компарт // *Деловой авиационный портал*. – Режим доступа: <http://www.ato.ru/content/gibridizatsiya-i-adaptatsiya>.

РЕЗЮМЕ

Литвиненко Лариса

Адаптация бизнес-модели авиакомпании к условиям глобальной конкурентной среды

В статье дано определение оптимальной бизнес-модели авиакомпании. Охарактеризованы основные виды бизнес-моделей авиакомпаний. Проведен анализ проблем адаптации авиакомпаний в условиях глобальной конкурентной среды. Определены бизнес-сферы, которые требуют оптимизации в авиакомпаниях. Предложены направления адаптации бизнес-моделей авиаперевозчиков.

RESUME

Lytvynenko Larysa

Adaptation of airline's business model to the conditions of global competitive environment

In the article the definition of optimal airline's business model is given. The basic types of airlines' business models are described. The analysis of problems in adapting of airlines to the conditions of global competitive environment is carried out. Business areas of airlines needing optimization are defined. Directions in adapting air carriers' business models are proposed.

Стаття надійшла до редакції 20.03.2011 р.

КОНЦЕПЦІЯ СТВОРЕННЯ МЕХАНІЗМУ ВЗАЄМОДІЇ ІНТЕГРОВАНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ТА БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ВАНТАЖНИХ АВІАКОМПАНІЙ

У статті аналізується створення механізму взаємодії інтегрованої інформаційної системи та бізнес-процесів вантажних авіакомпаній, який заснований на фундаментальних теоретико-методологічних засадах таких взаємодій для підприємств інших галузей економіки за принципами системності та комплексності, що дозволяє значною мірою підвищити конкурентоспроможність авіаперевізника.

Ключові слова: механізм, інформаційна система, бізнес-процес, вантажна авіакомпанія, підприємство, інструментарій.

Головними проблемами при розробці дієвої інформаційної системи для підприємства у країнах, що розвиваються, зокрема і в Україні, є нестача вільних фінансових ресурсів, недостатня прозорість діяльності підприємства, а подеколи – відсутність волі у керівництва щодо реінжинірингу бізнес-процесів підприємства. Розробка дієвих інформаційних систем вітчизняних вантажних авіаперевізників залежить, головним чином, від правильності вибору з-поміж усіх пропонувананих рішень на ринку такого, що найбільше підходить саме для цього конкретного перевізника. Особливості цих систем продиктовані цілями, які стоять перед авіакомпанією, формою власності, умовами розвитку та рядом інших менш важливих факторів. Врахування всіх цих факторів має бути забезпечене зі створенням як самих інформаційних систем вантажних авіаперевізників, так і відповідних уніфікованих теоретико-методологічних, методичних напрацювань та окремих практичних рішень щодо використання цих інформаційних систем на практиці.

Загальні проблеми інформатизації підприємств транспорту активно вивчалися вітчизняними та зарубіжними науковцями. Серед найбільш значущих досліджень останніх років, на думку автора, слід особливо відзначити наукову роботу Р. М. Стейра (R. M. Stair) та Дж. Рейнолдса (G. Reynolds) [10, с. 15-219], яка стосується розробки концептуальних основ створення та розвитку інтегрованих інформаційних систем підприємств, тоді як у [11, с. 10-450] цими ж авторами було визначено та проведено удосконалення фундаментальних основ інформаційних систем підприємств. У праці Дж. Куртіса (G. Curtis) та Д. Кобема (D. Cobham) [9, с. 1-161; 197-679] здійснено пошук дієвих інформаційних рішень для покращення роботи підприємств, які нині існують.

Серед науковців близького зарубіжжя, що вивчали проблему інформатизації підприємств, слід назвати В. Камакіна [2], Д. Маркова [7] та ін. В. Камакіним [2] розроблено загальнонаукові принципи реалізації високоавтоматизованих інформаційних систем управління виробництвом підприємства. Здобутки Д. Маркова, які відображені у [7], стосуються створення інформаційної системи підприємства, яка зможе значною мірою підвищити його

конкурентоспроможність. Чималий внесок у вирішення проблеми інформатизації підприємств внесли вітчизняні науковці, зокрема М. Євланов [3], С. Чалий [8] та Т. Бова [1]. У дослідженні М. Євланова [3] вирішуються проблеми створення методів, моделей та інформаційної технології розробки інформаційних систем підприємств при зміні певних вимог, що відбувається через видозміну бізнес-процесів та організаційної структури управління підприємства. Напрацювання С. Чалого, які узагальнені у [8], знаходяться у царині моделей, методів та технології автоматизованого управління бізнес-процесами із змінною структурою в умовах неконтрольованих зовнішніх збурень. Наукові здобутки Т. Бови, які автором було узагальнено у [1], полягають у розробці організаційно-інформаційної системи управління на машинобудівних підприємствах. Не дивлячись на дослідницьких робіт, які присвячені вирішенню проблеми інформатизації підприємств, нами не виявлено напрацювань, які стосуються створення дієвого інструменту взаємодії інтегрованої інформаційної системи та бізнес-процесів вантажних авіакомпаній.

У наших попередніх наукових дослідженнях, зокрема у [4-6], було наголошено на необхідності створення концепції інформатизації вантажної авіакомпанії, що має бути орієнтована на побудову дієвої інформаційної системи, яка може вдосконалюватися при застосуванні певних засобів та інструментів. Але також необхідно вирішити наукову задачу, яка пов'язана із вдосконаленням механізму взаємодії інтегрованої інформаційної системи та бізнес-процесів вантажних авіакомпаній.

Автор вважає, що, не зважаючи на загальну значущість проблеми інформатизації авіапідприємств, окремі її аспекти були вивчені недостатньо. Метою статті визначена розробка механізму взаємодії інтегрованої інформаційної системи та бізнес-процесів вантажних авіакомпаній, що має дозволити значною мірою покращити роботу вантажної авіакомпанії на цільовому ринку перевезень.

Як зазначалось вже у [4-6], інформаційна система вантажних авіакомпаній має складатися із зовнішньої та внутрішньої складових. При цьому зовнішня складова

складається із загального інструментарію, що забезпечує настроювання інформаційної системи, а внутрішня – має містити об'єкт і суб'єкт управління, загальний інструментарій управління ресурсами, планування, оптимізації діяльності авіакомпанії та управління процесами перевезення вантажів. У [4] нами було встановлено, що розробка концепції інформатизації вітчизняних вантажних авіаперевізників має бути спрямована на створення інформаційного середовища, до якого належать сукупність інформаційних систем та прикладних рішень, а також механізми, моделі, фактори, процеси, ресурси тощо. У [5] визначено, що основою процесу реінжинірингу є загальні теорії управління економічними системами, теоретико-методологічні засади, науково-методичні напрацювання та інструментарій реінжинірингу бізнес-процесів та ін. Наукову роботу [6] присвячено створенню теоретичних та методологічних рекомендацій формування новітніх бізнес-моделей вантажних авіаперевізників, які дозволили уніфікувати та максимально спростити цей процес у практичній роботі останніх.

Основою інформаційного середовища вітчизняних вантажних авіакомпаній має стати інтегрована інформаційна система, у доповнення до якої повинен бути розроблений інструментарій її реалізації. Крім описаних у попередніх наукових роботах методології, механізму та системи ефективної реалізації

інформаційної системи для вантажних авіакомпаній, необхідно створити механізм взаємодії інтегрованої інформаційної системи та бізнес-процесів вантажних авіакомпаній, що дозволить значно покращити роботу вантажного авіаперевізника, підвищивши його конкурентоспроможність. На думку автора, механізм взаємодії інтегрованої інформаційної системи та бізнес-процесів вантажних авіакомпаній має ґрунтуватися на фундаментальних теоретико-методологічних основах таких взаємодій у рамках підприємств інших галузей економіки, які зорієнтовані на реалізацію принципів системності та комплексності. Схема цього механізму нами наведена на рис. 1.

При взаємодії інтегрованої інформаційної системи та бізнес-процесів вантажних авіакомпаній слід забезпечити можливість здійснення управління інформаційною системою та бізнес-процесами у режимі реального часу, отримання синергійного ефекту при взаємодії через ефективну систему зв'язків, єдність модулів інформаційної системи, можливість адаптування до нових умов складових цієї системи, зменшення впливу ризиків та факторів невизначеності на роботу авіакомпанії тощо. Основною складовою інтегрованої інформаційної системи вантажних авіакомпаній має стати System SAP Business Suite, яку формують відповідні модулі маркетингового, фінансового управління, планування, управління технічним обслуговуванням та управління запасами

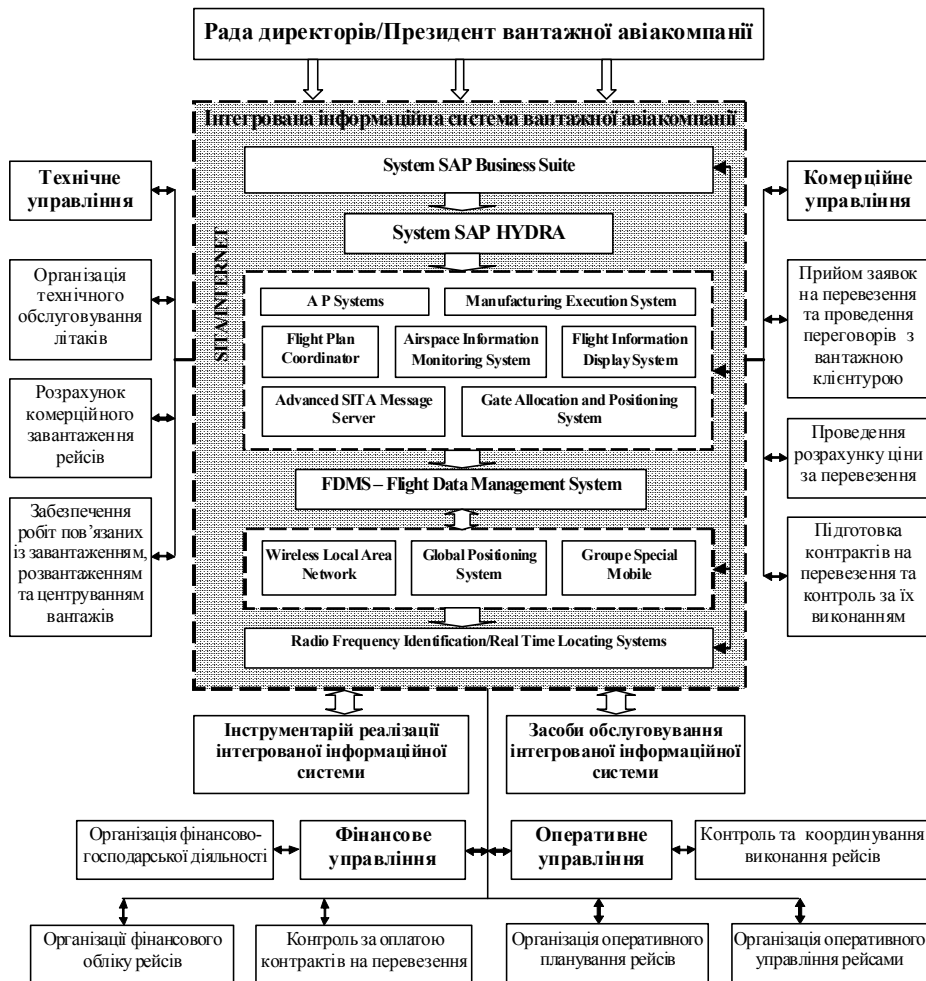


Рис. 1. Схема механізму взаємодії інтегрованої інформаційної системи та бізнес-процесів вантажних авіакомпаній

авіакомпанії.

Нами встановлено, що модуль маркетингового управління взаємодіє із комерційним управлінням авіакомпанії та бізнес-процесом організації рекламної роботи та маркетингу перевізника; у той же час модуль планування має бути задіяний під час стратегічного планування керівництвом авіакомпанії, при оперативному плануванні, яким займається оперативне та комерційне управління, та поточному плануванні, до реалізації завдань якого залучені всі управління авіакомпанії.

Модуль управління технічним обслуговуванням пов'язується здебільшого із бізнес-процесом організації технічного обслуговування повітряних суден авіакомпанії, а меншою мірою – із бізнес-процесом розрахунку комерційного завантаження рейсів та забезпечення робіт, що стосуються завантаження, розвантаження та процесу центрівки вантажів. Модуль управління запасами має взаємодіяти із бізнес-процесами, пов'язаними із технічним управлінням, а також із організацією комерційної роботи та фінансового планування. Застосування цих модулів System SAP Business Suite у комплексі дозволяє оптимізувати роботу вантажної авіакомпанії. До переваг цієї системи також слід зарахувати організацію координування планів, бюджетів та звітів вантажного авіаперевізника через розширення можливостей щодо відповідних бізнес-процесів та бізнес-процедур.

Новітню систему SAP HYDRA формують різні модулі баз даних, системи контролю за даними, логістичного управління тощо. Ця система є загалом допоміжною, та її функція полягає в організації якісної роботи всієї інтегрованої інформаційної системи вантажної авіакомпанії щодо накопичення та обробки необхідних для роботи даних. Система SAP HYDRA залучена до бізнес-процесів фінансового та оперативного управління та комерційної роботи авіаперевізника. Також до складу інтегрованої інформаційної системи вантажної авіакомпанії мають входити системи управління виробництвом, координування льотної роботи, інформації щодо рейсів та інші допоміжні системи. Автором встановлено, що ці системи інтегруються, головним чином, із бізнес-процесами та бізнес-процедурами в оперативній роботі та технічному управлінні вантажної авіакомпанії.

Загалом, наявність цих модулів дозволяє вантажному авіаперевізнку оптимізувати свою роботу, організувати процес обслуговування вантажів за логістичними принципами, оптимізувати процес завантаження та розвантаження літака, спростити оформлення звітності тощо. Існує нагальна потреба у застосуванні Flight Data Management System, яка уможливить роботу вантажного перевізника із використанням баз даних, однією із головних є eRES Cargo Airline Cargo System Description. Ця система дозволяє провести повний та розгорнутий опис процесу обслуговування вантажів авіаперевізником та забезпечити взаємодію із конкретними бізнес-процесами та бізнес-процедурами. Невід'ємною складовою успішної роботи вантажного авіаперевізника на сучасному етапі має стати використання систем Wireless Local Area Network, Global Positioning System та Groupe Spécial Mobile. Ці системи забезпечують постійний зв'язок із застосуванням новітніх технологій типу Wi-Fi, а також WiMAX. Необхідно, щоб системи глобального позиціонування взаємодіяли, передусім, із бізнес-процесами та бізнес-процедурами оперативного

управління, а також застосувалися при організації комерційної роботи вантажної авіакомпанії в процесі обслуговування вантажної клієнтури.

У статті нами була вирішена надзвичайно важлива, теоретично і практично значуща наукова задача, що стосується розробки загальних концептуальних засад формування механізму взаємодії інтегрованої інформаційної системи та бізнес-процесів вантажних авіакомпаній. Автором, зокрема, було виявлено взаємозв'язки між модулями інтегрованої інформаційної системи вантажного авіаперевізника і його конкретними бізнес-процесами та бізнес-процедурами. Наголошено на нагальній потребі у застосуванні Flight Data Management System, яка має забезпечити роботу вантажного перевізника із використанням баз даних. Автором встановлено, що системи глобального позиціонування мають взаємодіяти, передусім, із бізнес-процесами та бізнес-процедурами оперативного управління, а також застосуватися у комерційній роботі вантажної авіакомпанії.

Подальші наукові дослідження, на нашу думку, мають бути присвячені розробці принципів формування наборів, потоків даних та режимів функціонування інтегрованої інформаційної системи вантажних авіакомпаній, а також подальшій інтеграції новітніх технічних та технологічних рішень, що дозволяють оптимізувати процес обслуговування вантажів у процесі перевезення та поліпшити роботу авіаперевізника у цілому.

Список літератури

1. Бова, Т. В. Організаційно-інформаційна система управління на машинобудівних підприємствах: автореф. дис... к. е. н.: 08.06.01 [Текст.] / Т. В. Бова. – Запоріжжя, 2006. – 20 с.
2. Камакин, В. А. Методология построения автоматизированных корпоративных информационных систем поддержки авиационного производства на основе управления затратами [Текст.] : автореф. ... д. т. н.: 05.13.06 / В. А. Камакин. – Рыбинск, 2007. – 32 с.
3. Євланов, М. В. Методи, моделі і технологія розробки інформаційних систем при зміні вимог: автореф. дис... д. т. н.: 05.13.06 [Текст.] / М. В. Євланов. – Харків, 2008. – 27 с.
4. Литвиненко, С. Л. Прикладні аспекти реалізації концепції інформатизації вітчизняних вантажних авіаперевізників [Текст.] / С. Л. Литвиненко // Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту: збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ДНУЗТ, 2010. – Вип. 36. – С. 145-148.
5. Литвиненко, С. Л. Теоретико-методологічні основи реінжинірингу бізнес-процесів у вітчизняних вантажних авіакомпаніях [Текст.] / С. Л. Литвиненко // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Л. Українки. – Луцьк : ВЛУ, 2010. – Вип. 4. – С. 18-21.
6. Литвиненко, С. Л. Теоретичні та методологічні рекомендації формування новітніх бізнес-моделей вантажних авіаперевізників [Текст.] / С. Л. Литвиненко // Журнал «Наукові студії». – Вип. 7. – Тернопіль : ТКІ, 2010. – С. 35-39.
7. Марков, Д. А. Информационная система как фактор повышения конкурентоспособности промышленного предприятия [Текст.]: автореф. ... к. э. н.: 08.00.05 / Д. А. Марков. – Ижевск, 2009. – 25 с.
8. Чалій, С. Ф. Автоматизоване управління бізнес-процесами (моделі, методи і технології): автореф. дис... д. т. н.: 05.13.06 [Текст.] / С. Ф. Чалій. – Харків, 2007. – 32 с.
9. Curtis, G. Business Information Systems: Analysis, Design and Practice [Текст.] / G. Curtis, D. Cobham. – Edinburgh Gate : Pearson Education Limited, 2008. – 695 p.
10. Stair, R. Principles of information systems [Текст.] / R. M. Stair, G. Reynolds. – Boston : Course Technology, 2010. – 658 p.

РЕЗЮМЕ

Литвиненко Сергей

Концепция создания механизма взаимодействия интегрированной информационной системы и бизнес-процессов грузовых авиакомпаний

Статья посвящена созданию механизма взаимодействия интегрированной информационной системы и бизнес-процессов грузовых авиакомпаний, основанного на фундаментальных теоретико-методологических началах таких взаимодействий для предприятий других отраслей экономики по принципам системности и комплексности, что позволило в значительной степени повысить конкурентоспособность авиаперевозчика.

RESUME

Lytvynenko Sergiy

The concept of creation of the mechanism of interaction of integrated informative system and cargo airlines' business processes

The article is devoted to the creation of the mechanism of interaction of integrated informative system and business processes of cargo airlines, based on the fundamental theoretical and methodological basis of such interactions for companies in other economic sectors on the principles of systematic and integrating, allowing to enhance greatly the competitiveness of the air carrier.

Стаття надійшла до редакції 20.03.2011 р.

Ольга ЛУГІВСЬКА

кандидат економічних наук, доцент,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Алла МІЛЬКА

аспірант,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Олена АРТЮХ

аспірант кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ДІАГНОСТИКА ЯК ФУНКЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто функціональний підхід до системи управління суб'єктів господарювання України. Приділяється увага функціям управління в умовах сучасної економічної кризи. Визначається роль і місце діагностики як функції в процесі управління прибутковістю підприємства.

Ключові слова: діагностика, функція, управління.

Економічні та соціальні перетворення в суспільстві, зумовлені реформуванням економіки України, суттєво вплинули на діяльність підприємств України. Сьогодні для кожного суб'єкта господарювання зростає необхідність проведення аналізу результативності господарської діяльності підприємства з точки зору його перспективності й потенціалу довгострокової прибутковості. Досягнути цього можливо за умови переосмислення традиційних підходів і методів системи управління, окремих її функцій, підсистем і параметрів.

В економічній літературі значну увагу звертають на проблему управління з урахуванням функціонального підходу. Саме ці аспекти досліджували провідні вчені: М. Альберт, О. Виханський, Й. Завадський, А. Казанцев, В. Кафідов, А. Кредісов, О. Кузьмін, І. Маркіна, М. Мескон, В. Сторожук Ф. Тейлор, М. Туган-Барановський, А. Файоль, Р. Фатхудинов, Ф. Хміль та ін. Роботи багатьох вчених свідчать про невіршеність і практичну значущість подальшого розкриття функціонального підходу до механізму управління розвитком суб'єктів господарювання України.

На сьогодні є потреба в перебудові системи управління підприємствами України на основі функціонального підходу. У зв'язку з цим набуває актуальності пошук шляхів науково обґрунтованого механізму формування ефективної системи управління шляхом застосування теоретико-методологічних основ функціонального підходу. А тому теоретичні та прикладні основи у розробці методологічних засад функцій управління залишаються найбільш актуальними, суперечливими і трудомісткими, так як їх позитивне розв'язання обумовлює зміни в організації управління, раціоналізацію всієї системи управління, підвищення ефективності її життєдіяльності.

Аналізуючи економічні дослідження і публікації вчених -економістів, можемо зауважити, що не існує єдиного підходу до функцій управління та виокремлення діагностики як функції в управлінні суб'єктами

господарювання.

Вивчаючи історію становлення менеджменту, необхідно підкреслити наукову працю представника класичної школи менеджменту (школи адміністративного управління) А. Файоля, який вперше класифікував функції менеджменту. На думку вченого, кожному керівникові притаманні п'ять адміністративних функцій: передбачення та планування; організація; надання розпоряджень; координація; контроль [17, с. 12].

Ринкові умови функціонування суб'єктів господарювання дещо змінили перші функції, які визначали представники класичної школи менеджменту, але практика підтвердила важливість і раціональність вивчення функцій менеджменту з метою подальшої оптимізації процесу управління. Вивчення та визначення функцій виступають головним завданням управління, тому що вони поєднують принципи, методи і сам зміст управлінської діяльності.

Поняття «функція» (*«function»*) у перекладі з латинської мови означає «виконання». Це спосіб вияву активності системи, стійкі активні взаємини речей, при яких зміни одних об'єктів призводять до змін інших. Також поняття «функція» може означати: здатність до діяльності й саму діяльність, роль, властивість, значення, задачу, залежність однієї величини від іншої тощо [14, с. 132]; явище, яке залежить від іншого, основного явища, і є формою його прояву, здійснення та завдання, обов'язки, пов'язані з діяльністю, посадою людини [4, с. 504].

Тобто, загальні функції визначають лише вид управлінської діяльності незалежно від масштабу, місця прояву і властивостей управління будь-якою організацією. Вони як би розподіляють зміст управлінської діяльності на види робіт за ознакою порядку їх виконання у часі.

Зміст та перелік функцій управління значною мірою обумовлений функціями самого підприємства, але повний перелік в наукових дослідженнях вчених

теоретично не визначений. О. Виханський [3, с. 253] серед функцій підприємства перелічує планування, маркетинг, підприємництво, фінанси, організацію, виробництво, інновацію, інформацію, соціальний розвиток; Г. Клейнер [9, с. 156] відокремлює виробничу, реалізаційно-маркетингову, ресурсно-попитову, фінансово-інвестиційну, бюджетну, містоутворюючу, соціальну, пізнавальну, освітню, виховну, інноваційну, інституціональну, інформаційно-сигнальну, консолідуючу, стабілізуючу, антикризову функції; Й. Завадський [6, с. 52–53] - економічну (господарську), соціальну, організаційну.

До загальних функцій управління зараховують аналіз, контроль, прогнозування [1, с. 54].

На нашу думку, слід погодитися з Р. Фатхудіновим, який вважає, що такі функції управління, як аналіз та оцінка випадають з цілісного ланцюга функцій управління, тому що аналізувати й оцінювати ситуацію (проблему, задачу тощо) доводиться і при плануванні, і при організації виконання планів (або процесів), і при контролі та мотивації. Виходить, що аналіз та оцінка є загальними функціями, обов'язковими для всіх загальних функцій управління. І тому їх неправомірно ставити поряд із плануванням, організацією, контролем, мотивацією [16, с. 52].

Таким чином, визначені науковцями функції управління такі, як планування, організація, контроль, мотивація, є загальними, оскільки здійснюються в кожній виробничій системі і на кожному рівні управління. Жодна з функцій управління, якою б вона не була – загальною чи конкретною – не дає окремого уявлення про управління як цілісне явище. А тому проблема функцій системи управління, окремих органів та їх структурних частин є постійною при вдосконаленні апарату. Для пояснення й обґрунтування функцій необхідне знання життєдіяльності системи (зародження, становлення, розвиток), а також знання взаємодії системи з оточуючим середовищем.

Автори статті вважають, що наведена класифікація функцій управління в наукових працях вчених не розглядає діагностику як функцію, а отже занижує її роль як комунікації між суб'єктом і об'єктом управління. Також розподіл функцій на загальні і конкретні не є абсолютним, тому що в процесі управлінської діяльності вони тісно переплітаються між собою, постійно доповнюючи одна одну. І з часом деякі з конкретних функцій, найчастіше здійснювані в загальному процесі управління, стають регулярними у багатьох різних за своєю специфікою галузях управлінської діяльності і можуть набувати статус загальних. Однак жодна із вищенаведених функцій управління у дослідженнях вчених не вирішує тих цілей і задач, що стоять перед діагностикою.

Діагностика поки що найчастіше вживається в контексті технічної і медичної наук. Але, на відміну від них, де у наш час теорія діагностики достатньо опрацьована, в економіці, з властивою їй невизначеністю ситуацій і серйозною обмеженістю інформації, що використовується, діагностика не набула аналогічного використання. Особливо це стосується опису діагнозів і можливих причин виникнення проблем, адже економічні явища є досить різноманітними. На наш погляд, труднощі, які виникають при розробці термінологічної та методологічної баз діагностики, можна пояснити, в першу чергу, новизною використання терміну в процесі управління підприємством.

На сьогоднішній день, у вітчизняній економічній науковій практиці існує багато різноманітних підходів щодо визначення поняття «діагностика». Загальна більшість науковців у ній вбачають метод аналізу стану об'єкту для виявлення і усунення в ньому: диспропорцій, що сприяють виникненню «вузьких місць», тобто «хвороб» [8]; причин виникнення проблем, ієрархічного рівня системи (рівня виконання функції, структури чи параметрів), на якому виникла і може бути усунена проблема [5, 7, 11]; можливої помилки та вироблення шляхів удосконалення системи управління [10, с. 940]; характеру порушення нормального ходу економічних процесів на підприємстві [2]. Тобто науковці під діагностикою розуміють лише кількісне значення параметрів та виявлення відхилень різних параметрів від норми, і у їх визначеннях чітко прослідковується ототожнення діагностики з аналізом, що, на наш погляд, є помилкою. Але, якщо розглядати терміни «аналіз» та «діагностика» з точки зору етимологічного підходу, можливо визначити, що термін «аналіз» означає розподіл цілого на складові частини і застосовується в більш широкому розумінні та частково ототожнюється зі значенням слів «дослідження», «вивчення», «шлях наукового пізнання». Поняття «аналіз» як філософська категорія ширше ніж поняття «діагностика».

Враховуючи те, що діагностика, спираючись на аналіз, покликана виявити проблеми в діяльності господарюючого суб'єкта та встановити «діагноз» сучасного фінансового стану і насамперед його прибутковості чи збитковості, можна сказати, що завдяки впровадженню її в управлінський процес з'являється можливість суттєво підвищити якість системи управління підприємством. Це є актуальним і для процесу планування, організації, контролю та мотивації.

Автори статті підтримують думку російської вченої О. Дмитрієвої, яка вважає, що «діагностика близька до економічного аналізу, однак це не одне й те саме поняття. Вони розрізняються за цілями, завданнями та інструментарієм, що використовуються. Аналіз визначає кількісне значення параметрів, виявляє відхилення різних параметрів від норми. Діагностика (постановка діагнозу) – це «агрегований синтетичний висновок про стан об'єкта, який досліджується на основі різної аналітичної інформації, її синтезу та зіставленням» [15]. Отже, основна відмінність діагностики від аналізу полягає в її цільовій спрямованості на виявлення відхилень від норми, встановленні патології. При цьому сукупність операцій, яка локалізує причину відхилення об'єкта від нормального функціонування, називають функціональною діагностикою, а ту, що визначає відхилення параметрів об'єкта від заданої норми – параметричною (нормативною) діагностикою [7, с.11]. А. Вартанов підкреслює основні суттєві відмінності діагностики від традиційного аналізу, які не враховуються багатьма авторами в наукових дослідженнях. «На відміну від економічного аналізу, який спрямований на вивчення динаміки економічних показників, діагностика дозволяє ще й виявляти структуру зв'язків між цими показниками, щільність та динаміку цих зв'язків» [2, с. 9]; для встановлення діагнозу необхідно використовувати опосередковану інформацію, яку отримують на підставі прогнозованих даних, а також даних обліку, аналізу та аудиту [12, с. 91].

Отже, на наш погляд діагностика не визначає

способи досягнення і регулювання об'єктів, не пропонує ситуаційні сценарії розв'язання виявлених проблем, а вирішує основну проблему, яка полягає у встановленні необхідного й достатнього якісного та кількісного поля порівнянь з нормативними показниками об'єкта дослідження, враховуючи тенденції розвитку господарюючого суб'єкта галузі з метою подальшого порівняння поточного стану параметрів об'єкта дослідження з визнаними в даний момент оптимальними або домінуючими показниками (стандартами). Результатом діагностики є надання інформації, на основі якої виконується оцінка ситуації, приймаються відповідні управлінські рішення стосовно нормалізації діяльності об'єкта. З цієї точки зору введення терміну «діагностика» в сферу економічних знань не передбачає визначення нового виду аналізу, а,

спираючись на кількісні показники аналізу господарської діяльності, дозволяє інтерпретувати ці результати з метою вивчення поточного фінансово-господарського стану підприємства та вироблення коригуючих рішень або перегляду цілей і прогнозів подальшого якісного його функціонування та розвитку в умовах ринкової економіки. А тому вважаємо, що з економічної точки зору діагностика більш широке поняття, ніж аналіз. Аналіз виступає лише складовою частиною діагностики.

Взаємозв'язок функції діагностики як аналітичного напрямку управління прибутковістю підприємства з іншими функціями управління: плануванням, контролем, організацією та мотивацією можна надати у вигляді схеми (рис. 1).

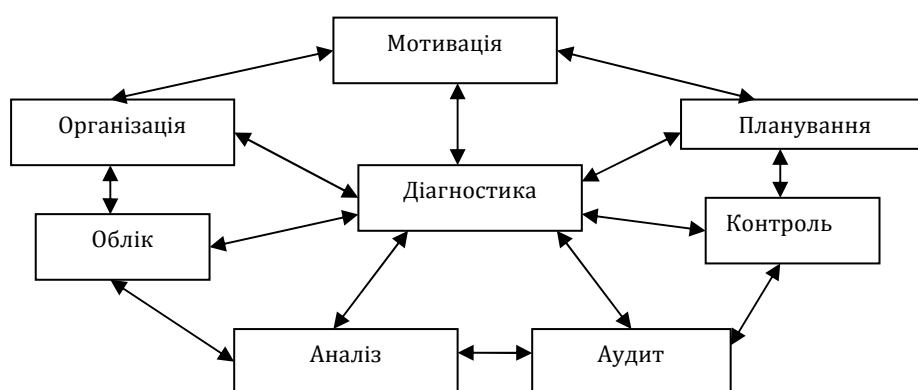


Рис. 1. Взаємозв'язок функції діагностики з іншими функціями управління [13, с. 236]

Вважаємо, що поряд з традиційними функціями діагностику слід обов'язково розглядати у взаємозв'язку із функціями обліку та аудиту, оскільки бухгалтерський облік – це інструмент збору, обробки та передачі інформації про діяльність господарюючого суб'єкта та основна інформаційна система ефективного управління ним, а аудит підтверджує достовірність фінансової звітності та відповідно наданих показників. А тому діагностика – це оцінка та достовірність наданих даних фінансового обліку і звітності, база для висування гіпотез про закономірності і можливості змін у фінансово-економічному або організаційному стані суб'єкта господарювання.

Враховуючи умови реформування економіки України та зміну характеру економічних відносин як у внутрішньому, так і зовнішньому середовищі функціонування суб'єктів господарювання, ми розглядаємо діагностику як функцію у процесі управління прибутковістю за таких умов:

- виступає самостійною системою, що інтегрує аналітичну, контрольну, прогностичну, управлінські функції на рівні суб'єктів господарювання;
- дозволяє суб'єктам господарювання регулювати внутрішні темпи зростання для досягнення запланованої економічної та управлінської ситуації залежно від поставлених цілей (цільової суми прибутку);
- здійснює контрольну функцію як спосіб нагляду за процесом виконання управлінських рішень і виявлення ступеня відхилень від поставлених цілей;
- передбачає оперативне втручання в економічну ситуацію у разі виникнення відхилень від поставлених завдань;

- як інструмент ефективного управління визначає кінцевий фінансовий результат (прибуток чи збиток) та стратегію розвитку підприємства на майбутнє;
- виступає інформацією, яка забезпечує взаємозв'язок підприємства з ринками, споживачами, конкурентами, зі всіма елементами зовнішнього середовища та безпосереднього оточення;
- є засобом дослідження «проблем», «вузьких місць» у всіх структурах і на всіх рівнях управління;
- дозволяє виявити причинно-наслідкові зв'язки в функціях менеджменту і на цій основі переходити до побудови пояснювальної і прогнозованої моделі формування ефективного механізму управління прибутком;
- коригує стратегічні і тактичні цілі підприємства, дозволяє оцінити їх виконання, а за необхідності – докорінно змінити обрані орієнтири на основі змін зовнішнього середовища та під впливом факторів у середині підприємства;
- надає можливість не тільки відстежувати стан суб'єкта ринку на кожному інтервалі часу, але й ідентифікувати його стан, щоб надалі здійснювати ефективне управління ним;
- уможливує економічну безпеку підприємства.

Таким чином, у процесі управління прибутковістю підприємства з точки зору функціонального підходу слід виділити діагностику як пріоритетну функцію управління. Саме діагностика у взаємозв'язку з функціями обліку та аудиту дозволить суб'єктам господарювання своєчасно контролювати та мінімізувати витрати з метою максимізації доходів та, як наслідок, отримати позитивний фінансовий

результат діяльності.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку є розробка системи показників – індикаторів та удосконалення методів діагностики, що характеризують систему управління прибутковістю підприємства.

Список літератури

1. Архипова Н. И. *Организационное управление* [Текст] / Н. И. Архипова, В. В. Кульба, С. А. Косяченко. – М. : ПРИОР, 1998. – 448 с.
2. Вартанов А. С. *Экономическая диагностика деятельности предприятия : организация и методология* [Текст] / А. С. Вартанов. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 80 с.
3. Виханский О. С. *Менеджмент* [Текст] / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Гардарики, 2000. – 528 с.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст]. – К. : Ірпінь; Перун, 2002. – 1440 с.
5. Герасимчук В. Г. *Розвиток підприємства : діагностика, стратегія, ефективність* [Текст] / В. Г. Герасимчук. – К. : Вища школа, 1995. – 289 с.
6. Завадський Й. С. *Менеджмент: Management: у 3 т.* [Текст] / Й. С. Завадський. – К. : Видавництво Європейського університету, 2001. – Т. 1. – 2001. – 542 с.
7. Загорна Т. О. *Економічна діагностика* [Текст] / Т. О. Загорна. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 400 с.
8. Кизим Н. А. *Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства* [Текст] / Н. А. Кизим, В. А. Забродський, В. А. Зінченко, Ю. С. Кончак. – Харків : ИНЖЕК, 2003. – 144 с.
9. Клейнер Г. П. *Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность* [Текст] / Г. П. Клейнер. – К. : Экономика, 1997. – 287 с.
10. Колос Б. *Управління державою III тисячоліття, або Стратегія і тактика побудови Української національної держави* [Текст] / Б. Колос. – Львів : Ініціатива, 2004. – 976 с.
11. Лафта Дж. К. *Управленческие решения* [Текст] / Дж. К. Лафта. – М. : ООО фирма «Благовест – В», 2004. – 304 с.
12. Миколайчук Н. С. *Методичні підходи до діагностики стану економічного розвитку підприємства легкої промисловості* [Текст] / Н. С. Миколайчук, А. Є. Глинська // Вісник економічної науки України. - № 1. - 2007. - С. 90 - 94.
13. Радомська Т. А. *Роль діагностики в процесі управління підприємством* [Текст] / Т. А. Радомська // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. - № 2 (16). - 2009. - С. 233 - 236.
14. Сурмин Ю. П. *Теория систем и системный анализ* [Текст] / Ю. П. Сурмин. – К. : МАУП, 2003. – 368 с.
15. Шумилова Ю. А. *Теоретические аспекты диагностики экономического состояния предприятия* [Електронний ресурс] / Ю. А. Шумилова // Проблемы и перспективы управления экономикой и маркетингом в организации. – 2003. – № 3. – Режим доступа : www.perspectives.utmn.ru.
16. Фатхутдинов Р. А. *Система менеджмента* [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1996. – 368 с.
17. Fayol H. *Industrial and general administration*. – London: Sir I. Pitman & Sons, ltd, 1930. – 84 p.

РЕЗЮМЕ

Луговская Ольга, Милька Алла, Артюх Елена
Диагностика как функция управления прибыльной деятельности предприятия

Рассмотрен функциональный подход к системе управления субъектов хозяйствования Украины. Уделяется внимание функциям управления в условиях современного экономического кризиса. Определяется роль и место диагностики как функции в процессе управления прибыльностью предприятия.

RESUME

Lugiv's'ka Olga, Mil'ka Alla, Artyukh Olena
Diagnosis as function of enterprises profitability

A functional approach to the management entities of Ukraine is considered. Attention to the management function in the current economic crisis is paid. The role and place of diagnosis as a function in the management of enterprise profitability are determined.

Стаття надійшла до редакції 12.03.2011 р.

ВСТАНОВЛЕННЯ ВНУТРІШНІХ ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПОТУЖНОСТІ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Розглянуто взаємозв'язок рівня використання виробничої потужності та основних показників виробничо-господарської діяльності підприємства. Доведена необхідність прогнозування величини виробничої потужності.

Ключові слова: виробнича потужність, рівень завантаження, кореляційно-регресійний аналіз, регресійна модель, машинобудування, результати діяльності, прибуток, прогноз.

Розвиток машинобудівного комплексу потребує вирішення таких основних задач: максимальне використання існуючих резервів виробничої потужності та науково-технічного потенціалу, проведення організаційної реструктуризації з метою випуску конкурентоспроможної продукції, збільшення експорту продукції, зміцнення позицій вітчизняних товаровиробників на внутрішньому й зовнішньому ринках. На наш погляд, завантаження виробничої потужності на підприємствах можливе при встановленні й регулюванні внутрішніх джерел формування й підтримки її цілісності. Тільки розкривши причинно-наслідкові зв'язки, можна дуже швидко прорахувати, якими будуть основні результати виробничо-господарської діяльності під впливом того або іншого фактора, розрахувати, як зміниться сума прибутку, обсяг продажу, запас фінансової стабільності, собівартості одиниці продукції при зміні будь-якої ситуації.

Дослідженню актуальних проблем функціонування виробничої потужності, методам її визначення, ефективності використання присвячено роботи Гавришка А.С., Єгупова Ю.А., Кваші Я.Б., Красовського В.І., Москаленко В.П., Осипова В.І., Палтеровича Д.М., Петровича Й.М., Скударя Г.М., Швець І.Б. [4, с. 19], Шкитинової М.Й. та інших. Між тим, задачі прогнозування величини виробничої потужності підприємства та визначення зміни рівня її використання під впливом деяких показників залишаються відкритими для дослідження.

Метою статті є обґрунтування необхідності прогнозування величини виробничої потужності для машинобудівних підприємств та встановлення внутрішніх закономірностей її формування і використання на прикладі ПАТ "Завод "Екватор".

Відповідно до поставленої мети в статті визначені такі завдання:

- побудувати модель прогнозування рівня використання виробничої потужності на основі встановлених внутрішніх зв'язків з конкретними факторами виробництва;
- побудувати рівняння регресії за заданими майбутніми значеннями екзогенних змінних X_1, X_2, X_3 шляхом підставлення їх в економічну модель.

Досвід роботи вітчизняних машинобудівних підприємств показує, що лише ті із них досягають

вагомих результатів у використанні наявних виробничих потужностей та резервів, котрі постійно розробляють і застосовують у своїй практичній діяльності комплекс заходів організаційно-економічного спрямування для управління цим важливим процесом. На нашу думку, таку можливість дає системний підхід до аналізу діяльності підприємства із застосуванням методу кореляційно-регресійного аналізу (КРА), який є найбільш придатним та ефективним з точки зору розв'язання задач економетричного моделювання. Він дозволяє вимірювати тісноту залежності між досліджуваними ознаками, визначати абсолютний та відносний вплив екзогенних змінних на ендогенні, виявляти резерви росту (зниження) показників, що розглядаються, оцінювати величину цих резервів, здійснювати прогнозування економічних процесів.

Відзначимо, що взаємозв'язок у зміні системи показників використання основних фондів та виробничої потужності дозволяє зробити висновок про єдину основу цих змін. У кожному конкретному випадку вибір одиниці сукупності повинен відповідати меті та задачі дослідження, можливостям отримання достовірної статистичної інформації. Об'єктивну оцінку перспектив розвитку машинобудівних підприємств можна забезпечити, використавши економетричну модель прогнозу динаміки використання виробничої потужності кожного з них. Для аналізу оберемо одне зі стабільних машинобудівних підприємств Миколаївської області – ПАТ „Завод „Екватор”. За динаміку його розвитку, як ряд оберемо кварталні дані 2006–2009 рр. з тим, щоб збільшити довжину ряду спостережень.

Економетричний аналіз починається з побудови моделей прогнозування використання виробничої потужності з урахуванням фактора часу на прикладі декількох регресійних моделей, з яких обираються найбільш вірогідні.

Для аналізу тенденції розвитку досліджуваної ознаки та прогнозування використаємо рівняння тренда $y = f(t) + \varepsilon_t$, де $f(t)$ і ε_t – відповідно, детермінована не випадкова і стохастична випадкова компоненти процесу. Невідомі параметри рівняння розраховуються, використовуючи метод найменших квадратів, шляхом мінімізації відхилень фактичних даних від теоретичних:

$$F(a_0, \dots, a_p) = \sum_{i=1}^n (y_i - Y_i)^2 \rightarrow \min, \quad (1)$$

де p - кількість невідомих параметрів у рівнянні; n - кількість членів ряду (в нашому випадку - кількість кварталів, що розглядаються); y_i - фактичні значення виробничої потужності (ВП); Y_i - теоретичні значення прогнозу величини ВП, обчислені за допомогою рівняння тренду [5, с. 119].

Детальний прогноз можна скласти для підприємства на основі впливу на виробничу потужність певних факторів виробництва. Для визначення зміни рівня використання виробничої потужності під впливом деяких показників та для її прогнозування побудуємо множину лінійну регресійну модель.

Як вже зазначалося, рівень використання виробничої потужності є важливим вимірювачем ефективності функціонування економічного суб'єкта, тобто цільовою змінною. На цей показник впливає багато чинників. Виробнича потужність тісно пов'язана з виготовленою та реалізованою продукцією, адже чим більше ми зможемо збути продукції, тим повніше будемо використовувати наявну виробничу потужність. Визначальною також є кількість наявного обладнання

та ефективного річного фонду часу роботи устаткування. Підприємство має великі невикористані резерви, тому одним з основних техніко-економічних показників є кількість відпрацьованих за рік обладнанням станко-годин. Ці фактори впливають на рівень використання виробничої потужності прямо пропорційно. Але, на нашу думку, важливими є і показники, які зменшують даний, зокрема це умовно-постійна частина непрямих витрат собівартості продукції. Тобто, збільшення собівартості повільно призводить до зменшення рівня використання виробничої потужності. Отже, для побудови моделі оберемо в якості ендогенної змінної рівень використання виробничої потужності (y), а в якості екзогенних змінних - обсяг випущеної продукції (x_1), собівартість випущеної продукції (x_2) та відпрацьовані за рік всім обладнанням станко-години (x_3). Вихідна інформація за цими даними наведена в табл. 1.

Загальний вигляд лінійної моделі:

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + U, \quad (2)$$

де y - рівень використання виробничої потужності, x_i - обрані фактори; β_i - параметри: $i = 0, 1, 2, 3$; U - стохастична змінна.

Таблиця 1. Статистична вибірка для проведення кореляційно-регресійного аналізу за даними ПАТ „Завод „Екватор” в абсолютному та відносному виразі за 2006-2009 рр.

Роки	№ спостереження	Квартали	Виробнича потужність, тис. грн.	у	Вільний член	x_1	x_2	x_3
				Рівень використання ВП, %		Обсяг випущеної продукції, тис. грн.	Собівартість випущеної продукції, тис. грн.	Відпрацьовано за рік всім обладнанням, ст.-год.
2006	1	1	23 057,47	18,95	1	6 121,85	4 291,45	130235,80
	2	2	19 437,40	20,19	1	6 783,65	5 737,45	237222,00
	3	3	24 893,53	23,06	1	7 893,24	6 157,98	215034,50
	4	4	28 886,93	24,24	1	9 683,26	8 418,10	163052,50
2007	5	1	26 579,81	23,91	1	9 190,45	8 024,74	195054,20
	6	2	23 291,10	22,73	1	7 135,52	5 403,00	184843,00
	7	3	25 244,87	21,88	1	7 720,00	6 627,20	204036,50
	8	4	26 370,82	25,38	1	9 489,20	7 011,79	163012,50
2008	9	1	25 954,44	25,21	1	10088,29	9 159,81	195054,20
	10	2	22 063,43	23,13	1	10074,21	10 365,56	184843,00
	11	3	24 771,65	23,17	1	8 497,25	7 392,61	204036,50
	12	4	22 594,92	23,19	1	8 909,40	8 195,18	163012,50
2009	13	1	15 091,40	18,38	1	6 033,10	5 645,49	165057,00
	14	2	17 260,60	22,31	1	7 434,10	5 724,26	186543,00
	15	3	19 964,50	25,26	1	9 975,02	8 450,77	184012,50
	16	4	21 743,50	29,56	1	11590,78	8 924,90	214136,50

Використовуючи метод найменших квадратів для оцінки невідомих параметрів регресійної залежності лінійне рівняння відносно коефіцієнтів буде мати вигляд:

$$\hat{y} = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + \dots + a_mx_m \quad (3)$$

Однак перед тим, як побудувати цю модель, спочатку перевіряємо, наскільки вказана сукупність спостережень однорідна. Із цією метою розраховуємо середнє значення u -критерію, його стандартне відхилення та коефіцієнт варіації:

Тобто, коефіцієнт варіації ендогенної змінної дорівнює 23 % та знаходиться в межах 33,3 %, тому статистичну сукупність спостережень, що досліджується можна вважати кількісно однорідною відносно ознак, що розглядаються. Треба також зазначити, що обсяг статистичної сукупності $N = 16$ достатній для проведення економетричного моделювання на базі КРА. Далі робимо множинний аналіз, виконавши команду редактора Excel „Регресія”. Результати множинного КРА наведені в табл. 2.

Вихідні параметри трифакторного рівняння регресії знаходяться в стовпчику „Коефіцієнти”, отже, можна

Таблиця 2. Результати множинного КРА рівня використання виробничої потужності ПАТ „Завод „Екватор” за 2006-2009 рр.

Регресійна статистика								
Множинний R	0,98664238							
R-квадрат	0,97346319							
Нормований R-квадрат	0,96682899							
Стандартна помилка	0,48925515							
Спостереження	16							
Дисперсійний аналіз								
	Df	SS	MS	F	Значимість F			
Регресія	3	105,371447	35,123816	146,7340376	1,0124E-09			
Залишок	12	2,87244727	0,2393707					
Всього	15	108,243894						
	Коефіцієнти	Стандарт-на помилка	t-статистика	P-Значення	Нижні 95 %	Верхні 95%	Нижні 95,0%	Верхні 95,0%
Y-перетин	7,074912	1,0627338	6,6572757	2,33566E-05	4,759414	9,390409	4,759414	9,39041
Змінна X1	0,002648	0,000181	14,667951	5,01888E-09	0,002255	0,003041	0,002255	0,003041
Змінна X2	-0,00121	0,0001734	-6,978009	1,4793E-05	-0,001587	-0,000832	-0,001587	-0,00083
Змінна X3	1,182E-05	4,9196E-06	2,4019494	0,0233997	1,098E-06	05	1,098E-06	2,253E-05
Залишки								
Спостереження	Передбачене Y	Залишки						
1	19,63354549	-0,68403527						
2	20,90097863	-0,71159055						
3	23,06836653	-0,01176339						
4	24,46024863	-0,21575008						
5	24,00921802	-0,09875544						
6	21,61842729	1,11269911						
7	21,91207291	-0,03699580						
8	25,64705633	-0,26271714						
9	25,0136951	0,19665493						
10	23,39720398	-0,26614612						
11	23,04438872	0,12593725						
12	22,68021349	0,50805265						
13	18,17203605	0,20522563						
14	22,04055192	0,26568627						
15	25,44099203	-0,18379516						
16	29,50201014	0,05729313						

записати

$$\hat{y} = 7,074912 + 0,002648 x_1 - 0,00121 x_2 + 0,00001182 x_3 \quad (4)$$

Для подальшого практичного використання отриманого рівняння необхідно вяснити, наскільки правильно, точно, надійно та адекватно описує процес, що вивчається, побудована в ході КРА економічна модель. На стадії модельної специфікації припускалося, що між ендогенною змінною y (рівень використання виробничої потужності) та екзогенними змінними – x_1 (обсяг випущеної продукції) і x_3 (відпрацьовані за рік всім обладнанням, станко-години) існує прямий зв'язок, а зі змінною x_2 (собівартість випущеної продукції) – зворотний.

У цій моделі $a_1 = 0,002648 > 0$, $a_2 = -0,00121 < 0$, $a_3 = 0,00001182 > 0$, тобто знаки коефіцієнтів регресії повністю відповідають економічним уявленням про напрямок впливу розміру обсягу випущеної продукції, її собівартості та відпрацьованих станко-годин на рівень використання виробничої потужності (додатні значення a_1 та a_3 свідчать про прямий зв'язок між змінними, які розглядаються, а від'ємне значення a_2 – про зворотний зв'язок).

Коефіцієнт $a_0 = 7,074912$ економічного змісту не має, оскільки в нормальних умовах функціонування об'єкта, який досліджується, в область визначення фактора x не входить нульове чи близьке до нуля значення і коефіцієнт регресії a_0 економічній інтерпретації не підлягає. Коефіцієнти регресії a_1 , a_2 та a_3 інтерпретуються так: з ростом обсягу випущеної продукції, зменшенням її собівартості на 1 тис. грн. рівень використання виробничої потужності збільшився в середньому відповідно на 2,65 % і на 1,21 %; зі збільшенням відпрацьованих станко-годин на 1 тис. ст.-год – збільшився на 0,02 %.

Далі зробимо оцінку тісноти кореляційних зв'язків між змінними. У даному прикладі для рівняння (3) множинний $R = 0,98664$, отже можна говорити про тісний кореляційний зв'язок, який характеризує залежність змінних регресійної моделі.

Оцінка точності запропонованої моделі робиться за допомогою наступних показників: стандартна помилка ($S_y = 0,489255$), менше значення якої для одних і тих же вихідних статистичних даних відповідає більш точній моделі. Однак треба пам'ятати, що S_y залежить від одиниці виміру ендогенної змінної y . Для того, щоб отримати безрозмірний відносний показник точності регресійної моделі, використовується коефіцієнт

Таблиця 3. Залишки моделі $\hat{y} = 7,074912 + 0,002648 x_1 - 0,00121 x_2 + 0,00001182 x_3$

Спостереження	Залишки	e_i/S_y
1	-0,684035	-1,3981156
2	-0,711591	-1,4544365
3	-0,011763	-0,0240435
4	-0,215750	-0,4409766
5	-0,098755	-0,2018485
6	1,112699	1,9742716
7	-0,036996	-0,0756166
8	-0,262717	-0,5369737
9	0,196655	0,4019476
10	-0,266146	-0,5439823
11	0,125937	0,2574061
12	0,508053	1,0384206
13	0,205226	0,4194654
14	0,265686	0,5430423
15	-0,183795	-0,3756632
16	0,057293	0,1171028

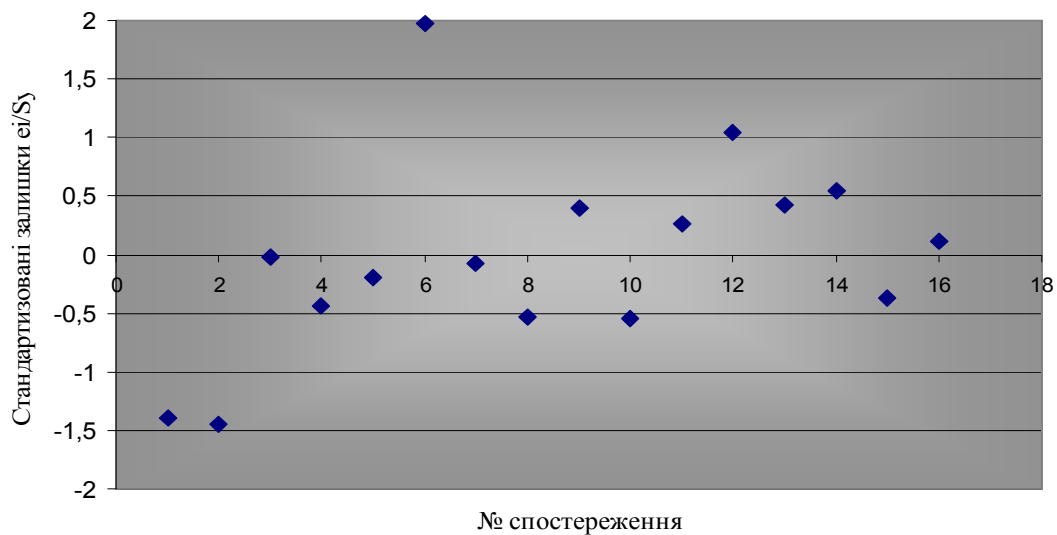


Рис. 1. Загальний графік стандартизованих залишків

Таблиця 4. Вихідні дані для розрахунку γ (1)

Спостереження	Залишки $(e_i), Y$	Залишки $(e_{i+1}), X$
1	-0,684035	-0,711591
2	-0,711591	-0,011763
3	-0,011763	-0,215750
4	-0,215750	-0,098755
5	-0,098755	1,112699
6	1,112699	-0,036996
7	-0,036996	-0,262717
8	-0,262717	0,196655
9	0,196655	-0,266146
10	-0,266146	0,125937
11	0,125937	0,508053
12	0,508053	0,205226
13	0,205226	0,265686
14	0,265686	-0,183795
15	-0,183795	0,057293

Таблиця 5. Результати КРА залишків рівня використання виробничої потужності

Регресійна статистика							
Множин-	0,1556447						
R-квадрат	0,0242253						
Нормованний R-квадрат	-0,050834						
Стандартна помилка	0,4640495						
Спостереження	15						
Дисперсійний аналіз							
	Df	SS	MS	F	Значимість F		
Регресія	1	0,069501	0,069501	0,3227471	0,57964219		
Залишок	13	2,799445	0,215342				
Всього	14	2,868946					
	Коефіцієнти	Стандартна помилка	t-статистика	P-Значення	Верхні 95%	Нижні 95%	Верхні 95%
Y-перетин	-0,011623	0,120602	-0,09638	0,92469097	-0,2721678	0,248922	-0,2722
Змінна X ₁	0,171126	0,30122	0,568109	0,5796422	-0,4796202	0,821872	-0,4796

детермінації R^2 , який змінюється в межах від 0 до + 1. У нашому випадку коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,973463$, який вказує на те, що 97 % варіації рівня використання виробничої потужності визначається зміною величин обсягу випущеної продукції, її собівартості та відпрацьованих станко-годин.

Перевіряємо надійність (статистичну значимість) рівняння в цілому, тобто множинних кореляційних зв'язків між ендогенною та екзогенними змінними, за F -критерієм. Значимість $F = 1,0124E-09 < 0,01 = \alpha$ (рівень значимості), виходячи з цього, розрахункова значимість F потрапляє в критичну область і нульова гіпотеза $H_0: R = 0$ відхиляється. Тому з достовірністю $(1-\alpha)*100 = (1-0,01)*100 = 99\%$ можна стверджувати, що справедлива альтернатива $H_A: R > 0$. Інакше кажучи, з достовірністю 99 % можна гарантувати статистичну надійність моделі в цілому.

Перевіримо тепер надійність її окремих коефіцієнтів регресії, звертаючи увагу на величини a_1, a_2, a_3 , оскільки в економічних дослідженнях вільний член a_0 взагалі змістового сенсу не має. Виходячи з табл. 2: для коефіцієнта a_1 t_1 -статистика = 14,668, p_1 -значимість = 5,01888E-09; для a_2 t_2 -статистика = -6,978, p_2 -значимість = 1,4793E-05; для a_3 t_3 -статистика = 2,4019, p_3 -значимість = 0,0234. Використовуючи сучасний підхід до процедури перевірки статистичних гіпотез, отримуємо: p_1 -значимість = 5,01888E-09 < 0,025 = $\alpha/2$ (рівень значимості), p_2 -значимість = 1,4793E-05 < 0,025 = $\alpha/2$, p_3 -значимість = 0,0234 < 0,025 = $\alpha/2$. Виходячи з цього, розрахункова p -значимість за трьома коефіцієнтами регресії попадає в критичну область і нульова гіпотеза $H_0: b_j = 0$ відхиляється. Тому з достовірністю $(1-\alpha/2)*100 = (1 - 0,025)*100 = 97,5\%$ можна стверджувати, що справедлива альтернатива $H_A: b_j > 0$. Таким чином, з достовірністю 97,5 % можна гарантувати статистичну надійність коефіцієнтів регресії a_1, a_2, a_3 моделі.

Аналогічно перевіряємо надійність рівняння за допомогою t -критерію Ст'юдента та можемо стверджувати з вірогідністю 97,5 % про статистичну надійність коефіцієнтів регресії. Також, виходячи з табл. 2, побудувавши довірчі інтервали b_j і зазначивши, що точка 0 не входить ні в один з отриманих інтервалів,

можемо стверджувати з достовірністю 95 %, що коефіцієнти рівняння регресії, які знайдені, є статистично надійними, значущими та суттєвими.

Закінчуємо аналіз рівняння регресії оцінкою адекватності побудованого економічного рівняння, яку здійснимо на основі дослідження залишків моделі. Найбільш простим способом є графічний метод, який носить візуальний характер і дозволяє знайти порушення передбачень модельної специфікації відносно можливих заходів випадкової компоненти ε . Розрахуємо стандартизовані залишки моделі за даними табл. 2 ($S_Y = 0,489255$) і продемонструємо їх у вигляді табл. 3. Також здійснюємо графічне зображення стандартизованих залишків побудованої моделі, використавши редактор Excel (рис. 1).

Розглядаючи границі розташування залишків, легко побачити, що всі вони розташовані в межах від -2 до +2, тому припущення $\varepsilon_i/\delta \sim N(0,1)$ не порушене.

Далі перевіряємо адекватність рівняння регресії, використовуючи інформацію про залишки, яка наведена в табл. 3, та загальну схему процедури перевірки статистичних гіпотез. Для розрахунку коефіцієнта автокореляції залишків першого порядку $r(1)$ і перевірки його статистичної значущості повторюється процедура КРА, у якій в ролі результативної ознаки Y виступає вихідний ряд залишків, без останнього, а в ролі фактора X – ряд залишків, без першого спостереження (табл. 4). Результати проведеного КРА наведемо в табл. 5.

У табл. 5 результатів КРА увагу звертаємо лише на три статистичні параметри: Множинний R , знак коефіцієнту a_1 при змінній x_1 та значимість- F (P -значення для змінної x_1). Перший показник і є абсолютною величиною коефіцієнта автокореляції залишків першого порядку $R = |r_{ei+1}| = |r(1)| = 0,1556$, а другий визначає його знак. У даній задачі $a_1 = 0,171126 > 0$, значить, якщо автокореляція залишків першого порядку існує, то вона позитивна. Отримані результати показують, що величина $r(1) = 0,1556$ свідчить про наявність позитивного та незначного за щільністю зв'язку між залишками моделі [3, с. 114].

Останнім перевіряється статистична надійність за

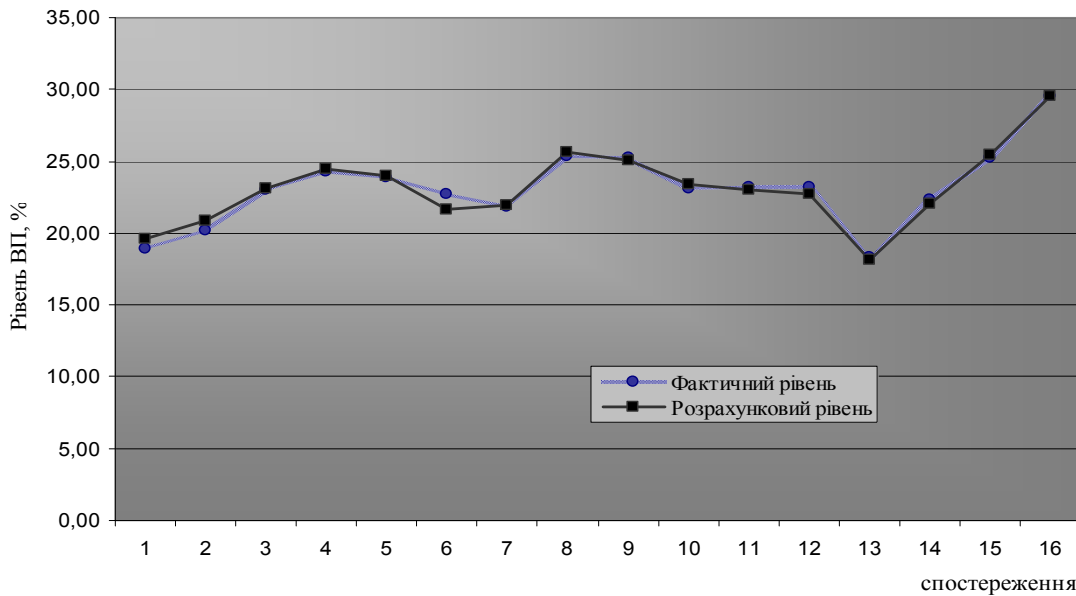


Рис. 2. Динаміка розрахункового та фактичного рівня використання виробничої потужності ПАТ „Завод „Екватор” відповідно до запропонованої економічної моделі

$$\hat{y} = 7,074912 + 0,002648 x_1 - 0,00121 x_2 + 0,00001182 x_3$$

такими параметрами: значимість- F та P -значення для змінної x_1 , які збігаються - $F = P$ -значимість = 0,57964. Згідно із загальною схемою процедури перевірки статистичних гіпотез рівень p -значності коефіцієнта автокореляції залишків першого порядку не потрапляє в критичну область і $p \geq \alpha$ (0,1556 > 0,1), а отже настала подія, яка є допустимою, і нульова гіпотеза H_0 не відхиляється. Також для перевірки моделі на адекватність як інструмент аналізу візьмемо критерій Дарбіна-Уотсона (d), який при проведенні відповідних розрахунків дорівнює 2,3. Між ним та коефіцієнтом автокореляції залишків першого порядку існує взаємозв'язок: $d \approx 2[1 - r(1)] \approx 2,3$. Значення d в області +2 вказує на відсутність автокореляції залишків і адекватність економічної моделі, що тестується.

Отже, виходячи з проведеного аналізу рівняння, можемо стверджувати, що запропонована модель адекватно описує досліджуваний економічний об'єкт. Графічний вигляд цієї моделі наведений на рис. 2. Після цього можливе її практичне застосування за наступними напрямками:

1. Характеристика середнього абсолютного впливу екзогенних змінних X_j на ендогенну зміну Y за допомогою коефіцієнтів регресії a_1, a_2, a_3 .

2. Характеристика середнього відносного впливу екзогенних змінних X_j на ендогенну зміну Y за допомогою коефіцієнтів еластичності E_1, E_2, E_3 . Для лінійної моделі коефіцієнт еластичності має вигляд

$$E_j = \frac{a_j X_j}{\bar{Y}} \quad (5)$$

Вказаний коефіцієнт показує, на скільки відсотків у середньому змінюється Y зі зміною X_j на один відсоток (або в 1,01 рази). Коефіцієнт E_1 показує, що із зростанням обсягу випущеної продукції на 1 відсоток рівень використання виробничої потужності

збільшується в середньому на 0,98 %. Збільшення кількості відпрацьованих станко-годин на 1 % призводить до росту рівня використання виробничої потужності на 0,1 %. У той же час зниження собівартості продукції в 1,01 рази приводить до підвищення аналізованого показника на 0,38 %. Таким чином, найбільший вплив чинить величина обсягу випущеної продукції.

3. Знаходження точкового та інтервального прогнозів на основі побудованого рівняння регресії за заданими майбутніми значеннями екзогенних змінних X_1, X_2, X_3 шляхом підставлення їх в економічну модель.

У цілому результати аналізу показують, що виробнича потужність великою мірою визначає кінцеві результати діяльності підприємств. Висока тіснота зв'язку виробничої потужності з аналізованими чинниками свідчить про те, що переорієнтація на фондобережливу форму інтенсифікації виробництва є найважливішим резервом підвищення ефективності роботи підприємств.

Виконаний аналіз дозволив визначити наступні шляхи підвищення ефективності роботи підприємств машинобудування:

1. Підвищення завантаження основних виробничих фондів за рахунок збільшення часу їх роботи, тому що саме вони забезпечують основні економічні результати.

2. Створення механізму зв'язування показників товарної продукції й виробничої потужності.

У цілому, на нашу думку, існує нагальна потреба формування цілісної системи використання виробничої потужності на машинобудівних підприємствах. У зв'язку із цим для створення погодженої системи відтворення основних фондів і використання виробничої потужності виникає необхідність статистичної оцінки спряженості виробничої потужності й виявлення резервів підвищення змінності роботи устаткування та зниження собівартості продукції.

Отже, тільки встановивши причинно-наслідкові зв'язки різних сфер діяльності підприємства та визначивши внутрішні закономірності формування та використання виробничої потужності, можна дуже швидко прорахувати динаміку основних результатів за рахунок того або іншого фактора: як зміниться сума прибутку, обсяг продажів, собівартості одиниці продукції при зміні виробничої ситуації. Машинобудівні підприємства сьогодні змушені своєчасно реагувати на швидкі зміни кон'юнктури ринку, перебуваючи в режимі постійної диверсифікації як основної стратегії діяльності підприємства.

Список літератури

1. Оцінка стану платіжного балансу України 28 січня 2010 року [Текст] (наведено на сайті <http://www.bank.gov.ua/Publication/econom/Balans/>).
2. Ревуцький, Л. Д. Производственная мощность, продуктивность и экономическая активность предприятия. Оценка, управленческий учет и контроль [Текст] / Л. Д. Ревуцький. – М.: Перспектива. 2002. – 240 с.
3. Цыбатов, В. А. Модели производственного потенциала для долгосрочного прогнозирования регионального развития [Текст] / В. А. Цыбатов // Сб. докладов «Методология регионального прогнозирования». – М.: СОПС, 2002. – С. 114–127.
4. Швеи, И. Б. Механизм управления предприятиями: производственные мощности [Текст] / И. Б. Швеи. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1998. – 52 с.
5. Янковой, А. Г. Основы эконометрического моделирования [Текст] / А. Г. Янковой. – О.: ОГЭУ, 2006. – 133 с.

РЕЗЮМЕ

Майстренко Ольга

Определение внутренних закономерностей формирования и использования производственной мощности на машиностроительных предприятиях

Рассмотрена взаимосвязь уровня использования производственной мощности и основных показателей производственно-хозяйственной деятельности предприятия, ведь загрузка производственной мощности на предприятиях возможна при установлении и регулировании внутренних источников формирования и поддержки ее целостности. Также доказана необходимость прогнозирования величины производственной мощности и построено уравнение регрессии с заданными значениями экзогенных переменных X_1 , X_2 , X_3 путем подставления их в экономическую модель.

RESUME

Maystrenko Olga

Installation of internal patterns of use and production capacity of building enterprises

The interrelation of the level of capacity of utilization and production of economic activity basic indicators, as capacity of utilization in enterprises and in establishing possible regulation of support are considered. It has also been proved the need for forecasting the value of production capacity and built the regression given the value of exogenous variables X_1 , X_2 , X_3 by turning in their economic model.

Стаття надійшла до редакції 06.04.2011 р.

УДОСКОНАЛЕННЯ НОРМУВАННЯ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОДУКТИВНІСТЮ ПРАЦІ

Розглянуто сутність та особливості управління продуктивністю праці за рахунок удосконалення нормування праці на підприємствах роздрібно торгівлі. Виявлено способи нормування праці, які сприятимуть управлінню продуктивністю праці на торгових підприємствах.

Ключові слова: нормування праці, підприємства роздрібно торгівлі, продуктивність праці, управління продуктивністю праці.

В умовах сучасної ринкової економіки виникає нагальна потреба в розробці програми управління продуктивністю праці за рахунок удосконалення нормування праці на підприємствах роздрібно торгівлі.

Вивченням проблемних аспектів управління продуктивністю праці займалися такі науковці: А. Бабицький [2], П. Буряк [3], М. Григор'єва [3], Г. Завіновська [4], Б. Карпінський [3], Н. Кирич [5], С. Лебедева [6], В. Марцин [7], Л. Мисникова [6], А. Ревенко [8], В. Сідун [9], Ю. Яковлев [10].

Проте, чинні методичні підходи щодо управління продуктивністю праці не враховують сучасних особливостей її нормування на підприємствах роздрібно торгівлі, тому вимагає додаткових досліджень проблема управління продуктивністю праці за рахунок удосконалення нормування.

Сьогодні ні для кого не таємниця, що управляти можна лише тим, що можна виміряти. Управляти продуктивністю праці на підприємствах роздрібно торгівлі можна за допомогою нормування праці.

Багрова І. В. визначає нормування праці як встановлення кількості та якості праці, необхідної для виконання конкретної роботи, виготовлення конкретної продукції, у певних організаційно-технічних умовах виробництва [1, с. 11].

Сідун В. А. трактує нормування праці як визначення максимально припустимого часу для використання конкретної роботи або операції в умовах певного виробництва або мінімально допустимої кількості продукції, що виготовляється в одиницю часу [9, с. 181].

Вважаємо, що нормування праці на підприємствах роздрібно торгівлі – це процес встановлення кількості та якості праці, необхідної для реалізації продукції (товарів, робіт, послуг відповідних необхідної для здійснення роздрібно торгівлі, у певних організаційно-технічних умовах.

Можна виділити два основних недоліки нормування праці, по-перше за допомогою нормування можна змусити менеджерів з продажу працювати ефективніше, по-друге, можна збільшити товарообіг за рахунок зменшення кількості працюючих.

Позитивною стороною нормування праці є те, що воно необхідне для покращення діяльності працівників та підвищення їхньої продуктивності. Нормування праці є інструментом, за допомогою якого досвідчені управлінці та керівники підрозділів здійснюють

планування, організацію, керівництво та контроль за ресурсами, які є в їхньому розпорядженні (матеріальними, трудовими, фінансовими).

Слід зазначити, що не всю роботу доречно нормувати, зокрема ту роботу, яка не має неперервний порядок, коли обсяг виконуваної роботи невеликий та коли працівники однієї і тієї ж роботи виконують різномірні функції.

Застосування нормування праці дозволяє чітко визначити поставлені перед організацією цілі та методи їх реалізації. Без нормативів не можливо працювати на повну силу.

Управлінню продуктивності праці на підприємствах роздрібно торгівлі сприятиме раціоналізація роботи продавців. Нами виявлено етапи раціоналізації роботи працівників торгівлі (рис. 1).

Найкращі, найуспішніші управлінці вимагають від своїх підлеглих великих затрат праці з метою підвищення ефективності їх роботи. Людина здатна на більше ніж сама вірить. Достатньо одному працівнику досягти поставленої задачі, як інші починають бити його рекорди.

Якщо працівника протягом певного часу не завантажують роботою, то він починає звикати до низької продуктивності праці, не усвідомлюючи, що свою заробітну плату він не відпрацьовує. Це, у свою чергу викликає велике незадоволення, коли йому збільшують навантаження.

Не можна стверджувати, що лише керівник зацікавлений у підвищенні продуктивності праці, так як робітники часто досягають показників, що перевищують нормативні завдання. Але, які б цілі не ставилися на тому чи іншому торговому підприємстві, зростання продуктивності праці неможливе без встановлення жорстких нормативів та стандартів.

Норматив характеризує залежність тривалості витрат робочого часу від обсягу та змісту праці в оптимальних організаційно-технічних умовах [1, с. 161].

Проте ефективному керівникові не можна ігнорувати Закон Паркінсона "робота заповнює увесь час, відпущений на неї". Якщо керівники не люблять, щоб підлеглі сиділи без роботи, попередні, у свою чергу, будуть вдавати, ніби працюють. Будь-яку роботу, яку можна зробити за дві години, можна буде розтягти і на п'ять годин. Підлеглі почнуть перевіряти все, що треба і не треба. Як результат, навіть якщо навантаження

Етапи раціоналізації роботи працівників торгівлі	
1	Опитування працівників про ставлення до роботи
2	Усунення недоліків, які працівники бачать у роботі
3	Визначення здатності працівників контролювати власну роботу
4	Призначення одного відповідального за суміжні види робіт
5	За рутинну роботу передавати відповідальність на нижчі рівні
6	Встановлення зв'язку між продавцями та покупцями
7	Більша довіра продавцям, нехай працюють самостійно
8	Звіт про роботу продавців

Рис. 1. Етапи раціоналізації роботи працівників роздрібно́ї торгівлі

працівників зростає, вони будуть продовжувати вести додатковий облік та нікому не потрібні перевірки.

Найважливішим аспектом при нормуванні праці продавців є максимально висока точність нормативів.

Всі нормативи, залежно від точності, можна поділити на три види: занижені, точні, завищені. За таких умов термін "точність" набуває нового значення – справедливість. За роботу, яка виконується на десять гривень, і платити мають десять гривень.

Занижені нормативи дозволяють витратити на виконання певних функцій більше часу. Торгові представники не мають нічого проти таких нормативів, але вони є несправедливими відносно адміністративно-управлінського персоналу.

Завищені нормативи зазвичай є недосяжними, або змушують людей працювати виснажливо. На відміну від занижених нормативів, ці нормативи для керівників є цілком справедливими. Навіть якщо хтось вкладеться в занижений норматив затрачена праця буде більшою, ніж оплачена.

Треба, щоб встановлені нормативи праці були реальними, тоді менеджери з продажу виконуватимуть роботу продуктивніше. За умови, що нормативи будуть завищені, працівники не прагнуть виконувати більше, у свою чергу завищені нормативи скоріш за все ніхто не прагнеться досягти.

За основу треба брати нормативи, які зможе виконати середньостатистичний робітник, який володіє необхідною підготовкою і при цьому працюватиме якісно без надмірного навантаження.

Середньостатистичний робітник при таких нормативах зможе підтримувати однаковий темп роботи протягом всього робочого дня, що буде нормальним, не занадто швидким та не занадто повільним. При цьому темпі продуктивності обсяг виконаної роботи відповідатиме розміру заробітної плати. Досягнення цього нормативу є обов'язковою задачею для всіх працівників.

Важливо, щоб людина, яка встановлює нормативи, чітко собі уявляла, що таке - нормальний темп роботи. При такій оцінці зазвичай має враховуватися метод роботи конкретного працівника, а також його

майстерність та ступінь затрачених зусиль.

Застосування нормативів набагато знижує трудомісткість розрахунку норм, а робота з нормування змінює свій зміст, тому що все більше перетворюється на метод вивчення способу виконання роботи та пошуку його раціоналізації [1, с. 162].

Важко буде щодня дотримуватися встановленого нормативу, розрахованого на середньостатистичного працівника, так як це вимагатиме постійного зосередження та наполегливості.

Можливий варіант, коли менеджери з продажу виконуватимуть лише половину встановленої роботи, тоді вони чотири години в день працюватимуть, а чотири години байдикуватимуть. За таких обставин робітники зазвичай не вживають жодних заходів з підвищення продуктивності праці.

Якщо після проходження певного курсу навчання робітник не зможе досягти нормативу, передбаченого для середньостатистичного працівника, то тримати його не вигідно. Наприклад, в торговій організації є менеджер з продажу, який працює з 70% продуктивністю, то підприємство отримує 70 гривень за кожні виплачені йому 100 гривень зарплати. Знову ж таки обладнання, яке він застосовує під час роботи, також виплатиться лише на 70%.

Коли менеджери з продажу працюватимуть на 15-20% продуктивніше визначеного нормативу, їх необхідно буде матеріально стимулювати (надбавка до заробітної плати у розмірі 15-20%). Якщо цей варіант буде можливим абсолютно всі працівники прагнуть перевиконувати план. Так, в умовах економічної нестабільності на сучасних торгових підприємствах часто можна зустріти працівників, які перевиконують план на 15-20% і ніякого матеріального заохочення при цьому не отримують.

Встановлені нормативи більш ніж на 20% працівники перевищують рідко. Це під силу лише висококваліфікованим робітникам, які володіють надзвичайними фізичними та розумовими здібностями, які дозволяють постійно витримати такий ритм роботи. Навіть в великих організаціях таких спеціалістів одиниці.

Нормування праці адміністративно-управлінського персоналу на підприємствах роздрібної торгівлі має дещо інший характер, ніж нормування праці менеджерів з продажу, оскільки важко виміряти роботу, яка полягає у розробці ідей, аналізі та прийнятті рішень, а також

через надмірне навантаження працівників паперами. Вимірювання продуктивності праці за такими параметрами, як і продавців, є несправедливим. Нами запропоновані способи вирішення виявлених проблем (рис. 2).

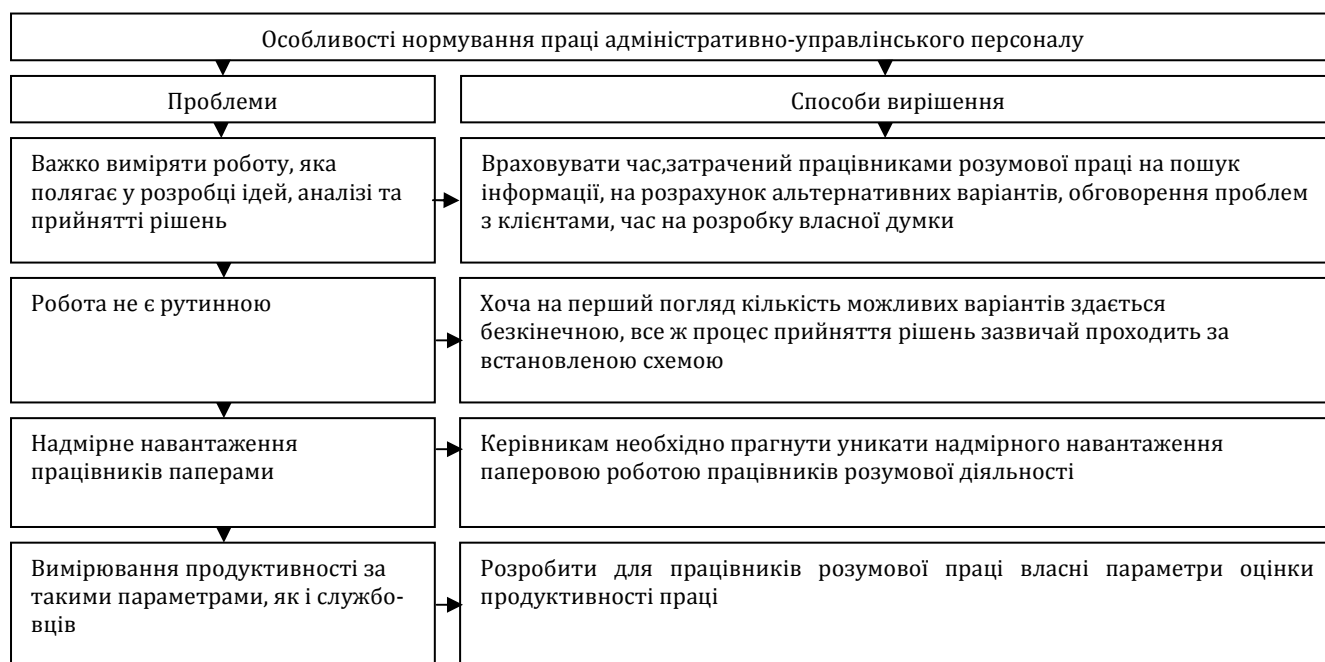


Рис. 2. Особливості нормування праці адміністративно-управлінського персоналу на підприємствах роздрібної торгівлі

Для того, щоб нормування праці продавців було ефективним, необхідно дотримуватися наступних вимог: участь продавців в обговоренні; ознайомлення нормувальника зі специфікою роботи працівника, для якого норматив розробляється; раціоналізація документації; розумна періодичність звітів.

Перший етап участі продавців в обговоренні передбачає техніко-економічний аналіз, коли нормувальник зустрічається з лідером продавців і пояснює йому задачі, зокрема такі, як уточнення характеру роботи, порядку виконання робіт, обговорення проблеми обробки інформації тощо.

На другому етапі нормувальник має оголосити всім продавцям результати техніко-економічного аналізу та обговорити з ними систему нормування праці. Він особисто має провести бесіду з кожним працівником та скласти перелік поставлених перед ними завдань. Необхідно кожному продавцю особисто пояснити, чому саме такі нормативи було обрано та досягнути повної їх довіри і зацікавлення.

Згідно з другою вимогою при нормуванні праці продавців нормувальник має бути добре ознайомлений зі специфікою роботи працівників, для яких він розробляє нормативи та забезпечує довіру до себе з боку працівників.

Раціоналізація документації передбачає, що в документації всі дії мають бути ретельно розписані.

Четверта вимога до нормування праці продавців є спрощеною звітністю. Так як кожній людині притаманний власний самоконтроль за рівнем навантаження, то система звітності не повинна обмежувати їхню свободу, звертаючи увагу на кожну дрібничку. При можливості можна доручити оформляти звіти про виконану роботу допоміжному персоналу.

П'ята вимога до нормування праці працівників роздрібної торгівлі передбачає розумну періодичність звітів. Нормувати необхідно невелику кількість показників за короткий час. Звіти мають здаватися не частіше, як раз в три чи навіть чотири тижні.

Таким, чином, запропоновані методи нормування праці на підприємствах роздрібної торгівлі для продавців та адміністративно-управлінського персоналу допомагатимуть керівникам управляти продуктивністю праці на торгових підприємствах.

Список література

1. Багрова, І. В. Нормування праці [Текст] : навчальний посібник / І. В. Багрова. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 212 с.
2. Бабицький, А. Моделі економічного зростання і проблема підвищення суспільної продуктивності праці [Текст] / А. Бабицький // Персонал. – 2008. – №1. – С. 23-27.
3. Буряк, П. Ю. Економіка праці й соціально-трудова відносина [Текст] : навч. посібник / П. Ю. Буряк, Б. А. Карпінський, М. І. Григор'єва. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 440 с.
4. Завіновська, Г. Т. Економіка праці [Текст] / Г. Т. Завіновська. – К. : КНЕУ, 2003.
5. Кирич, Н. Ефективне використання трудових ресурсів як фактор стабілізації функціонування підприємств [Текст] / Н. Кирич // Україна: аспекти праці. – 2008. – №3. – С. 40-44.
6. Лебедева, С. Н. Совершенствование анализа производительности труда работников торговли потребительской кооперации [Текст] : Текст лекцій для системи підвищення кваліфікації у перепідготовці кадрів Белкоопсоюзу і студентів всіх спеціальностей / С. Н. Лебедева, Л. В. Мисникова. – Гомель : ГКИ, 1998. – 36 с.
7. Марцин, В. С. Економіка торгівлі [Текст] : підручник / В. С. Марцин. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2008. – 603 с.

-
8. Ревенко, А. Продуктивність праці в сучасних умовах [Текст] / А. Ревенко // Україна: аспекти праці. – 2008. – №2. – С. 32-37.
 9. Сідун, В. А. Економіка підприємства [Текст] : навчальний посібник / В. А. Сідун. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 436 с.
 10. Яковлев, Ю. П. Економіка торгівлі з використанням інформаційних технологій [Текст] : навч. посібник / Ю. П. Яковлев. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 376 с.

РЕЗЮМЕ

Максюта Виктория

Усовершенствование нормирования труда на предприятиях розничной торговли в контексте управления производительностью труда

Рассмотрено сущность и особенности управления производительностью труда за счет усовершенствования нормирования труда на предприятиях розничной торговли. Выявлено, какие способы нормирования труда будут способствовать управлению производительности труда на торговых предприятиях.

RESUME

Maksyuta Victoria

Improving of labor normalization in the retail trade enterprises in the context of management of enterprise productivity

The essence and peculiarities of management of enterprise productivity due to the improvement of labor normalization in the retail trade enterprises are considered. It is revealed, that labor normalization methods will facilitate productivity administrating in the commercial enterprises.

Стаття надійшла до редакції 12.01.2011р.

Олександра МАРЦІНКОВСЬКАкандидат економічних наук,
доцент кафедри управління персоналом і регіональної економіки,
Тернопільський національний економічний університет**Наталія ФИЖИК**

Тернопільський національний економічний університет

РОЛЬ КОУЧИНГУ В РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

У статті розглянуто можливості впровадження коучингу як новітнього результативного підходу до ефективного управління персоналом в Україні; наведено базову методіку коучингу та обґрунтовано доцільність її застосування у сфері менеджменту.

Ключові слова: коучинг, класифікація коучингу, персонал, саморозкриття людини.

Необхідність забезпечення конкурентоспроможності персоналу нашої країни передбачає переосмислення можливостей сприяння максимальному саморозкриттю потенціалу лідерів в усіх сферах людської життєдіяльності: адміністративному управлінні, політичному менеджменті, бізнесі, освіті, мистецтві та ін. Тому актуальність впровадження концептуальних засад коучингу, що за останні 20 років зарекомендував себе як новітній результативний підхід до оптимізації потенціалу лідерів, зокрема, в країнах Південної Америки, Західної Європи і Південно-Східної Азії, може бути розглянута як закономірне і органічне продовження вітчизняних ідей психології розвитку та акмеології – професійної та особистісної самореалізації й самоактуалізації.

Велика кількість популярних статей та монографій, а також хвиля аматорських курсів підготовки спеціалістів з коучингу є, мабуть, відповіддю на величезний запит на послуги коуч-спеціалістів.

Теоретико-методологічною базою дослідження стали праці багатьох вчених з питань управління, зокрема коуч-консультування і коуч-менеджменту, а також по супутніх проблемах: А. Адлера, У. Бауманна, Г. Гарднера, Дж. Гілфорда, Т. Голві, Д. Гоулмена, М. Дауні, М. Еріксона, Т. Дж. Леонарда, В. Максимова, А. Маслоу, А. Огнєєва, М. Перре, К. Роджерса, С. Рогачова, А. Савкіна, Л. Терстона, Дж. Уйтмор, Дж. Харріс, В. Штерна, та ін.

З вітчизняних вчених коучинг досліджували: В. Бережна, Є. Денисенко, В. Кулик, М. Нагара, І. Петровська.

Існує багато визначень коучингу, з них найбільш відоме наступне: «коучинг – це новий стиль управління людськими ресурсами, технології якого сприяють мобілізації внутрішніх можливостей і потенціалу працівників, постійному вдосконаленню професіоналізму та кваліфікації працівників» [8, с. 53].

За визначенням Є. Денисенко, коучинг – це індивідуальне тренування людини для досягнення значущих цілей, підвищення мобілізації внутрішнього потенціалу, розвиток необхідних здібностей та навичок, засвоєння провідних стратегій отримання результату [5, с. 52].

Не дивлячись на вагомий внесок зарубіжних дослідників у системі коучингу, в Україні ще досі не

сформоване чітке уявлення про цей напрям розвитку персоналу, проте сучасні бізнес-компанії дедалі більше виявляють цікавість щодо основ коучингу.

Мета нашої статті полягає у визначенні завдань коучингу на сучасному етапі розвитку України.

Коучинг можна визначити як процес сприяння максимальному саморозкриттю потенціалу окремих людей чи організацій. Хоча, зі свого боку, кожна зі шкіл коучингу має свої нюанси розуміння сутності коучингу. Ентоні М. Грант дає таке визначення коучингу: «Коучинг – це сфокусований на рішенні, орієнтований на результат і системний процес співробітництва, під час якого коуч сприяє поліпшенню виконання діяльності, збільшенню життєвого досвіду, самостійному навчанню та особистісному зростанню людей з нормальних (не клінічних) популяцій» [4, с. 27].

А засновник школи трансформаційного коучингу П. Вріца вважає, що «коучинг – це мистецтво сприяти розвитку інших людей». Ефективний коуч, на його думку, допомагає іншим людям реалізовувати свій потенціал, який вони вже мають, проте, можливо, ще не проявили [2, с. 18].

Отже, коучинг – це наука та мистецтво сприяти саморозкриттю людини чи організації. Коучинг працює як інтерактивний процес підтримки окремих людей і організацій, який полягає в тому, щоб сприяти максимальному розкриттю їхнього потенціалу. Також, не зважаючи на те, що коучинг є досить новою концепцією, можна відстежити еволюцію самого поняття коучингу. Термін «коуч» походить від середньовічного англійського слова *coach* – «візок», «карета». Таким чином коучинг – це своєрідний засіб пересування (просування) клієнта до розкриття його потенціалу. А коуч – своєрідний провідник, тренер, який супроводжує людину чи команду до найбільших звершень.

Історично так склалося, що коучинг зазвичай фокусувався не стільки на досягненні якогось конкретного результату, скільки на створенні умов, за яких клієнт відкривав в собі нові ресурси та можливості. Ефективний коуч (наприклад, «коуч голосу для спікерів», «театральний коуч», «коуч подачі в бейсболі» тощо) спостерігав за поведінкою людини та керував тренуваннями, щоб поліпшити виконання в

конкретному контексті чи ситуації. Він допомагав розвитку поведінкової та когнітивної компетенції клієнтів за допомогою уважного спостереження, трансформаційних питань та зворотного зв'язку [5, с. 15].

Якщо стисло схарактеризувати зміст, підходи, методи і технології роботи коуча з точки зору психологічної науки, можна виділити декілька основних його завдань:

- визначити мету і оптимальні кроки її досягнення;
- підвищувати самостійність і відповідальність консультованого;
- отримувати задоволення від своєї діяльності;

- вчитися знаходити нові шляхи ефективного співробітництва;
 - швидко приймати потрібні рішення у важких ситуаціях;
 - узгоджувати індивідуальні цілі з цілями організації;
 - робити своє життя більш багатим;
 - відкривати нові можливості;
 - більше заробляти і менше витратити;
 - урізноманітнювати життя новими продуктивними особистими відносинами.
- Окрім завдань, коучинг також покликаний виконувати наступні функції (табл. 1).

Таблиця 1. Функції коучингу

Функції	Характеристика
Розвитку	Забезпечує розвиток трудового потенціалу та компетенції працівників, кар'єрний рух
Креативна	Дає змогу працівникам максимально виявляти ініціативу, генерувати нові ідеї, приймати креативні рішення
Комплексного консультування	Може використовуватись в усіх сферах та усіма підрозділами, на будь-якій стадії розвитку
Мотивуюча	Дає змогу працівникам забезпечувати досягнення мети як особистої, так і підприємства
Адаптації	Навчає працівників швидко пристосовуватись до мінливих умов навколишнього середовища

За останні роки поняття коучингу набуло більш узагальненого та розширеного змісту. Зараз коучинг лідерів та організацій, як і будь-який напрямок практичної психології останнім часом, все більше використовує методи спостереження, бесіди, опитування, тестування та моделювання як засоби допомоги діяти більш ефективно та включає в себе проектний, ситуаційний і транзитивний коучинг:

- ситуаційний коучинг фокусується на конкретному (тактичному) покращенні чи оптимізації роботи в чітко заданому контексті;
- проектний коучинг охоплює стратегічний менеджмент людини чи команди з метою отримати ефективний кінцевий результат;
- транзитивний коучинг допомагає людям переходити від одної роботи чи ролі до іншої [4, с. 18-19].

В багатьох організаціях коучинг сьогодні став доповненням, а подекуди й заміною тренінгу. Бо на відміну від тренінгу (навіть персонального) коучинг є більш сфокусованим, контекстуалізованим і має індивідуальну спрямованість, а також, якщо розглядати реальні зміни, коучинг є більш вигідним за ціною, ніж традиційні тренінгові методи, бо підхід коучингу більш орієнтований скоріше на досягнення успішних результатів, ніж на пошук причин існуючих проблем чи формування корисних навичок.

Принципово важливо, щоб люди, які приймають рішення і формують напрямки розвитку компанії, були захоплені ідеєю. Часто саме їхнє захоплення визначає успіх проекту. Не менш важливі й готовність компанії в цілому, наявність необхідних умов, а також рівень особистісної зрілості працівників. На основі вивчення досвіду початку великого проекту в галузі управління людськими ресурсами, ми рекомендуємо наступні висновки, які важливо враховувати при ініціації таких проектів:

- вписувати зміст проекту в загальну концепцію розвитку персоналу;

- готувати людей, які впливають на розвиток компанії, до прийняття ідеї проекту;
 - забезпечувати готовність організації в цілому (ресурсів, досвіду, умов);
 - пропонувати ідеї, що потрапляють в «зелений коридор» розвитку співробітників;
 - зацікавлювати і захоплювати ідеєю всіх учасників проекту;
 - довіряти професійному рівню організаторів проекту.
- Відповідно прийняття компанією концепції коучингу має відбуватися за ретельним вивченням всіх обставин, в яких буде реалізовуватися проект. Одним із завдань коучингу є розкриття унікального індивідуального потенціалу, що, власне, і призводить до інновацій, якісно іншого рівня відповідальності співробітників, підвищення ефективності їх праці. Значить, і компанії потрібно прийти до свого розуміння ідеї коучингу. Не скопіювати типову, нехай і цікаву, західну методіку, а розробити нову, яка б ідеально підходила саме для своєї компанії.

Коучинг як стиль менеджменту і відносин в цілому – це особливим чином організована взаємодія між менеджером і його підлеглими, яка передбачає визнання унікальності кожної людини, довіру до її здібностей, сприяння максимальному розкриттю її особистісних ресурсів і призводить до нового рівня відповідальності співробітників.

Коучинг як інструмент менеджменту – це допомога співробітникам у розвитку і навчанні в процесі спільної роботи. При цьому використовуються певні методи, техніки постановки питань спільного обговорення і т. д.

Існує досить багато класифікацій коучингу. В цілому ж можна виділити три великі сфери застосування коучингу:

1. Адміністративний (а також політичний) коучинг – це робота з першими особами компаній, організацій, державних установ чи політичних структур. Тут коуч допомагає втримувати та примножувати

досягнення політичного діяча чи керівника компанії: розподіляти ресурси, здійснювати стратегічне лідерство, грамотно реалізовувати владні повноваження тощо. І часто людина, яка піднялася на найвищий щабель соціальних досягнень, як ніхто потребує поряд із собою спеціаліста, з яким можна обговорити свої надії та мрії, сумніви та побоювання, людини, що має підготовку задавати питання і відкривати нове бачення – коуча.

2. Бізнес-коучинг навчає людей справлятися з професійними викликами. Бізнес-коучинг може бути зосереджений як на окремих людях, так і на всій системі бізнесу в цілому, тоді він буде називатися відповідно персональним бізнес-коучингом та командним бізнес-коучингом. Головними результатами бізнес-коучингу є поліпшення показників роботи: фінансових, логістичних, управлінських тощо.

3. *Життєвий коучинг* зосереджений на допомозі людям у досягненні особистих цілей, які можуть бути досить далекими від професійних чи організаційних. Як і в транзитивному коучингу, цей коучинг допомагає людям ефективно вирішувати різні життєві завдання, що виникають у міру того, як особа просувається від однієї стадії життя до іншої. Тут, так само як і в адміністративному чи бізнес-коучингу, можливий і індивідуальний (персональний), і груповий (в даному випадку, наприклад, сімейний) коучинг [3, с. 28].

Таким чином, ефективний коучинг потребує акценту одночасно на ідеї, завданні, відношеннях та можливостях.

Крім того, для розуміння критеріїв якості та професійних стандартів роботи професійних коучів важливо чітко окреслити контексти застосування методики в умовах сучасної світової практики. Таким чином розуміння соціально-професійних ніш, що потребують послуг коучингу, має допомогти коучу-початківцю результативно побудувати свою практику. Бо разом зі зростанням потреб в коучингових послугах зростає й потреба у коучингових спеціальностях, деякі з яких вже стали популярними, в той час як інші тільки починають з'являтися в переліку спеціалізацій коуча. Також якісь спеціальності потребують відповідної освіти, ліцензування чи проходження додаткових навчальних програм.

У вітчизняній практиці коучинг як дисципліна тільки за останні 3-5 років почав окреслювати вимоги до професійних стандартів та компетентності спеціалістів з коучингу, тому більшість українських професійних об'єднань коучів орієнтуються на стандарти, що встановлені міжнародними організаціями та установами. А критерії й стандарти компетентності та професійної етики спеціалістів з коучингу можуть стати темою окремого дослідження.

Системне уявлення про коучинг як сучасну концепцію практичної психології дозволяє нам зробити наступні висновки:

- пропонується вважати, що коучинг як професійна дисципліна вивчає факти і закономірності, механізми та способи створення передумов максимального саморозкриття потенціалу особи чи організації, включаючи професійне самоусвідомлення та лідерство, самовдосконалення та саморегуляцію;
- основними джерелами коучингу як сучасної концепції практичної психології є спортивне (індивідуальне і командне) тренерство, мистецькі

моделі наставництва та духовно-життєві практики;

- коучинг має наукове і світоглядно-методологічне підґрунтя та є закономірним продовженням ідей психологічної практики, властивих для гуманістичної, екзистенційної, постмодерністської, трансперсональної та інтегральної психологічної парадигми кінця ХХ століття;
- аналіз підходів, методів та технологій коучингу показує, що коучинг як концепція практичної психології, з одного боку, спирається на загальновідомі методи психологічної науки: спостереження, опитування, бесіду, тестування, моделювання тощо, а з іншого – має власні стандартизовані та апробовані процедури, моделі та технології самоактуалізації;
- коучинг як сучасна концепція практичної психології має суттєві відмінності від інших різновидів професійної психологічної практики та консультування;
- в коучингу є свої конкретні контексти застосування та критерії компетентності коуч-спеціалістів, які поки що є стандартизованими лише в закордонній міжнародній практиці.

В цілому суттєва унікальність процесу коучингу як професійної психологічної практики полягає в додатковому використанні можливостей людини в саморозкритті, самовдосконаленні й самореалізації, допомагає виховати ініціативних та діяльних працівників:

Список літератури

1. Аткінсон, М. *Наука и искусство коучинга: внутренняя динамика [Текст] / М. Аткінсон, Чоис Т. Рае ; пер. с англ. – К.: Сотрапін Group, 2009. – 208 с.*
2. Врица, П. *Когда качество действий встречается с центровкой. Компас для коучей [Текст] / П. Врица, Я. Ардуи.- М.: Международная Академия Трансформационного Коучинга и Лидерства, 2008. – 224 с.*
3. Голви, Т. *Максимальная самореализация. Работа как внутренняя игра. Фокус, обучение, удовольствие и мобильность на рабочем месте [Текст] / Тимоти Голви. – М.: Издательство: Альпина Бизнес Букс, 2005 г. – 264 с.*
4. Грант, Э. *Коучинг принятия решений [Текст] / Э. Грант, Дж. Грин. – Питер, 2005. – 138 с.*
5. Денисенко, Е. *Коучинг для менеджеров [Текст] / Е. Денисенко // Отдел маркетинга. – 2004. – № 7-8. – С. 52-53.*
6. О'Нил, М. *Коучинг руководителей: твердость и открытость. Системный подход в привлечении руководителей к решению их проблем [Текст] / М. О'Нил. – М.: Издательство Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2005. – 224 с.*
7. Рейнольдс, М. *Коучинг: эмоциональная компетентность [Текст] / М. Рейнольдс; пер. с англ. Центра поддержки корпоративного управления и бизнеса. – Центр поддержки корпоративного управления и бизнеса, 2003. – 112 с.*
8. Томашек, Н. *Системный коучинг. Целеориентированный подход в консультировании [Текст] / Н. Томашек ; пер. с нем. – Х.: Изд-во Гуманитарный центр, 2008. – 176 с.*
9. Уитмор, Дж. *Коучинг — новый стиль менеджмента и управления персоналом [Текст] : практическое пособие / Дж. Уитмор. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 160 с.*

РЕЗЮМЕ

Марцинковская Александра, Фижик Наталия

Роль коучинга в развитии персонала

В статье рассмотрены возможности внедрения коучинга как нового результативного подхода к эффективному управлению персоналом в Украине, приведена базовая методика коучинга и обоснована ее целесообразность в области менеджмента.

RESUME

Martsinkovska Olexandra, Fyzhyk Natalia

The role of the coaching in personnel development

This article contains possibilities of using of the coaching as a new effective approach to effective management of personnel in Ukraine. The basic method of coaching and the rational using in management are represented

Стаття надійшла до редакції 17.03.2011 р.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТА ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ НА РИНКУ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Розглянуто методичні підходи до оцінки ефективності функціонування інформаційних та Інтернет-технологій в управлінні підприємствами на ринку олійно-жирової продукції. Розроблено систему показників оцінки ефективності функціонування інформаційних систем та Інтернет-технологій.

Ключові слова: інформаційні технології, Інтернет-технології, ефективність впровадження, IT-проект.

Підвищення ефективності управління підприємством, зокрема олійно-жирової галузі, засноване на широкомасштабному впровадженні інформаційних та Інтернет-технологій, вимагає наявності методичних рекомендацій щодо вибору методів оцінки економічної ефективності засобів, вкладених у таку систему.

Досить великі витрати фінансових коштів і часу, пов'язані з формуванням і функціонуванням інформаційних і Інтернет-технологій на підприємстві, викликають необхідність їх обґрунтування чіткими математичними й економічними розрахунками. Такі розрахунки дозволять зіставити поставлені цілі з можливостями підприємства, тим самим уникнути втрат інвестицій.

Аналіз діяльності підприємств, що приймають рішення впроваджувати інформаційні та Інтернет-технології у виробничо-господарську діяльність, показав, наскільки важливо правильно визначити стратегію розвитку підприємства у властивій йому предметній сфері. Саме тут відбувається більшість помилок і прорахунків, що призводять згодом до глибоких розчарувань, неминучої втрати часу і засобів. Розробники нових IT-проектів, часто не усвідомлюють, що якою б красивою і логічно бездоганною не була ідея, вона далеко не завжди перспективна.

На жаль, немало господарюючих суб'єктів приймали рішення про впровадження IT-проектів побудованих на основі Інтернет-технологій, і підприємства олійно-жирової галузі, не стали винятком, не маючи у розпорядженні реальних знань про переваги і поведінку споживачів, абсолютно не враховуючи ринкову ситуацію. Такі підприємства вважали: якщо вони вже успішно діють в якій-небудь галузі або просто мають оригінальну концепцію, то IT-проекти, побудовані на основі Інтернет-технологій, автоматично дадуть їм новий прибутковий ринок. Сьогодні вже достовірно відомо, що подібний підхід себе не виправдовує.

Керівникам варто замислитися, для чого формується IT-проект підприємства. Як правило, основним завданням є підвищення ефективності бізнесу. Найбільш часто вживані нині методики оцінки IT-проектів, побудованих на основі Інтернет-технологій, базуються тільки на показниках роботи Інтернет-сайту, за допомогою яких не завжди можна підтвердити їх успішність.

Оцінка ефективності IT-проекту має бути спрямована, передусім, на аналіз потенційної вигоди для підприємства і, отже, на таку реалізацію проекту, що дозволить максимально збільшити саме цю вигоду, а не частоту відвідувань Інтернет-сайту.

У сучасній вітчизняній і зарубіжній літературі тематика використання інформаційних технологій в управлінні підприємствами представлена достатньо широко. Вагомий внесок у розробку зазначеної проблеми зробили такі зарубіжні автори, як Б. Гейтс [4], Д. Еймор [14], М. Мак-Картні [11], К. Пейтел [11], Д. Сігел [12] та ін. У російській науковій літературі тема впливу нової інформаційної реальності на економіку проаналізована достатньо детально такими вченими, як В. Алексуніна [1], О. Богданова [3], Т. Данько [5], А. Кантарович [13], С. Пирогова [15], В. Царьов [13], та ін. Впливу інформаційних систем та технологій на процеси управління підприємствами присвячені праці і вітчизняних науковців, таких як О. Ананьєв [8], А. Береза [2], В. Гужва [2], Ф. Левченко [2], М. Макарова [6], Л. Лігоненко [9], І. Литовченко [10], І. Бойчук [7] та ін. Науково-практичні розробки зарубіжних авторів потребують адаптації до умов національної економіки, а у працях вітчизняних науковців багато практичних питань щодо впровадження інформаційних систем та технологій у господарську діяльність національних підприємств залишаються поза увагою.

Розробка методів оцінки, ефективності впровадження й функціонування інформаційних та Інтернет-технологій у межах підприємства є однією з найбільш актуальних проблем. Нині відсутній комплексний науково обґрунтований підхід до визначення ефективності як формування, так і функціонування інформаційних систем та Інтернет-технологій у межах підприємства. У спеціальній науковій літературі переважно подаються окремі теорії і методи визначення ефективності різних елементів інформаційних систем та Інтернет-технологій. Систематизація існуючих методик і підходів для оцінки ефективності останніх, а також їх адаптація для потреб підприємств олійно-жирової галузі є актуальним як теоретичним, так і практичним завданням.

Отже, метою дослідження є розробка методичних підходів до оцінки ефективності функціонування інформаційних та Інтернет-технологій в управлінні підприємствами на ринку масложирової продукції на

основі систематизації відповідної інформації.

Проблема оцінки ефективності досить широка і уміщує технічні, економічні, організаційні й інші аспекти. Тому, вважаємо, що для оцінки ефективності формування і функціонування інформаційних та Інтернет-технологій у межах підприємства слід виділити відповідні показники (критерії) для того, щоб за кожним з них можна було б надалі проводити оцінку та відповідно до неї вживати необхідні заходи з коригування, розвитку та удосконалення проекту, що реалізується.

В оцінці ефективності інформаційних та Інтернет-технологій у межах підприємства, зокрема і підприємств олійно-жирової галузі, можна виділити такі показники:

- економічні (служують для оцінки економічної ефективності);
- організаційні (визначають міру інтеграції нової інформаційної системи з існуючою, а також дозволяють оцінити якість IT-проекту);
- комерційні (характеризують ефективність проведення програми реалізації і просування інформаційних систем та Інтернет-технологій у межах підприємства та ефективність їх використання).

Усі названі групи показників пов'язані один з одним, тому для отримання загальної оцінки ефективності слід застосовувати комплексний підхід.

Розглянемо групу економічних показників оцінки ефективності. Ці показники можна розділити на дві основні групи (рис. 1):

- показники оцінки ефективності формування (впровадження);
- показники оцінки ефективності функціонування.

Основними показниками оцінки економічної ефективності формування (впровадження) є:

- стартові інвестиції, витрачені на формування (впровадження) інформаційних систем та Інтернет-технологій;
- експлуатаційні витрати, пов'язані із забезпеченням нормального постійного їх функціонування;
- співвідношення інвестиційних і експлуатаційних витрат;
- показники, загальноприйняті у світі та Україні для оцінки ефективності інвестиційних проектів або бізнес-проектів (чистий дисконтований дохід, дисконтований термін окупності, внутрішня норма прибутковості, індекс рентабельності, внутрішня норма прибутковості тощо).

Стартові інвестиції можуть бути здійснені одноразово або упродовж деякого періоду часу (наприклад впродовж декількох років). До них можна зарахувати:

- витрати на первинний аналіз і планування;
- вартість необхідного устаткування;
- вартість програмного забезпечення;
- вкладення в організацію ліній зв'язку і супутнє устаткування;
- витрати на підготовку та перепідготовку кадрів;
- вартість допоміжного устаткування, наприклад комп'ютерної техніки, необхідної для оновлення інформації на Інтернет-сайті або для виконання функцій із забезпечення працездатності інформаційних і Інтернет-технологій.

До складу експлуатаційних витрат зазвичай

включаються:

- витрати, пов'язані з експлуатацією технічної частини електронної системи;
- заробітна плата обслуговуючого персоналу;
- витрати на допоміжні матеріали;
- орендна плата за канали зв'язку;
- оплата провайдером різних послуг Інтернету;
- амортизаційні відрахування;
- додаткові витрати у разі залучення сторонніх підприємств до робіт з розвитку інформаційних систем та Інтернет-технологій;
- витрати на рекламні кампанії, що проводяться;
- витрати, обумовлені недостовірністю обробки інформації;
- витрати, викликані відмовами у роботі технічної частини системи.

Показники оцінки ефективності функціонування інформаційних систем та Інтернет-технологій, призначені для оцінки результатів діяльності, поділяються на комерційні й економічні показники. Їх склад буде детально розглянутий нижче.

Як видно з рисунку 1, до складу показників економічної ефективності входять стартові інвестиції і експлуатаційні витрати. В основі низки методик визначення ефективності IT-проекту лежить формула, що є відношенням результату (економічного ефекту) до витрат, пов'язаних зі створенням і експлуатацією інформаційних систем та Інтернет-технологій.

Відповідно до цього підходу економічна ефективність ($E\phi_e$) може бути визначена як відношення результату її застосування до затрат:

$$E\phi_e = \frac{P}{V_{повн.}} \quad (1)$$

де P – результат, отриманий за рахунок функціонування інформаційних систем та Інтернет-технологій;

$V_{повн.}$ – повні витрати.

Повні витрати при цьому становлять:

$$V_{повн.} = K + V_{експл.} \quad (2)$$

де K – сумарні капітальні вкладення у проектування, придбання необхідних складових і її реалізацію;

$V_{експл.}$ – експлуатаційні витрати.

У разі різночасності капітальних і щорічних витрат капітальні витрати мають бути приведені до одного (першого чи останнього) року експлуатації за формулою складних відсотків:

$$K_t = \frac{K}{(1+i)^t} \quad (3)$$

де K – приведені капітальні витрати;

i – коефіцієнт дисконтування капітальних вкладень;

t – період, через який будуть зроблені витрати K .

Результат, отриманий за рахунок функціонування інформаційних систем та Інтернет-технологій, визначається за формулою:

$$P = E\phi(t) - K_t \quad (4)$$

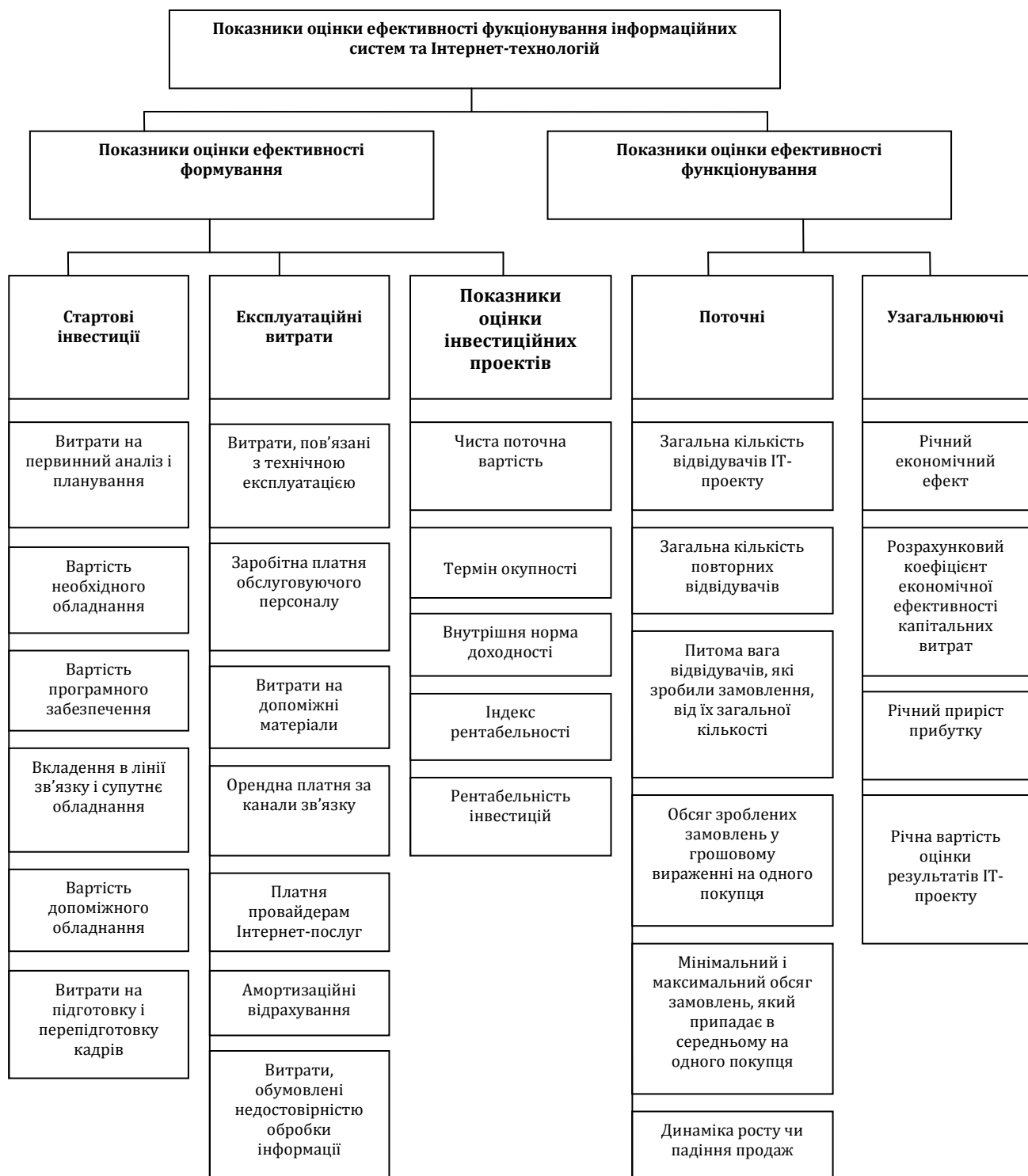


Рис. 1. Показники оцінки ефективності функціонування інформаційних систем та Інтернет-технологій [Розроблено автором]

де $Ef(t)$ – ефект, отриманий за час t за рахунок зниження витрат у результаті використання інформаційних систем та Інтернет-технологій.

Таким чином, в основі цього методу оцінки економічної ефективності лежить визначення основних статей затрат і зниження витрат через використання інформаційних систем та Інтернет-технологій.

Розрахунок економічної ефективності СЕК можливий з використанням узагальнюючих і часткових показників.

До основних узагальнюючих показників економічної ефективності належать:

- річний економічний ефект;
- розрахунковий коефіцієнт ефективності капітальних витрат;
- термін окупності ІТ-проекту.

Розрахунок перерахованих узагальнюючих показників припускає попереднє обчислення часткових показників, що характеризують:

- річний приріст прибутку;
- витрати на розробку та впровадження;
- експлуатаційні витрати тощо.

Річний приріст прибутку (Π_p) розраховується як різниця між річною вартісною оцінкою результатів використання ІТ-проекту, при обчисленні якої не враховувалися витрати на використання інформаційних систем та Інтернет-технологій, і приведеними до одного року експлуатаційними витратами і витратами на розвиток:

$$\Pi_p = \Pi^t - B_{\pi} \quad (5)$$

де Π^t – річна вартісна оцінка результатів застосування інформаційних систем та Інтернет-технологій, здійснена без урахування витрат на створення та експлуатацію;

B_{π} – приведені до одного року витрати на експлуатацію і розвиток інформаційних систем та Інтернет-технологій.

Річну вартісну оцінку результатів застосування інформаційних систем та Інтернет-технологій пропонуємо розраховувати як різницю між річним прибутком до впровадження і після.

$$\Pi^t = \Pi_2 - \Pi_1 \quad (6)$$

де Π_1 – річний прибуток підприємства до впровадження;

Π_2 – річний прибуток підприємства після впровадження.

$$B_{\pi} = B_{\text{розв}} - B_{\text{експл}} \quad (7)$$

де $B_{\text{розв}}$ – витрати на розвиток за рік;

$B_{\text{експл}}$ – витрати на експлуатацію за рік.

Річний економічний ефект від розробки та впровадження інформаційних систем та Інтернет-технологій ($E\Phi_p$) пропонуємо визначати як різницю між річним приростом прибутку (Π_p) і нормативним прибутком:

$$E\Phi_p = \Pi_p - K \times E\Phi_{\text{нкв}} \quad (8)$$

де Π_p – річний приріст прибутку, тис. грн;

K – одноразові витрати на впровадження, тис. грн;

$E\Phi_{\text{нкв}}$ – нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень.

Добуток $K \times E\Phi_{\text{нкв}}$ у даному випадку слід розглядати як нормативний прибуток, що має бути отриманий від впровадження інформаційних систем та Інтернет-технологій у межах підприємства.

Нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень ($E_{\text{нкв}}$) є їх мінімальною нормою, нижче за який вони недоцільні. Отримане у даному випадку значення показника ($E\Phi_p$) слугує для зіставлення економічних результатів формування ІТ-проекту з результативністю капіталовкладень в інші напрямки удосконалення виробництва й управління.

Розрахунковий коефіцієнт економічної ефективності капітальних витрат ($E\Phi_{\text{нкв}}$) є відношенням річного

приросту прибутку до капітальних витрат на розробку та впровадження:

$$E\Phi_{\text{нкв}} = \frac{\Pi}{K} \quad (9)$$

Термін окупності інформаційних систем та Інтернет-технологій з урахуванням витрат на формування, експлуатацію і розвиток (T_p) є відношенням річної вартісної оцінки результатів (Π^t) від використання інформаційних систем та Інтернет-технологій до повних витрат ($B_{\text{повн}}$).

$$T_p = \frac{B_{\text{повн}}}{\left(\frac{\Pi^t}{12}\right)} \quad (10)$$

Завдання оцінки та вибору з альтернативних варіантів найбільш ефективного варіанта ІТ-проекту підприємства належать до багатокритеріальних. Це зумовлено тим, що науково обгрунтований вибір найкращого варіанта може бути здійснений не в результаті використання якого-небудь одного критерію (показника), а з урахуванням числових значень декількох найбільш важливих з економічної точки зору критеріїв. Лише забезпечивши вибір найкращого варіанту формування та використання інформаційних систем та Інтернет-технологій, що одночасно задовольняє досягнення прийнятних числових значень за декількома критеріями, можна отримати комплексну оцінку ефективності.

Розв'язання задачі, пов'язаної з впровадженням ІТ-проектів, побудованих на основі Інтернет-технологій, – це вибір з альтернативних варіантів найбільш ефективного проекту.

Як зазначалося раніше, під проектом розуміється змістовна характеристика запропонованої до здійснення підприємницької ідеї з метою отримання після її реалізації певного економічного результату. Проект припускає чітке попереднє формулювання підприємницьких, комерційних цілей (цілевих показників), для досягнення яких він організовується і надалі здійснюватиметься. Цільові показники – це прогнозовані кінцеві результати діяльності (економічні, фінансові) підприємства, які завжди повинні мати кількісну оцінку.

Будь-який проект (у нашому випадку це проект корпоративної інформаційної системи підприємств олійно-жирової галузі) вимагає залучення визначених за об'ємом інвестицій. Найбільш ефективне їх використання і зумовлює доцільність вибору того чи іншого варіанта проекту.

Розрахунок ефективності проекту з урахуванням чинника часу і, відповідно, необхідних для його реалізації інвестицій найчастіше є процедурою дисконтування прибутків (грошових потоків) за формулою складних відсотків. Відомі різні методи оцінки ефективності інвестицій, пов'язані з реалізацією бізнес-проектів. Проблема полягає у тому, щоб обрати з них економічно найбільш доцільні та такі, що враховують специфіку корпоративної інформаційної системи підприємства.

Вважаємо, що при оцінці ефективності функціонування інформаційних систем та Інтернет-технологій в управлінні підприємствами на ринку масложирової продукції найбільш виправданим є

використання загальноекономічних методів. Формування ІТ-проекту вимагає залучення значних інвестицій, тому у цьому випадку необхідно проводити розширені економічні розрахунки.

Найбільш поширені методи оцінки ефективності автор об'єднав у дві групи залежно від того, враховується чи не враховується чинник часу (рисунок 2).

Враховуючи виявлені особливості формування та функціонування інформаційних систем та Інтернет-технологій на підприємстві, найбільш прийнятними методами оцінки вважаємо методи на основі показників чистої поточної вартості, індексу рентабельності та терміну окупності капітальних вкладень, рентабельність інвестицій тощо. Віддати перевагу якому-небудь з них дуже важко, оскільки кожен з них

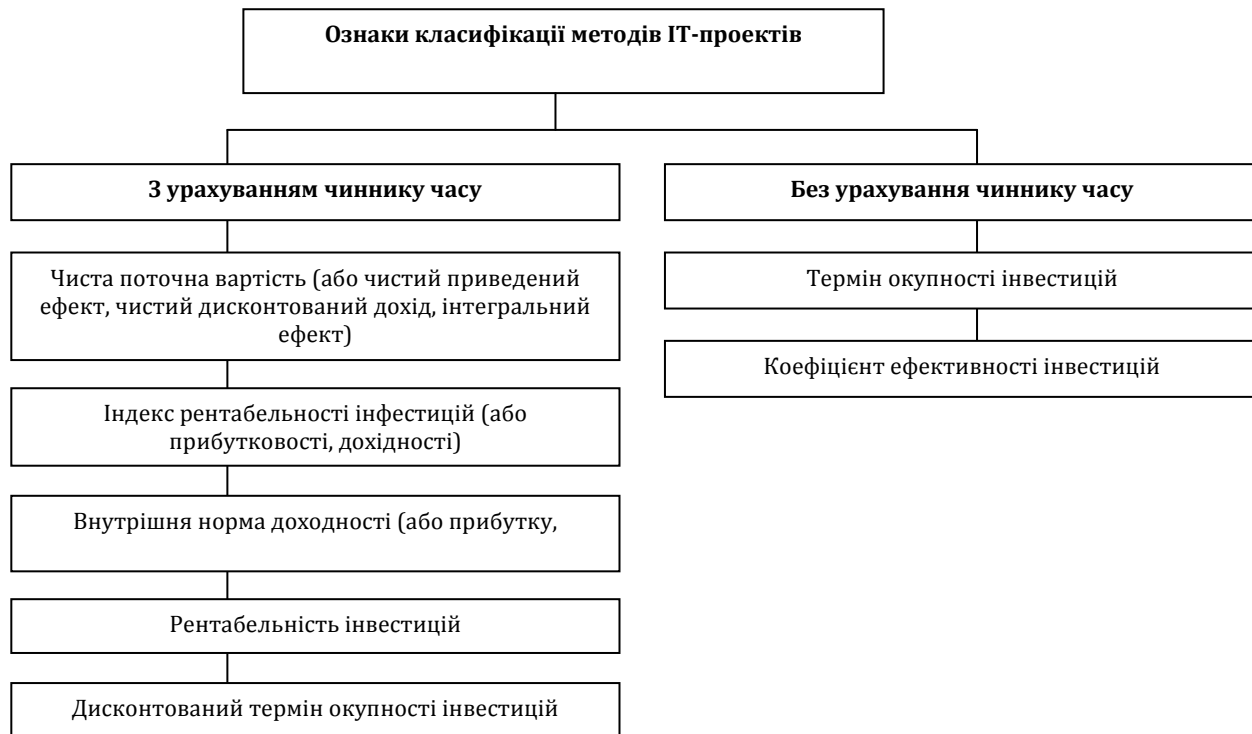


Рис. 2. Класифікація основних методів оцінки ефективності функціонування інформаційних систем та Інтернет-технологій [Розроблено автором]

має свої переваги та недоліки.

Чиста поточна вартість (ЧПВ) або Net Present Value (NPV), яка визначається як різниця накопиченого дисконтованого доходу від реалізації проекту і дисконтованих одноразових витрат:

$$\text{ЧПВ} = \sum_{i=1}^n \frac{\text{ЧД}_i}{(1+d)^{i-1}} - \sum_{i=1}^n \frac{K_i}{(1+d)^{i-1}} = \sum_{i=1}^n \frac{(\text{ЧД}_i - K_i)}{(1+d)^{i-1}} \quad (11)$$

де ЧД_i – доходи i -го періоду;

K_i – капіталовкладення (витрати) i -го періоду;

n – кількість періодів реалізації проекту;

d – дисконт.

Критерієм економічної ефективності інноваційного проекту є позитивне значення ЧПВ.

Період окупності (ПО) або Payback period (PP), який визначається як розрахункова дата (інтервал планування), починаючи з якої чиста поточна вартість набуває стійкого позитивного значення.

Математично термін окупності знаходиться під час рішення експоненціального рівняння розрахунку ЧПВ з невідомим періодом реалізації (X), при цьому значення ЧПВ набуває значення 0 (дисконтований дохід рівний (покриває) дисконтовані витрати):

$$\sum_{i=1}^X \frac{\text{ЧД}_i}{(1+d)^{i-1}} = \sum_{i=1}^X \frac{K_i}{(1+d)^{i-1}} \quad (12)$$

$$\text{ЧПВ} = \sum_{i=1}^n \frac{(\text{ЧД}_i - K_i)}{(1+d)^{i-1}} = 0 \quad (13)$$

Проте на практиці застосовують метод приблизної оцінки терміну окупності ($T_{\text{ок}}$):

$$T_{\text{ок}} \approx t_- - \frac{\text{ЧПВ}(t_-)}{\text{ЧПВ}(t_+) - \text{ЧПВ}(t_-)} \quad (14)$$

де t_- – останній інтервал планування проекту, на якому ЧПВ залишалася негативною;

t_+ – перший інтервал планування проекту, починаючи з якого ЧПВ прийняла стійке позитивне значення;

$\text{ЧПВ}(t_-)$ та $\text{ЧПВ}(t_+)$ – значення ЧПВ на інтервалах планування t_- і t_+ відповідно.

Критерієм економічної ефективності ІТ-проекту підприємства є значення терміну окупності, що не перевищує термін реалізації (горизонт планування) проекту.

Індекс доходності (прибутковості) (ІД, ІП) або Profitability Index (PI) – відношення сумарного дисконтованого доходу до сумарних дисконтованих одноразових витрат:

$$ID = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{ЧД_t}{(1+d)^{t-1}}}{\sum_{t=1}^n \frac{К_t}{(1+d)^{t-1}}} \quad (15)$$

Критерієм економічної ефективності ІТ-проекту є значення індексу прибутковості, що перевищує 1.

Рентабельність інвестицій або Return of Investment (ROI) – є різновидом індексу дохідності (ID), співвіднесеного з терміном реалізації проекту. Цей показник показує, який дохід приносить кожна вкладена у проект гривня (долар тощо) інвестицій, його доцільно використовувати при порівнянні альтернатив інвестицій:

$$CP = \frac{ID-1}{n} \times 100\% \quad (16)$$

де: n – горизонт планування проекту.

Критерієм економічної ефективності ІТ-проекту є позитивна рентабельність проекту.

Внутрішня норма дохідності (ВНД) або Internal Rate of Return (IRR) – це таке значення коефіцієнта дисконтування, при якому ЧПВ приймає значення, рівне 0. Математично внутрішня норма дохідності знаходиться при рішенні експоненціального рівняння розрахунку ЧПВ з невідомим коефіцієнтом дисконтування (X). При цьому значення ЧПВ набуває значення 0:

$$ЧПВ = \sum_{t=1}^n \frac{(ЧД_t - К_t)}{(1+X)^{t-1}} = 0 \quad (17)$$

Проте на практиці застосовують метод приблизної оцінки ВНД. Для цього проводять низку обчислень ЧПВ з поступовим збільшенням коефіцієнта дисконтування до тих пір, доки ЧПВ не стане від'ємною. Потім розраховується наближене значення ВНД за формулою:

$$ВНД \approx d_+ + \frac{ЧПВ(d_+)}{ЧПВ(d_+) - ЧПВ(d_-)} \times (d_- - d_+) \quad (18)$$

де d_+ – останнє (максимальне) значення коефіцієнта дисконтування (з низки проведених розрахунків), при якому ЧПВ залишалася позитивною;

d_- – перше (мінімальне) значення коефіцієнту дисконтування (з низки проведених розрахунків), при якому ЧПВ стала від'ємною;

$ЧПВ(d_-)$, $ЧПВ(d_+)$ – значення ЧПВ при дисконті, рівному d_- , і d_+ відповідно.

Критерієм економічної ефективності ІТ-проекту є значення внутрішньої норми прибутковості, що перевищує значення коефіцієнта дисконтування, прийнятого при обґрунтуванні ефективності проекту.

Отже, докладний аналіз узагальнених показників і висновки з нього, а також порівняння з показниками провідних підприємств, які впроваджують інформаційні та Інтернет-технології у виробничо-господарську діяльність, дозволять користувачам цієї методики підвищити ефективність і результативність функціонування підприємства у майбутньому.

Список літератури

1. Алексунин, В. А. *Електронная коммерция и маркетинг в Интернете* [Текст] : учебное пособие / В. А. Алексунин, В. В. Родигина. – М.: Дашков и К°, 2005. – 216 с.
2. Береза, А. М. *Електронна комерція* [Текст] : навчальний посібник / А. М. Береза, І. А. Козак, Ф. А. Левченко, В. М. Гужва, В. С. Трохименко. – Ірпінь: КНЕУ, 2002. – 326 с.
3. Богданова, Е. Л. *Информационный маркетинг* [Текст] : учебное пособие / Е. Л. Богданова. – СПб.: Альфа, 2000. – 174 с.
4. Гейтс, Б. *Бизнес со скоростью мысли* [Текст] / Б. Гейтс. – изд. 2-е, исправленное. – М.: Эксмо, 2005. – 480 с.
5. Данько, Т. П. *Електронний маркетинг* [Текст] : учебное пособие / Т. П. Данько, Н. Б. Завьяловой, О. В. Сагиновой. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 377 с.
6. *Електронна комерція* [Текст] : підручник / За редакцією М. В. Макарової. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 272 с.
7. *Интернет в маркетингу* [Текст] : підручник / І. В. Бойчук, О. М. Музика. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 512 с.
8. *Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності* [Текст] : підручник / За редакцією проф. О. М. Ананьєва. – Львів: Новий світ – 2000, 2006. – 584 с.
9. Лігоненко, Л. О. *Интернет-торгівля: стан розвитку та особливості бізнес-планування* [Текст] / Л. О. Лігоненко // *Актуальні Проблеми Економіки*. – 2003. – № 3. – С. 43-48.
10. Литовченко, І. Л. *Интернет-маркетинг* [Текст] : навчальний посібник / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
11. Пэйтел, К. *Секреты успеха в электронном бизнесе. Серия: Электронная коммерция* [Текст] / К. Пэйтел, М. Мак-Картни; пер. с англ. В. И. Петрова. – СПб.: Питер, 2001 г. – 342 с.
12. Сигел, Д. *Шаги в будущее. Стратегия в эпоху электронного бизнеса* [Текст] / Д. Сигел. – М.: Олимп-Бизнес, 2001 г. – 384 с.
13. Царёв, В. В. *Электронная коммерция* [Текст] / В. В. Царёв, А. А. Кантарович. – СПб.: Питер, 2002 – 320 с.
14. Эймор, Д. *Электронный бизнес: эволюция и/или революция* [Текст] / Д. Эймор. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 752с.
15. *Электронная коммерция* [Текст] : учебное пособие / Под ред. проф. С. В. Пирогова. – М.: Издательский дом «Социальные отношения», издательство «Перспектива», 2003. – 428 с.

РЕЗЮМЕ

Македонська Наталія

Методические подходы к оценке эффективности функционирования информационных и Интернет-технологий в управлении предприятиями на рынке масложировой продукции

Рассмотрены методические подходы к оценке эффективности функционирования информационных и Интернет-технологий в управлении предприятиями на рынке масложировой продукции. Разработана система показателей оценки эффективности функционирования информационных систем и Интернет-технологий.

RESUME

Matsedons'ka Natalia

Methodological approaches to assessing the effectiveness of functioning of information and Internet-technologies in the management of enterprises in the market oil and fat products

Methodical approaches to assessing of the effectiveness of functioning of information and Internet technologies in the management of enterprises to market oil and fat products are represented. A system of indicators to measure of the effectiveness of functioning of information systems and Internet technologies is considered.

Стаття надійшла до редакції 15.04.2011 р.

ВПЛИВ ПОЗИЧКОВОГО КАПІТАЛУ НА ОЦІНКУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ У ФІНАНСОВОМУ КОНТРОЛІНГУ

У статті розкрито питання оцінки інвестиційних проектів у фінансовому контролінгу у випадках залучення позичкового капіталу; та проблема впливу такого капіталу на формування вартості підприємства. Проаналізовано та доведено доцільність застосування методу оцінки інвестиційних альтернатив та вартості бізнесу за умов залучення позичкового капіталу.

Ключові слова: фінансовий контролінг, вартість бізнесу, позичковий капітал, гіпотеза Міллера-Модільяні, операційна короткозорість, інвестиційні проекти.

Питання оцінки вартості підприємства залишається одним з ключових в існуючих умовах функціонування бізнесу. Загалом, аналіз і оцінку вартості бізнесу залежно від мети можна поділити на кілька напрямків: оцінка вартості підприємства в процесі підготовки до злиття та поглинання (англ. -M&A – mergers and acquisitions), санації або продажу; оцінка вартості підприємства для формування подальшої стратегії його функціонування (підвищення конкурентоспроможності, просування бренду тощо) та для визначення фінансових результатів діяльності та розміру доходів власників та акціонерів. Проводячи аналіз інвестиційних проектів у фінансовому контролінзі, оцінку здійснюють у розрізі саме стратегічного планування та аналізу впливу інвестицій на поточне функціонування підприємства.

Оцінюючи інвестиційні проекти для внутрішнього користувача (власників, акціонерів, топ-менеджменту) контролери часто стикаються з явищем інвестиційної та оперативної короткозорості (operating myopia) [3, с. 7]. Фокусуючись на максимізації бухгалтерських показників діяльності підприємства (наприклад, на показнику рентабельності продажів або на відсотку від проданого товару чи наданої послуги) менеджер несвідомо робить вибір між стратегічним проектом та оперативним на користь останнього. Якщо ж менеджер відповідає за отримання короткострокового прибутку або ж за покращення окремих показників, він швидше відстрочить або ж відхилить інвестиційний проект,

який принесе прибуток у довгостроковій перспективі, а обере той проект, який дозволить максимізувати поточні показники [5, с. 414]. Відповідно, така операційна короткозорість може негативно вплинути на подальше функціонування підприємства.

До авторів, які у своїх працях розглядали питання оцінки інвестиційних проектів та проблемою визначення вартості бізнесу, належать: А. Дамадаран, Г. Кірейцев, К. Лодерер, М. Міллер, Ф. Модільяні, А. Павлов, І. Сазонець, В. Сопко, О. Терещенко, М. Хоммель та інші.

Метою написання статті є доведення необхідності врахування вартості позичкового капіталу при оцінці інвестиційних проектів у фінансовому контролінгу.

За своєю суттю інвестиції мають стратегічне значення. Вони є прямопов'язаними з майбутніми ризиками та невизначеністю щодо подальшого розвитку підприємства; несуть у собі відповідальність як за ризик ліквідності та рентабельності компанії, так і за її довгостроковий розвиток. Інвестиції можуть безпосередньо впливати на валові витрати та валовий дохід підприємства, водночас збільшуючи або ж зменшуючи конкурентоспроможність суб'єкта господарювання (рис. 1, власна розробка).

Для мінімізації ризиків, які виникають під час реалізації інвестиційних проектів, та для зменшення ймовірності прийняття помилкових рішень процес затвердження інвестиційних альтернатив є

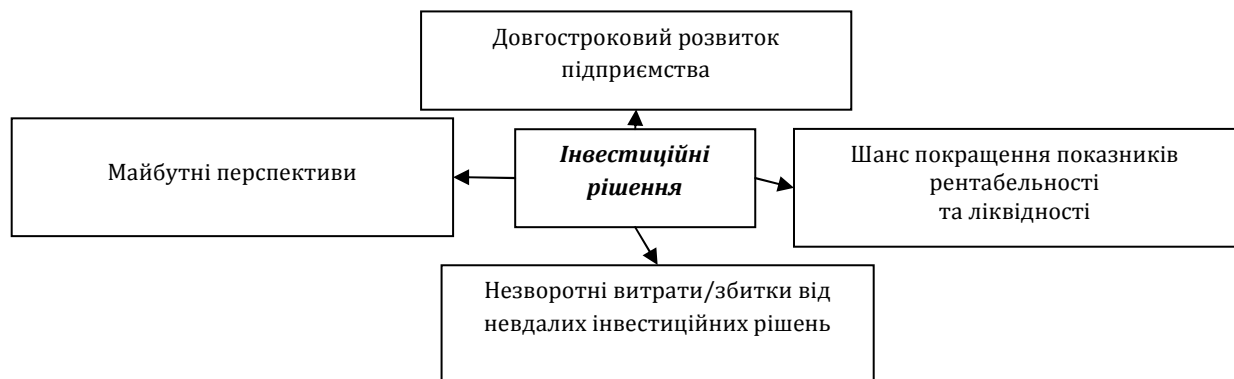


Рис. 1. Ризик/можливості, які виникають при прийнятті інвестиційних рішень

інтегрованим у систему фінансового контролінгу [6, с. 24].

Загальноприйнятим у теорії управління підприємством є те, що головною метою діяльності компанії завжди є збільшення вартості бізнесу. Вартість же компанії є базовою економічною концепцією, яку визначають у певний момент часу, дисконтуючи майбутні (очікувані) грошові потоки до теперішньої вартості [7].

Важливе значення фінансового контролінгу в досягненні головної мети підприємства полягає у тому, що він визначає можливість менеджерів вплинути на формування вартості бізнесу, збільшуючи розмір грошових потоків (завдяки дисконтуванню), або ж зменшуючи пов'язану з ними невизначеність та ризики (відповідно зменшуючи ставку дисконту).

Розглядаючи питання вартості підприємства в контексті інвестицій та фінансового контролінгу, окремої уваги заслуговує питання впливу позичкового капіталу (ПК) на формування вартості бізнесу. Загалом, за теоремою Модільяні-Міллера [9], ринкова вартість підприємства не залежить від структури корпоративних цінних паперів (відношення власного (акціонерного) та позичкового капіталу (емісія облігацій)) за умови раціональної поведінки економічних суб'єктів та досконалості ринків капіталу.

З першої теореми Модільяні-Міллера (1985) ("the market value of any firm is independent of its capital structure") [2] випливає, що ринкова вартість підприємства є іррелевантною до структури капіталу підприємства. Таким чином ринкова вартість компанії, яка залучає позичковий капітал для реалізації своїх інвестиційних проектів, буде рівною ринковій вартості компанії, яка не має таких боргових зобов'язань.

Незважаючи на те, що згідно із згаданою теоремою позичковий капітал не має прямого впливу на зміну

вартості бізнесу, врахування можливості залучення ПК в процесі оцінки інвестиційних проектів дозволяє більш точно визначити доцільність прийняття інвестиційних рішень.

Очікуваний періодичний дохід з відсотком α від власного капіталу підприємства, що не використовує позичковий капітал для реалізації інвестиційних проектів, становить:

$$\text{Прибуток} = \alpha * \chi - s * \alpha * \chi = \alpha * \chi * (1-s), \quad (1)$$

де χ – прибуток від інвестицій, а s – ставка податку (податок на прибуток підприємств), α – відсоток від власного капіталу.

Водночас, прибуток підприємства, яке має боргові зобов'язання у вигляді залученого позичкового капіталу складе таку суму:

$$\text{Прибуток} = \alpha * (\chi - i * FC) - s * \alpha * (\chi - i * FC) = \alpha * (\chi - i * FC) * (1-s), \quad (2)$$

де FC – позичковий капітал, i – відсоток по кредиту.

Відсотки від позичкового капіталу ($i * FC$) зменшують базу оподаткування [1]. Отже, вартість бізнесу, а також очікуваний прибуток від інвестиційного проекту із залученням ПК, буде на $\alpha * s * i * FC$ більшим, ніж очікуваний прибуток від реалізації проекту за рахунок лише власних ресурсів.

Різниця $\alpha * (1-s) * i * FC$ є нічим іншим, як податковим щитом (англ. – tax shield), який формується з процентних витрат на сплату відсотків з позичкового капіталу. Таким чином зменшене податкове навантаження дозволяє зменшити базу оподаткування підприємства, яке зобов'язане виплачувати відсотки за кредит, та отримати податковий кредит, який за рахунок арбітражу неможливо усунути (табл. 1).

Таблиця 1. Відмінність між прибутком від інвестиції з урахуванням та без урахування позичкового капіталу (ПК)

Прибуток від інвестиційного проекту із залученням ПК (Tax Shield)		Прибуток від реалізації інвестиційного проекту за рахунок власних коштів
$\alpha * (\chi - i * FC) * (1-s)$	<, =, >	$\alpha * \chi * (1-s) - \alpha * i * FC$
$\alpha * \chi * (1-s) - \alpha * i * FC * (1-s)$	>, =, <	$\alpha * \chi * (1-s) - \alpha * i * FC$
$\alpha * \chi * (1-s) - \alpha * i * FC + \alpha * s * i * FC$	>	$\alpha * \chi * (1-s) - \alpha * i * FC$

Якщо оцінку інвестицій проводять з урахуванням ПК, то вартість підприємства із значною частотою позичкового капіталу буде обчислюватися як сума ринкової вартості підприємства з самофінансуванням та чистої вартості підприємства із залученням позичкового капіталу ($s * i * FC$) [1]. У випадку, якщо податкові вигоди виступають у формі довічної ренти, їх варто визначати, застосовуючи методи дисконтування безризикових запозичень. При цьому неліквідні ризики є виключеними, а позичковий капітал є постійним. Ринкову вартість підприємства визначаємо за формулою:

$$V_v = V_u + (s * i * FC) / I = V_u + s * FC, \quad (3)$$

де V_v – ринкова вартість підприємства із борговими зобов'язаннями, s – ставка податку, I – початкова інвестиція, i – відсоток від позичкового капіталу, FC – позичковий капітал (ПК).

Продемонструємо проаналізоване на прикладі. Підприємство, що функціонує на фінансовому ринку України та планує вихід на IPO, проводить оцінку інвестиційного проекту та його впливу на вартість бізнесу. Підприємницький ризик (ризик недосягнення бізнес-цілей, зокрема отримання прибутку та збільшення вартості підприємства [8]) є сталим ($r(EC) = const$, де EC – equity capital). Очікуваний дохід від інвестиції дорівнює 13% при податку на дохід підприємства 23% [10, ст. 151]. Очікувані грошові потоки від реалізації обраної інвестиційної альтернативи складають (табл. 2).

*Згідно з пунктом 10 підрозділу 4 розділу XX «Перехідні положення» ПКУ, відповідно до підпункту 151.1 ст.151 з 1 квітня 2011 до 31 грудня 2011 податок на прибуток підприємства складе 23%.

Таблиця 2. Грошові потоки від реалізації інвестиційного проекту

Період	t_0	t_1	t_2	t_3	t_4
Очікуваний чистий грошовий потік після оподаткування (тис. грн.)		204,80	210	215,2	223
Початкова сума інвестицій (тис. грн.)	-1700,00				

Для підприємства, яке фінансує інвестиційний проект за рахунок власного капіталу, ринкову вартість визначаємо за формулою [4]:

$$V_{u,0} = \sum FCF_t / (1 + r(EC)_u)^t \quad (4)$$

Оцінюючи вартість інвестиційного проекту для підприємства та його впливу на капітальну вартість (CV_0) інвестицій, необхідно від ринкової вартості ($V_{u,0}$) відняти початкові інвестиції (I_0). В цьому випадку формула обчислення матиме вигляд:

$$CV_0 = -I_0 + \sum FCF_t / (1 + r(EC)_u)^t \quad (5)$$

Виходячи з початкових даних, оцінюємо капітальну вартість проекту для підприємства.

$$CV_0 = -1700 + 240,8 / (1+0,13) + 210 / (1+0,13)^2 + 215,2 / (1+0,13)^3 + (223 / 0,13) / (1+0,13)^3 = -16 \text{ тис. грн.}$$

Відповідно, інвестиційний проект не доцільно приймати, оскільки його реалізація призведе до зменшення капітальної вартості, зниження конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості компанії.

Якщо ж підприємство вирішує залучати позичковий капітал для реалізації окремої інвестиційної альтернативи, то у цьому випадку як чиста вартість (сума, що підлягає оподаткуванню), так і капітальна вартість проекту зміняться (застосовуємо метод APV – adjusted present value)*:

$$CV_0 = -I_0 + \sum FCF_t / (1 + r(EC)_u)^t + \sum (s^* i^* FC_{t-1}) / (1+i)^t \quad (6)$$

П'ятдесятивідсоткове фінансування проекту за рахунок позичкового капіталу передбачає отримання позики у розмірі 850 тис. грн. Щорічна виплата кредиту складає 10% та виплачується на початку року (табл. 3).

Таблиця 3. Щорічна виплата кредиту

Період	t_0	t_1	t_2	t_3	t_4
Початкові інвестиції	1700				
Позичковий капітал (сума кредиту)	850,00				
Щорічна сума погашення кредиту (10%)		-85,00	-76,5	-68,85	0,00
Залишок по кредиту		765,00	688,5	619,65	619,65

Сума сплачуваного податку (База оподаткування) з урахуванням вартості запозиченого капіталу визначається за формулою:

$$\text{База оподаткування} = s^* i^* FC_{t-1} \quad (7)$$

Обраховуємо щорічну базу оподаткування з інвестиційного податку при залученні позичкового капіталу (табл. 4).

Таблиця 4. Щорічна база оподаткування в умовах залучення ПК

Період	t_0	t_1	t_2	t_3	до t_4
Сума позичкового капіталу (тис. грн.)	850,00	765,00	688,5	619,65	619,65
Відсоток оподаткування з ПК (8%)		68,00	61,2	55,08	49,57
Податок на доходи підприємства від реалізації окремої інвестиції (23%)		15,64	14,08	12,67	11,40

Якщо підприємство для реалізації інвестиційного проекту залучає позичковий капітал та, відповідно, виплачує по ньому відсотки за кредит та податки, то компанія отримує фінансовий вигравш ($Total Revenue$) у розмірі:

$$TR_0 = \sum (s^* i^* FC_{t-1}) / (1+i)^t = 15,64/1,08 + 14,08/1,08^2 + 12,67/1,08^3 + (11,40/0,08) / 1,08^3 = 150,76 \text{ тис. грн.}$$

Враховуючи розмір позичкового капіталу, проводимо переоцінку вартості інвестиційного проекту. Отже,

$$CV_0 = -I_0 + \sum FCF_t / (1 + r(EC)_u)^t + \sum (s^* i^* FC_{t-1}) / (1+i)^t = -1700 + 1684 + 150,76 = 134,76 \text{ тис. грн.}$$

Оцінюючи вартість інвестицій за характеристиками чистої теперішньої вартості (NPV) – $CV = NPV$ – , де, якщо NPV є додатним – проект приймають, визначаємо, що

*Метод оцінки вартості бізнесу, якщо інвестиційний проект отримує фінансування лише за рахунок власного капіталу підприємства $APV = \text{Base-case NPV} + \text{PV of financing effect}$

проект варто запроваджувати та реалізовувати.

Таким чином, вартість підприємства після запровадження інвестиційного проекту, залучаючи при його реалізації позичковий капітал, збільшиться на 134,76 тис. грн. Отже, можемо вважати інвестицію такою, що є доцільною для підприємства, але лише за умови залучення позичкового капіталу для її реалізації.

Тобто бачимо, що залучення позичкового капіталу впливає на вибір інвестиційних проектів, а структура капіталу відіграє важливу роль у визначенні вартості інвестиції для підприємства.

Враховуючи все проаналізоване вище, ми довели, що, діючи за умов операційної короткозорості, менеджери піддають процес оцінки інвестиційних альтернатив підприємницькому ризику. Тобто, ризику неотримання тих фінансових та нефінансових вигід, на які розраховують власники та акціонери, у випадку реалізації інвестиційного проекту. Відповідно, важливим у процесі вибору інвестицій є не лише аналіз втілення такого інвестиційного задуму за рахунок власних ресурсів підприємства, але й оцінка інвестиційної альтернативи за умов залучення позичкового капіталу.

Таким чином, доходимо висновку, що при аналізі інвестиційних проектів у фінансовому контролінзі, окрім визначення ефективності таких проектів для підприємства за допомогою «класичних методів» оцінки (*NPV*, *DCF*, *ROT* тощо), доцільно аналізувати інвестиційні альтернативи, враховуючи можливість залучення позичкового капіталу.

Оскільки у процесі оцінки інвестиційних альтернатив спрацьовує операційна короткозорість, це призводить до неточності в аналізуванні впливу окремих інвестиційних проектів на формування вартості підприємства. Відповідно, неврахування впливу позичкового капіталу може призвести до відхилення стратегічно важливих інвестиційних проектів та, як наслідок, спричинити зменшення привабливості підприємства на ринку та зниження конкурентоздатності компанії. Відповідно, ігнорування можливості залучення додаткових коштів (ПК) для реалізації інвестиційних проектів не лише дозволить компанії реалізувати стратегічні цілі, які безпосередньо пов'язані з інвестиційним проектом, але й отримати певні податкові переваги (зокрема, податковий кредит).

Список літератури

1. Drukarczyk, J. *Unternehmensbewertung* / J. Drukarczyk, A. Schüler – München : Verlag Franz Vahlen GmbH, 2007. – P. 553
2. Gabler *Wirtschaftslexikon. Das Wissen der Experten. Modigliani-Miller-Theorem* [Електронний ресурс]: *Wirtschaftslexikon* - Режим доступу: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/modigliani-miller-theorem.html>.
3. Graber, R. S. *Management turnover and myopic decision-making* [Електронний ресурс] : *Academy of Accounting and Financial Studies Journal* May, 2004 - Режим доступу: http://findarticles.com/p/articles/mi_hb6182/is_2_8/ai_n29153816/
4. Hommel, M. *Fallbuch Unternehmensbewertung* [Електронний ресурс]: M. Hommel, I. Braun. – Heidelberg: Verlag Recht und Wirtschaft, 2002, p. 331 - Режим доступу: http://buklib.net/index.php?option=com_jbook&catid=121
5. Merchant, K. A. *Management control system: performance measurement, evaluation and incentives* / Merchant Kenneth A., Wim A. – Van der Stade / Pearson Education Limited, 2003. – 701 p.
6. Schafer, S. *Datenverarbeitungsunterstuetztes Investitions-Controlling*:
7. *Investitionsplanung, Investitionskontrolle im Rahmen eines betrieblichen Investitions-Controllingsystems* / Sigrid Schafer. –

Muenchen : Vahlen, 1993

9. Ziegenbein, K. *Controlling* / Klaus Ziegenbein. – 4., uberarbeitete Auflage. – Ludwigshafen: Kiehl, 1992.
10. Андрійчук, В. *Менеджмент: прийняття рішень і ризик* [Електронний ресурс] : навч. посібник / В. Андрійчук, Л. Байер. – К.: КНЕУ, 1998. – 316 с. – Режим доступу: <http://library.if.ua/books/83.html>
11. Модильяни, Ф. *Сколько стоит фирма? Теорема MM* / Ф. Модильяни, М. Миллер; пер. с англ. - М.: Дело, 1999, - 212 с.
12. *Податковий Кодекс України (ПКУ)* [Електронний ресурс] : від 02.12.2010 № 2755-VI / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.

РЕЗЮМЕ

Мелих Ольга

Влияние заемного капитала на оценку инвестиционных проектов в финансовом контроллинге

В статье раскрываются вопросы оценки инвестиционных проектов в финансовом контроллинге в случаях привлечения заемного капитала; и проблема влияния такого капитала на формирование стоимости предприятия. Проанализированы и доказана целесообразность применения метода оценки инвестиционных альтернатив и стоимости бизнеса в условиях привлечения заемного капитала.

RESUME

Melykh Olga

Impact of debt capital to evaluate investment projects in financial controlling

The article shows how to evaluate investment projects in financial controlling in cases of involving of debt capital, and the problem of influence on the formation of such capital value of the enterprise. Feasibility of the method of evaluating of investment alternatives and cost business environment to attract debt capital are analyzed and proved.

Стаття надійшла до редакції 28.03.2011 р.

АНАЛІТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ НА ОХОРОНУ ЗДОРОВ'Я В УКРАЇНІ

Проаналізовано особливості планування видатків в системі охорони здоров'я України, на прикладі Рівненської міської лікарні показано структуру витрат на охорону здоров'я та її специфіку в умовах вітчизняної економіки.

Ключові слова: охорона здоров'я, видатки на охорону здоров'я, медична сфера.

Нагромаджений досвід прогресивних реформ в системі охорони здоров'я європейських країн і до сьогодні не знайшов свого практичного відображення в діяльності закладів охорони здоров'я України. Численні популістські заклики вітчизняних урядовців стосовно актуальності і необхідності здійснення таких реформ в Україні так і залишаються скоріше «списком намірів», ніж реальними кроками в питаннях реформування однієї з найбільш проблемних сфер вітчизняної економіки.

Проблемам функціонування системи охорони здоров'я присвячені праці таких вчених як: Буковинський С., Камінська Т., Карамішев Д., Ковальчук С., Криштопа Б., проте недостатньо розкритим, на наш погляд, залишається діючий механізм планування витрат на охорону здоров'я. Отже, спробуємо проаналізувати діючу вітчизняну систему планування видатків на охорону здоров'я в аспекті її ефективності та адаптивності до модернізаційних перетворень.

Грошові надходження закладів охорони здоров'я одночасно є видатками бюджетів на охорону здоров'я. Тому говорячи про чинники, від яких залежить обсяг фінансування окремо взятого закладу, потрібно вести мову про бюджетне планування видатків на охорону здоров'я на державному та місцевому рівнях. Відповідно до Бюджетного кодексу України бюджетне планування є частиною бюджетного процесу і в його основі лежить кошторисне планування, основою якого виступає прогноз. Важливою складовою прогнозування та планування є аналіз факторів, які впливають на фінансові ресурси охорони здоров'я з урахуванням конкретних джерел їх формування.

Планування витрат за кошторисами відбиває певні економічні відносини між державою і відповідними установами охорони здоров'я з визначення розміру фінансових ресурсів, що виділяються для виконання покладених на них функцій. Кошторис бюджетної установи охорони здоров'я є основним індивідуальним фінансово-плановим документом, який надає повноваження щодо отримання доходів і здійснення видатків, визначає обсяг, спрямування коштів для виконання бюджетною установою своїх функцій та досягнення цілей, визначених на бюджетний період відповідно до бюджетних призначень.

Згідно з діючою бюджетною класифікацією видатки на утримання закладів охорони здоров'я плануються за такими групами [1]:

1) лікувально-профілактичні установи – лікарні, диспансери, лікарські та фельдшерські здоров'я пункти

при підприємствах, фельдшерсько-акушерські пункти, станції швидкої допомоги, станції переливання крові, санаторії для хворих на туберкульоз, санаторії для дітей, дитячі ясла та дитячі будинки;

2) санітарно-профілактичні установи і заходи – санітарно-епідеміологічні станції, дезінфекційні станції, заходи із запобігання, припинення епідемій, будинки та заходи з санітарної освіти;

3) інші установи та заходи – госпіталі та санаторії для інвалідів Великої Вітчизняної війни, бюро судово-медичної експертизи та інші заходи з охорони здоров'я.

Для визначення витрат на утримання установ охорони здоров'я застосовуються такі оперативні показники [2; 3]: по стаціонару – кількість лікарняних ліжок і ліжко-днів; по поліклініках – кількість лікарських відвідувань та лікарських посад.

Кількість лікарняних ліжок – головний сільовий показник для визначення витрат на утримання стаціонарних лікарень (характеризує лікарняні місця). Розрізняють нормативну потребу і фактичну її наявність. Нормативна потреба визначається, виходячи з чисельності жителів і показника госпіталізації в розрахунку на рік. Фактична наявність характеризує кількість встановлених в медичному закладі ліжок.

Розрахунок загальної потреби у ліжковому фонді міста, району здійснюється за формулою 1 [4]:

$$K = \frac{P \times H}{O \times 100} \quad (1)$$

K – середньорічне число ліжок; H – чисельність населення; P – процент госпіталізації; O – оборот ліжок.

Кількість ліжко-днів – добуток від множення середньорічної кількості ліжок на кількість днів функціонування одного ліжка в рік. При цьому слід враховувати, що кількість днів функціонування одного ліжка на рік по кожному профілю різна і визначається з урахуванням фактичних даних за минулі роки. Крім того, треба мати на увазі можливість збільшення кількості днів їх використання за рахунок кращого розподілу ліжок по відділеннях, скорочення простой ліжок, що виникають через капітальні ремонти приміщень, карантини, дезінфекцію та з інших причин. Показник «кількість ліжко-днів» використовується для визначення витрат на харчування хворих і придбання медикаментів.

Кількість лікарських відвідувань визначається шляхом множення чисельності жителів у районі на середню кількість відвідувань лікарні на рік (приблизно

30 разів). Загальна кількість відвідувань розподіляється за окремими спеціалістами – хірурги, терапевти тощо. Або кількість відвідувань у поліклініці визначають виходячи з кількості середньорічних лікарських посад, затверджених за кошторисом, кількості годин роботи лікаря цієї спеціальності на день, норми прийому хворих на годину та кількості робочих днів на рік.

Число лікарських відвідувань (V_n) визначається за формулою 2 [4]:

$$V_n = \sum_{i=1}^n L_{ci} \cdot \chi_i \cdot H_i \cdot D \quad (2)$$

де V_n – загальне число лікарських відвідувань у даній поліклініці; n – число лікарських спеціальностей; L_{ci} – середньорічне число лікарських посад i -ї спеціальності; χ_i – число годин роботи на день лікаря i -ї спеціальності; H_i – норма прийому хворих на день лікарем i -ї спеціальності; D – число робочих днів у році.

Даний показник використовується для визначення витрат на придбання медикаментів і перев'язувальних засобів при амбулаторному обслуговуванні населення.

При плануванні видатків на охорону здоров'я особлива увага звертається на розрахунок середньорічних показників, які характеризують діяльність закладів охорони здоров'я: кількість ліжок у лікувальних закладах і період їх функціонування; число лікарських посад у них; число лікарських відвідувань по амбулаторно-поліклінічній мережі [5].

Середньорічна кількість ліжок у лікувальних закладах (K) визначається за формулою 3 [4]:

$$K = \Pi + \frac{B \cdot M}{12} \quad (3)$$

де Π – перехідна кількість ліжок на початок планового року; B – кількість нових ліжок, які вводяться в дію в плановому році; M – число місяців функціонування нових ліжок, які вводяться.

Річний фонд заробітної плати працівників медичного закладу ($\Phi_{\text{рік}}$) розраховується за формулою 4 [4]:

$$\Phi_{\text{рік}} = \sum_{i=1}^n Z_{ci} \cdot C_{ci} \cdot 12 \quad (4)$$

де Z_{ci} – середньомісячна ставка заробітної плати, визначена для i -ї групи медичного персоналу за тарифікаційним списком, а для адміністративно-господарських та інших працівників – виходячи зі штатного розпису і встановлених посадових окладів; C_{ci} – середньорічна кількість посад по i -й групі працівників; n – 4 (чотири групи персоналу: лікарі, середній медичний персонал, молодший медичний персонал, адміністративно-господарський та інший персонал).

Господарські витрати розраховують відповідно до обсягу роботи установи, умов і режиму роботи. У плануванні видатків бюджету в розрізі окремих напрямів кодів видатків вони визначаються однотипно за формулою 5 [4]:

$$B = M \cdot P \quad (5)$$

де B – витрати на поточне утримання закладів за певним кодом видатків; M – сітвові показники, прийняті за розрахункову одиницю для даного коду видатків; P – середні видатки на розрахункову одиницю за певним кодом видатків.

Середні витрати на харчування і придбання медикаментів обчислюються за формулою 6:

$$H_{cv} = \left(\sum_{i=1}^n H_i \cdot V_i \right) \div 100 \quad (6)$$

де H_{cv} – середньозважена норма витрат; H_i – індивідуальна норма для ліжок i -ї спеціалізації; V_i – питома вага ліжок i -ї спеціалізації в загальній структурі ліжкового фонду.

Для розрахунку середніх видатків на придбання м'якого інвентарю (H_m) використовують дві норми – для нової і діючої мереж – формула 7 [4]:

$$H_m = \left(\sum_{s=1}^n H_{ni} \cdot V_i + \sum_{i=1}^n H_{di} \cdot V_i \right) \div 100 \quad (7)$$

де H_{ni} – індивідуальна норма витрат на придбання м'якого інвентарю, встановлена для нової мережі ліжок i -ї спеціалізації; H_{di} – індивідуальна норма витрат на придбання м'якого інвентарю, встановлена для діючої мережі ліжок i -ї спеціалізації; V_i – питома вага ліжок i -ї спеціалізації в загальній структурі ліжкового фонду.

У практиці бюджетного планування установ охорони здоров'я використовують матеріальні, фінансові та бюджетні норми. Норма витрат – це обсяг витрат на одну розрахункову одиницю. Матеріальні норми ґрунтуються на кількості матеріальних цінностей, які витрачаються на одиницю виміру. Наприклад, кількість палива для опалення 1 м³ приміщення, електроенергії на 1 м³ площі, набір продуктів харчування на день на одного хворого. Матеріальна норма, переведена за діючими державними цінами у вартісну, є фінансовою нормою, наприклад, вартість харчування на одного хворого на день [6].

Залежно від бази розрахунку розрізняють узагальнені та постатейні нормативи. Узагальнені характеризують обсяг витрат з усіх статей на певний виробничий показник, наприклад норми видатків на охорону здоров'я на одного жителя. Постатейні нормативи відображають норми витрат у розрізі окремих статей. За характером використання норми поділяють на обов'язкові та факультативні (розрахункові). Обов'язкові норми встановлюються органами державної влади та управління (норми харчування, ставки заробітної плати), факультативні – визначаються самими установами охорони здоров'я, виходячи зі звітних даних за минулі періоди.

Розглянемо порядок планування фінансових ресурсів закладів охорони здоров'я на прикладі Рівненської міської лікарні в процесі складання кошторису на 2009 рік. Кошторис на утримання лікарні затверджено в сумі 16927 тис. грн., в тому числі:

- надходження коштів із загального фонду бюджету – 16445 тис. грн.;
- надходження коштів із спеціального фонду бюджету – 482 тис. грн.;
- плата за послуги, що надаються лікарнею – 357 тис. грн.;

- інші джерела власних надходжень установи – 80 тис. грн.;
- інші надходження – 45 тис. грн.

Розглянемо порядок планування видатків Рівненської міської лікарні – код 1111 «Заробітна плата» (табл. 1).

Таблиця 1. Розрахунок фонду оплати праці в Рівненській міській лікарні на 2009 рік

Найменування посад	2009 р.				
	враховано в кошторисі				
	число посад			Середня ставка в місяць на 1 посаду	Сума в рік на усі посади ×12,5 міс. (тис. грн.)
на початок року	на кінець року	середньорічне			
Лікарі	314,5	337,25	326,0	1319	1901,2
в тому числі на поліклінічному відділенні	26	26	26	1155	108,9
Середній медперсонал	670,75	681	675	992	2691,8
Молодший медперсонал	459,75	462,75	461	692	1475,2
Адміністративно-господарський, обслуговуючий та інший персонал	216	189	199	643	757
Всього заробітна плата штатних працівників	1687	1696	1687	643	6934,1
З урахуванням економії у зв'язку з виплатою допомоги по тимчасовій непрацездатності					-208,4
Видатки на оплату праці в святкові дні і доплати за години нічної праці					359,5
Видатки на оплату осіб, які замінюють працівників, що пішли у відпустку					320,4
Видатки на оплату консультантів					10,4
Разом					7416

Як видно з табл. 1, усі видатки по оплаті праці за рік сумуються та віднімається сума економії ФОП у зв'язку з виплатою допомоги по тимчасовій непрацездатності.

Код 1131 «Придбання предметів, матеріалів, обладнання та інвентарю» розраховується таким чином:

- господарські видатки (по фактичних видатках за 2008 р.) – 21,5 тис. грн.;
- канцтовари (по фактичних видатках за 2008 р.) – 33,1 тис. грн.
- підписка періодичних видань згідно заявки лікарні на 2009 р. – 4,0 тис. грн.
- фарби, емалі, вапно та інші будматеріали – 51,4 тис. грн.

Всього: 110,0 тис. грн.

Код 1132 «Видатки на придбання медикаментів»

розраховується наступним чином, з врахуванням кількості ліжок:

Число ліжок – 845:

- ліжко-дні: $287300 \times 3,16 = 907,9$ тис. грн.
 - на відвідування в поліклініці: $95200 \times 90 = 85,7$ тис. грн.
 - придбання рентген-плівки: $500 \times 12 = 6,4$ тис. грн.
- Всього: 1000,0 тис. грн.

Код 1133 «Видатки на харчування»: $287300 \text{ л/днів} \times 6,00 = 1725,0$ тис. грн.

Код 1134 «Видатки на придбання м'якого інвентарю та обмундирування» (табл. 2).

Код 1136 «Оренда». Орендна плата за систему для гемодіалізу Ак95S згідно договору №04/02 від 01.06.07 р. з СП "Гамбрамед" м. Б-Дністровський Одеської області

Таблиця 2. Розрахунок видатків на придбання м'якого інвентаря та обмундирування на 2009 р. (грн.) [7]

Найменування	Кількість	Ціна	Сума
Халати медичні	300	40	12000
Простині	1250	20	25000
Наволочки верхні	1000	10	10000
Рушники вафельні	4000	4,50	18000
Підодіяльники	700	35	24500
Рушники махрові	25	10	250
Подушки перові	200	20	4000
Матраци	30	75	2250
Ковдри	40	100	4000
Всього:			100000

за 4 штуки 4820 грн. x 12 = 57840 грн. (з ПДВ).
 Погашення заборгованості за 2008 рік – 2160 грн.
 Всього: 60000 грн.
 Код 1138 «Видатки на послуги зв'язку»: 100000 грн.
 1. ПП «Зв'язковий»:
 Абонплата за телефони: 204 x 8,82 x 12 = 21591 грн.
 внутр. тел. (парал.): 51 x 5,20 x 12 = 3182 грн.
 міжміські тел. розмови: 3207 x 12 = 38484 грн.
 Сума = 63257 x 120% (ПДВ) = 75908 грн.
 ремонт, перестановка тел. апаратів: в місяць 288 грн.
 x 12 = 3360 грн.
 Разом: 79268 грн.
 2. ВАТ «Укртелеком»:
 Абонплата: 3 тел. x 7,35 x 12 = 264,60 грн.
 Оплата послуг малої АТС (внутр. зв'яз.): 10,50 грн. x
 12 = 126 грн.
 міські тел. розмови: 114 + 22,85 (ПДВ) x 12 = 1642,20
 грн.
 послуги Інтернету: 234,72 x 12 = 2816,64
 Разом: 4849,44 грн.
 3. УТЕЛ – оплата міжміських розмов:

в місяць 114 + 22,85 (ПДВ) x 12 = 1641,60 грн.
 погашення заборгованості за надані послуги в
 2004 р. – 14241 грн.
 Разом: 15882,60 грн.
 Код 1139 «Оплата інших послуг та інші видатки».
 Оплата вартості послуг з громадського харчування, що
 надаються стаціонарним хворим харчоблоком ТзОВ
 "Медхарчпром" згідно договору №4 від 17.01.05. –
 246000 грн. Заходи по охороні праці згідно
 розшифровки: всього – 14000 грн. (лабораторні заміри
 по електробезпеці – 2200 грн.; навчання персоналу в
 учкомбінаті – 400 грн.; оформлення кабінету охорони
 праці – 7000 грн.; проведення вентиляції в рентген-
 кабінеті – 4400 грн.).
 Код 1140 «Видатки на відрядження»:
 1) Курсові відрядження на 1 місяць в м. Київ (проїзд
 52 x 2 x 20 = 2080 грн.; оплата постільної білизни в
 поїзді 7 x 2 x 20 = 280 грн.; добові 18 x 30 x 20 = 10800
 грн.; квартирні 60 x 28 x 20 = 33600 грн.).
 2) Курсові відрядження в м. Львів на 1 місяць: 50000
 грн. (проїзд 14 x 4 = 56 грн.; добові 18 x 4 x 30 = 2160

Таблиця 3. Розрахунок витрат на водопостачання та водовідведення в Рівненській міській лікарні на 2009 р.
 [8]

	2009 р.	
	Нараховано лікарнею	Враховано в кошторисі
Обсяг споживання води холодної (тис.куб.м)	103	103
Середній розмір тарифу за 1 куб.м., грн.	1,37	1,37
Сума витрат на постачання води холодної в рік, тис. грн.	141,1	141,1
Витрати на водовідведення, тис. грн.	138,1	88,9
Всього по коду 1165	279,2	230

грн.; квартирні 8,50 x 30 x 4 = 1024 грн.).
 Разом: 34624 грн.
 Код 1162 «Оплата водопостачання і водовідведення» (табл. 3).
 Код 1341 "Виплата пенсій і допомоги" – 10000 грн.
 Відповідно до листа пенсійного фонду України в м. Рівне, сума витрат в місяць, що підлягає відшкодуванню обласною лікарнею складає 640 грн.
 640 x 12 = 7680 грн. (14 прац.)
 В 2009 році вийдуть на пільгову пенсію ще 5 чол.: 5

чол. x 46 x 10 = 2320 грн.
 Серед джерел фінансового забезпечення установ охорони здоров'я, фінансування яких здійснюється з бюджету міста (наприклад, м. Рівне), найбільша частка припадає на бюджетні асигнування (табл. 4): 2007 р. – 95,6%; 2008 р. – 93,9%; 2009 р. – 93,5%. Питома вага загального фонду місцевого бюджету у звітному періоді на 2,1% зменшилася порівняно із 2007 р. та на 0,4% порівняно із аналогічним показником 2008 р.

Таблиця 4. Питома вага джерел фінансового забезпечення закладів охорони здоров'я у загальній сумі

Показники	2007 р.	2008 р.	2009 р.	Відхилення 2009 року до:	
				2007 р.	2008 р.
Загальний фонд	93,9	93,5	93,7	-0,2	0,2
Спеціальний фонд	6,1	6,5	6,3	0,2	0,2

У 2009 р. галузь охорони здоров'я була профінансована з бюджету міста Рівне на 97,04% від потреби, що на 2,35% та 2,39% менше порівняно з аналогічними показниками 2007 та 2008 рр. в тому числі:

- лікарні профінансовані у 2007 р. на 99,45% від потреби; 2008 р. – на 99,36%; 2006 р. – 96,74% відповідно;
- територіальні медичні об'єднання профінансовані у 2007 р. на 99,2% від потреби; 2008 р. – на 98,95%; 2009 р. – 97,39% відповідно;
- спеціалізовані лікарні профінансовані у 2007 р. на 99,97% від потреби; 2008 р. – на 99,64%; 2009 р. – 98,86% відповідно;

- санаторії для хворих туберкульозом профінансовані у 2007 р. на 99,98% від потреби; 2008 р. – на 99,93%; 2009 р. – 99,84% відповідно;
- санаторії для дітей профінансовані у 2007 р. на 99,97% від потреби; 2008 р. – на 99,01%; 2009 р. – 99,84% відповідно;
- пологові будинки профінансовані у 2007 р. на 99,2% від потреби; 2008 р. – на 99,98%; 2009 р. – 96,13% відповідно;
- будинки дитини профінансовані у 2007 р. на 99,97% від потреби; 2008 р. – на 99,7%; 2009 р. – 99,53% відповідно;
- станції переливання крові профінансовані у 2007 р. на 99,87% від потреби; 2008 р. – на 99,31%; 2009 р. –

- 98,01% відповідно;
- станції швидкої та невідкладної допомоги профінансовані у 2007 р. на 99,9% від потреби; 2008 р. – на 100% ; 2009 р. – 96,43% відповідно;
- поліклініки та амбулаторії профінансовані у 2007 р. на 98,73% від потреби; 2008 р. – на 99,46% ; 2009 р. – 96,01% відповідно;
- стоматологічні поліклініки профінансовані у 2007 р. на 97,18% від потреби; 2008 р. – на 99,14% ; 2009 р. – 93,39% відповідно;
- фельдшерсько-акушерські пункти профінансовані у 2007 р. на 97,04% від потреби; 2008 р. – на 98,96% ; 2009 р. – 95,89% відповідно;
- центри здоров'я профінансовані у 2007 р. на 99,45%

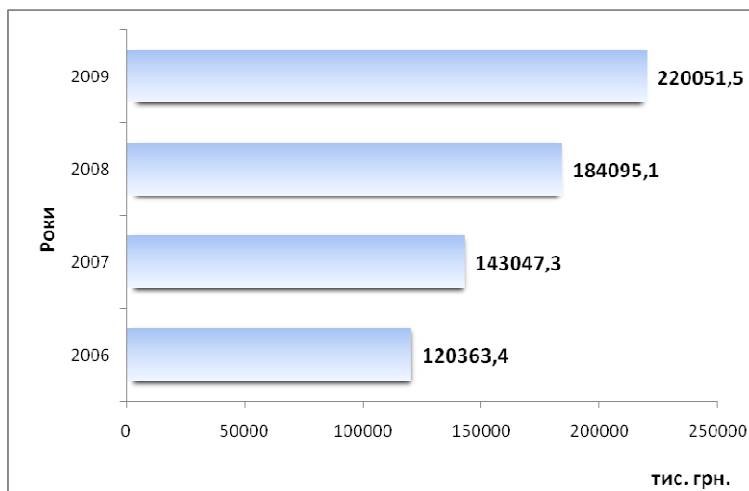


Рис. 1. Фінансування галузі охорони здоров'я з бюджету міста Рівне за 2006-2009 роки

від потреби; 2008 р. – на 99,36% ; 2009 р. – 96,74% відповідно. за 2006-2009 роки наведено на рис. 1.

Динаміку доходів галузі охорони здоров'я, Видатки бюджету міста Рівне на охорону здоров'я з фінансування якої здійснюється з бюджету міста Рівне, кожним роком зростають. Так, обсяг фінансування даної

Таблиця 5. Структура видатків бюджету міста Рівне на утримання установ охорони здоров'я у 2007-2009 рр.

Установи охорони здоров'я	2007 р.		2008 р.		2009 р.	
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Лікарні	80288,5	56,13	101038,6	54,88	124576,1	56,61
Територіальні медичні об'єднання	5142,2	3,59	11064,4	6,01	10853,6	4,93
Спеціалізовані лікарні	20553,9	14,37	26338,9	14,31	31496,2	14,31
Пологові будинки	4560,8	3,19	4357,1	2,37	5795,4	2,63
Санаторії для хворих туберкульозом	1302,6	0,91	1522,3	0,83	2170,2	0,99
Санаторії для дітей	2235,1	1,56	2433,3	1,32	2411,7	1,09
Будинки дитини	1146,2	0,8	1395,1	0,76	1599,7	0,73
Станції переливання крові	756,1	0,53	891,9	0,48	1191,5	0,54
Станції швидкої та невідкладної допомоги	4703,9	3,29	4159,1	2,26	5644,7	2,57
Поліклініки та амбулаторії	10057,3	7,03	12108,4	6,58	16464,3	7,48
Стоматологічні поліклініки	2437,4	1,7	2650,9	1,44	3687,1	1,68
Фельдшерсько-акушерські пункти	4023,5	2,81	5079,5	2,76	6369,2	2,89
Центри здоров'я	176,1	0,12	237,7	0,13	262,5	0,12
Разом по галузі	143047,3	100	184095,1	100	220051,5	100

галузі у 2009 р. становив 220051,466 тис. грн., що на 19,5%, 53,8% та 82,8% більше порівняно з аналогічними показниками 2008 р., 2007 р. та 2006 р.

Структура видатків бюджету міста Рівне на утримання установ охорони здоров'я у 2007-2009 рр. наведена в табл. 5.

Найбільша частка видатків, що виділяються з бюджету міста Рівне на фінансування установ охорони здоров'я, припадає на лікарні – близько 54%-56%.

Питома вага видатків на спеціалізовані лікарні становить близько 14%; поліклініки та амбулаторії – 7%; територіальні медичні об'єднання – 5%; пологові будинки, станції швидкої та невідкладної допомоги і фельдшерсько-акушерські пункти – 2%-3%; санаторії для дітей та стоматологічні поліклініки – від 1% до 1,7%; санаторії для хворих на туберкульоз, будинки дитини, станції переливання крові та центри здоров'я – до 1%.

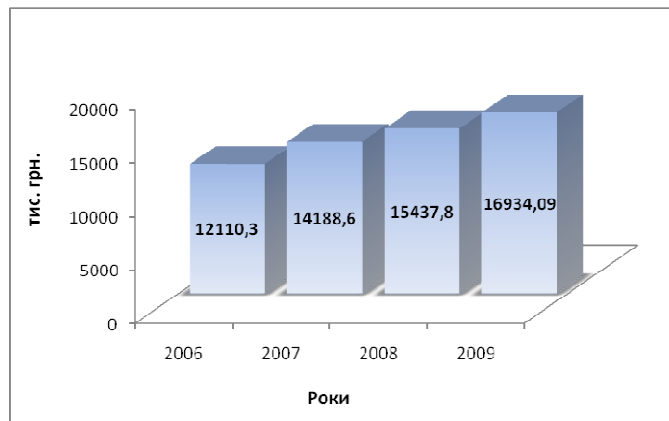


Рис. 2. Доходи Рівненської міської лікарні, які фактично профінансовані з бюджету міста Рівне у 2006-2009 рр.

Частка коштів, що виділялись на фінансування Рівненської міської лікарні, у видатках бюджету міста Рівне на галузь охорони здоров'я у 2009 році становила 7,69%. Динаміку доходів Рівненської міської лікарні, які фактично профінансовані з бюджету, наведено на рис. 2.

Фактичний обсяг фінансування Рівненської міської лікарні у 2009 р. найбільший, становить близько 16934,09 тис. грн., що на 39,8%, 19,4% та 9,7% більше порівняно з 2007, 2008 та 2009 рр. Таке явище можна

Таблиця 6. Джерела фінансування Рівненської міської лікарні у 2009 році* (тис. грн.)

Джерела доходів	Затверджено кошторисом	Надійшло коштів	Відхилення від плану	
			тис. грн.	%
Загальний фонд	12662,9	12652,2	-10,7	99,9
Спеціальний фонд, в т.ч.	4986,858	4281,894	-704,964	85,7
Медичні послуги	285,8503	257,818	-28,03	90,2
Надходження від виробничої та/або господарської діяльності	79,4693	71,266	-8,2	89,7
Оренда майна бюджетних установ	49,8804	42,286	-7,6	84,8
Благодійні внески, гранти та дарунки	4571,658	3910,524	-661,13	85,5
Доходи всього	17649,76	16934,09	-715,664	95,9

охарактеризувати як позитивну тенденцію, однак варто звернути увагу, що при цьому потреба лікарні у фінансових ресурсах повністю не забезпечується. Доходи Рівненської міської лікарні у 2009 р. в розрізі основних джерел наведено в табл. 6.

Аналіз даних табл. 6 свідчить, що у 2009 р. Рівненська міська лікарня фінансувалася з бюджету міста Рівне у розмірі 16934,09 тис. грн., що на 715,664 тис. грн. або 4,1% менше, ніж було затверджено кошторисом. При цьому фактичне фінансування за рахунок коштів загального фонду становило 12652,2 тис. грн., що на 10,7 тис. грн. або 0,1% менше від потреби; а за рахунок коштів спеціального фонду – 4281,894 тис. грн., що на 704,964 тис. грн. або 14,3% менше від затвердженого в кошторисі.

Питома вага коштів загального та спеціального фондів, які були затверджені кошторисом, у загальному обсязі доходів Рівненської міської лікарні у 2009 році становила 72% та 28% відповідно.

Розглянемо структуру власних надходжень Рівненської міської лікарні у 2009 році. Як свідчать дані табл. 7, найбільшу питому вагу у загальному обсязі власних надходжень Рівненської міської лікарні у 2009 р. мають благодійні внески, гранти та дарунки – 91,33%; частка платних медичних послуг становить 6,02%; надходжень від виробничої та/або господарської діяльності – 1,66%; частка орендної плати за користування майном установи – 0,99%. Фактичні показники відхиляються від планових в межах 1%.

Платні послуги Рівненська міська лікарня надає відповідно до затвердженого Постановою Кабінету

Таблиця 7. Структура власних коштів Рівненської міської лікарні у 2009 р.

Джерела доходів	Затверджено кошторисом		Надійшло коштів		Відхилення від плану, %
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	
Спеціальний фонд, в т.ч.:	4986,858	100	4281,894	100	-
медичні послуги;	285,8503	5,73	257,818	6,02	0,29
надходження від виробничої та/або господарської діяльності;	79,4693	1,59	71,266	1,66	0,07
оренда майна бюджетних установ;	49,8804	1,00	42,286	0,99	-0,01
благодійні внески, гранти та дарунки.	4571,658	91,68	3910,524	91,33	-0,35

Міністрів України «Переліку платних послуг, що можуть надаватись в державних та комунальних закладах охорони здоров'я» №195 від 15.02.1999 р., №989 від 11.07.2002 р., №644 від 28.07.2010 р. В Рівненській міській лікарні надаються такі послуги за плату: індивідуальна дозиметрія; медичні обстеження на одержання дозволу на носіння зброї; медогляд водіїв; видача довідки громадянам про стан здоров'я для виїзду за кордон; плата за підготовку лікарів-інтернів на контрактній основі; обстеження на комп'ютерному топографі; випічка хліба і хлібобулочних виробів; виготовлення ксерокопій; послуги пральні окремим установам за договорами (готель, школа-інтернат тощо); надходження орендної плати. На жаль, розширення переліку платних медичних послуг пов'язане, насамперед, з недофінансуванням галузі.

Таким чином, розширення джерел фінансування охорони здоров'я України в умовах ринкових трансформацій потребує удосконалення кошторисного порядку планування і фінансування установ охорони, оскільки сам процес планування, використання норм і нормативів поставлений в залежність від наявних бюджетних коштів. Саме завдяки ефективному та погодженому плануванню фінансових ресурсів установ охорони здоров'я України, а також прогнозуванні їх тенденцій на наступні роки забезпечується стабільність медичних закладів, їх стійкість по відношенню до зовнішніх і внутрішніх дестабілізуючих чинників, а також раціональне та ефективне використання всіх наявних та доступних фінансових ресурсів.

Список літератури

1. Буковинський С.А. Кошториси доходів і видатків бюджетних установ і організацій / С.А.Буковинський // *Фінанси України*. –2000. –№12.
2. Криштопа Б. Органи управління та керівництво охороною здоров'я в період української державності / Б.Криштопа // *Агарт*. –2000. –№12.
3. Карамішев Д. Можливості застосування лізингових операцій у вирішенні питань ресурсозабезпечення галузі охорони здоров'я / Д.Карамішев // *Вісник Національної академії державного управління при Президенті України*. – 2006. –№ 2. –С.188–193.
4. Ковальчук С.В. *Фінанси: Навч. посібник* / С.В.Ковальчук, І.В.Форкун. –Львів: Новий світ, 2006. –568 с.
5. Камінська Т.М. Про розвиток квазіринкових відносин в охороні здоров'я / Т.М. Камінська // *Економічна теорія*. – 2006. –№6. –с.17-24.
6. Наказ Міністерства охорони здоров'я України «Про штатні нормативи та типові штати закладів охорони здоров'я» від 23.02.2000 р. №33. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.moz.gov.ua>.
7. Фінансові плани Рівненської міської лікарні на 2009 р.
8. Дані Управління бюджету і фінансів Рівненського міськвиконкому.

РЕЗЮМЕ

Мельник-Бантон Ольга

Аналитические подходы к планированию расходов на здравоохранение в Украине

Проанализированы особенности планирования расходов в системе здравоохранения Украины, на примере Ровенской городской больницы показано структуру расходов на здравоохранение и его специфику в условиях отечественной экономики.

Mel'nyk-Banton Ol'ha **Analytical approaches to planning health care costs in Ukraine**

The peculiarities of health care finance planning are analyzed, the structure of health care expenditures is shown in an example of hospital of Rivne city and its peculiarities in a condition of national economy.

Стаття надійшла до редакції 15.04.2011 р.

Світлана НЕСТЕРОВА

кандидат економічних наук, доцент,
Мукачівський державний університет

Маріанна СТЕГНЕЙ

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та кредиту,
Мукачівський державний університет

Василь СІДУН

Мукачівський державний університет

АДАПТАЦІЯ АНАЛІЗУ ЛІКВІДНОСТІ І ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ДО СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У статті охарактеризовано склад системи показників оцінки ліквідності та платоспроможності підприємств. Виділено недоліки існуючих підходів до інтерпретації граничних значень показників ліквідності. Досліджено та проаналізовано рекомендовані значення означених показників у сучасних умовах.

Ключові слова: коефіцієнтний аналіз, платоспроможність, ліквідність балансу, ліквідність активів, коефіцієнт Бівера.

Ринкові умови господарювання вимагають від його суб'єктів дотримання платіжної дисципліни. З точки зору фінансового аналізу, для того, щоб визначити рівень платіжної дисципліни, необхідно розробити прозору методикою її кількісної оцінки. Такою методикою може виступити застосування системи показників оцінки ліквідності та платоспроможності. Однак спостерігається досить часте ототожнення понять ліквідності та платоспроможності, відрізняється порядок розрахунку тотожних показників, або ж, навпаки, коефіцієнти платоспроможності і ліквідності за однакових методів розрахунку мають різну назву. Крім того, до цього часу немає єдиного підходу до інтерпретації граничних значень відповідних коефіцієнтів. Теоретичні засади та практичні підходи до оцінки платоспроможності та ліквідності підприємств розглядалися в працях багатьох зарубіжних і вітчизняних науковців та практиків, зокрема: І. Бланка [1], М. Болюха [2], І. Макаруча [3], А. Поддєрьогіна [4], Г. Савицької [5], Н. Тарасенка [6], а також Е. Нікбахта і А. Гропеллі та інших. Але запропоновані підходи не завжди враховують вимоги вітчизняних умов господарювання. Крім того, проблема зміцнення платоспроможності та ліквідності настійно вимагає розробки і впровадження методик, спрямованих на більш ефективний контроль за їх рівнем, на використання значного набору аналізованих показників.

Правильна інтерпретація фінансових коефіцієнтів може вказати аналітику на сфери, які вимагають подальшого вивчення. Тому метою нашого дослідження є огляд методичних підходів до аналізу ліквідності та платоспроможності підприємств. Завданням при цьому було виявити основні проблеми, що виникають при встановленні рекомендованих значень основних показників ліквідності і платоспроможності підприємств у сучасних умовах господарювання.

Методологічною основою кількісної оцінки

ліквідності та платоспроможності виступає коефіцієнтний аналіз (метод фінансових коефіцієнтів): простий, зручний та інформативний метод, за допомогою якого можна вчасно виявити загрозу зниження платоспроможності підприємства.

Перевагою методу фінансових коефіцієнтів є можливість узагальнення результатів на різних господарських об'єктах з метою подальшого їхнього порівняльного аналізу. Проте такий аналіз можливий за умов існування критеріальних норм (певного еталонного рівня) прийнятих коефіцієнтів. Однак на сьогодні існування такого еталонного рівня видається сумнівним. Це пов'язано передусім із складною економічною ситуацією в країні, яка спричиняє певні відхилення від звичайних норм поведінки суб'єктів господарювання в процесі управління грошовими коштами. Так унаслідок існування великої кількості податків і різного роду зборів, вітчизняні підприємства змушені демонструвати відсутність грошових коштів для податкової адміністрації, а інвестиції здійснювати поза балансом. Високий рівень інфляції спричиняє недоцільність утримувати в складі активів значну частку високоліквідних активів, які знецінюються в першу чергу, та своєчасно гасити кредиторську заборгованість.

Через це є неможливим використання досвіду країн з високим рівнем та стабільністю економічного розвитку. Отже, для адекватної оцінки платоспроможності та ліквідності потрібно адаптувати метод фінансових коефіцієнтів до особливостей вітчизняної економіки.

Окрім іншого, на сьогоднішній день відсутня повноцінна науково обґрунтована системна упорядкованість набору відносних показників. Для практики складнощі викликає велика кількість їх назв, багато з яких повторюють один одного.

Проте особливо гостро постає проблема інтерпретації граничних рівнів, які на практиці ніколи

не досягаються. Методики аналізу і оцінки, запропоновані державними інституціями, рекомендують мінімальні нормативні значення показників ліквідності та платоспроможності, обумовлюючи це складним перехідним станом вітчизняної економіки, який зумовив платіжну кризу багатьох вітчизняних підприємств різних галузей [8, 9]. Наукові джерела, навпаки, оптимізують нормативи величини показників платоспроможності. Розглянемо запропоновані критеріальні норми для найбільш живих показників.

У першу чергу, це коефіцієнт абсолютної ліквідності, який традиційно визначається відношенням найбільш ліквідних активів до поточної заборгованості підприємства. Цей коефіцієнт є найбільш жорстким критерієм платоспроможності, проте у багатьох вітчизняних підприємств значення даного показника у декілька разів менше за рекомендовані значення. Однак, поряд із цим, вони спроможні вчасно розраховуватися зі своїми кредиторами, і не доводиться говорити про їх неплатоспроможність. Отже, виникає питання: наскільки обгрунтованим є механізм розрахунку вказаного коефіцієнта та його критеріальні норми.

Методичними рекомендаціями ДПАУ визначено, що цей коефіцієнт має знаходитись в межах $0,25 < K_{ал} < 0,3$. Згідно з методикою [8] теоретичне значення цього коефіцієнта має бути в межах $0,2—0,35$ з урахуванням того, що «значення показника менше 0,2 є зовнішньою ознакою неплатоспроможності». Це означає, що на 20—35% підприємство може в поточний момент погасити всі свої короткострокові борги і платоспроможність вважається нормальною.

На практиці фактичні середні значення коефіцієнтів ліквідності бувають значно нижчими, але це ще не дає підстави робити висновки про неможливість підприємства негайно погасити свої борги, бо малоймовірно, щоб усі кредитори підприємства одночасно висунули йому свої боргові вимоги. На нашу думку, при аналізі цього показника варто вивчити структуру поточних зобов'язань з приводу строків їх погашення і оцінку термінової ліквідності здійснювати шляхом зіставлення наявних ліквідних коштів з найбільш строковими зобов'язаннями.

Ми схиляємось до думки про недоцільність використання критичного значення 0,2 для оцінки показника абсолютної ліквідності вітчизняних підприємств. Причиною виступає той факт, що більшість підприємств демонструють відсутність грошей, а інвестиції здійснюють поза балансом з метою уникнення значного оподаткування. Слід звернути увагу також на те, що показник абсолютної ліквідності є одномоментним, статичним і не віддзеркалює стану активів протягом певного періоду. У цьому випадку можна розраховувати усереднені показники залишку грошових коштів в межах, скажімо, одного місяця, що дозволить отримати реальну картину забезпеченості підприємства найбільш ліквідними засобами. В цілому, на нашу думку, показник слід розглядати лише як важливе доповнення до оцінки динаміки та визначення чинників, які впливають на розмір коефіцієнтів швидкої та поточної ліквідності.

Менш жорстким є коефіцієнт швидкої (проміжної, суворой, термінової) ліквідності, або коефіцієнт кислотного тесту. Цей показник враховує якість активів, тобто при його розрахунку використовуються найбільш ліквідні поточні активи. Він допомагає оцінити можливість погашення підприємством

короткострокових зобов'язань у більш тривалий термін. Рекомендоване найнижче значення цього показника 1, найвище — 2. Проблемним моментом для інтерпретації достатності значення показника при оцінці ліквідності конкретного підприємства є дебіторська заборгованість. Саме її розмір формує величину цього коефіцієнта. Проте доведено, що певний відсоток дебіторської заборгованості априорі є безнадійним щодо повернення. Отже, оцінка коефіцієнта швидкої ліквідності лише шляхом порівняння з нормативним значенням має досить умовний характер, оскільки його зростання може відбуватися в тому числі за рахунок збільшення розмірів безнадійної дебіторської заборгованості, і це навряд чи характеризуватиме діяльність підприємства позитивно. Тому, аналізуючи зміни коефіцієнта, слід звертати увагу на чинники, що обумовили цю зміну, провести ретельний аналіз динаміки, складу і структури дебіторської заборгованості підприємства.

Узагальнюючим показником ліквідності є коефіцієнт покриття або загальний коефіцієнт ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності. Він розраховується відношенням поточних активів до поточних зобов'язань [7] та відображає, якою мірою поточні кредиторські зобов'язання забезпечуються всіма поточними активами, що зазначені у балансі. Рекомендовані значення варіюються, що свідчить про відсутність у науковців єдиного підходу до інтерпретації даного показника. У роботі [3, ст. 38] наводиться рекомендоване значення 1,5—2,5, тоді як методичними рекомендаціями, затвердженими ДПАУ та НБУ, нормативне значення показника встановлено на рівні 2,0—2,5 [10], відповідною методикою [8] визначено, що «значення коефіцієнту покриття у межах 1 - 1,5 свідчить про те, що підприємство своєчасно ліквідує борги».

Дуже часто при зниженні коефіцієнта покриття як можливі заходи щодо виправлення становища наводяться рекомендації, які передбачають, з одного боку, зменшення кредиторської заборгованості (поточних зобов'язань загалом), а з іншого збільшення оборотних активів. Механічне виконання цих рекомендацій означає відмову від авансів покупців, якнайшвидший розрахунок з кредиторами, надмірну закупівлю запасів, затоварення складу готовою продукцією і т. д. На нашу думку, подібні заходи є неекономічними. Причини зниження ліквідності можна виявити, змінивши формулу коефіцієнта покриття:

$$K_{п} = \frac{OA}{KЗ} = \frac{A - HA}{KЗ} = 1 + \frac{BK + DK - HA}{KЗ} \quad (1)$$

де $KЗ$ – короткострокові зобов'язання;

OA – оборотні активи;

A – активи;

HA – необоротні активи;

BK – власний капітал;

DK – довгострокові кредити.

Таким чином, зниження коефіцієнта покриття полягає в нестачі власних засобів (накопичений прибуток), недостатніх об'ємах залучених довгострокових кредитів (за рахунок яких фінансуються капітальні вкладення), надмірних капітальних вкладеннях та невідповідних умовах взаєморозрахунків.

Для своєчасного виявлення загрози формування незадовільної структури балансу у прибутково

працюючого підприємства, здатної в перспективі привести до появи ознак поточної, критичної, а потім і надкритичної неплатоспроможності, необхідно проводити систематичний експрес-аналіз фінансового стану підприємства. Це дозволить здійснити попереджувальні заходи, спрямовані на запобігання банкрутства. Такий аналіз відповідно до Методичних рекомендацій по виявленню ознак неплатоспроможності підприємства і ознакою дії по приховуванню банкрутства, фіктивного банкрутства, або доведення до банкрутства, затверджені наказом Мінекономіки України від 17.01.2001 р. № 10 (далі – Методичні рекомендації) [9] проводиться за допомогою коефіцієнта Бівера, що пропонується розраховувати в наступний спосіб:

$$K_B = \frac{ЧП - А}{ДЗ + ПЗ} \quad (2)$$

де ЧП – чистий прибуток;

А – амортизація;

ДЗ, ПЗ – відповідно довгострокові та поточні зобов'язання;

Зауважимо, що в Методичних рекомендаціях пропонується в чисельнику даної формули використовувати саме різницю між чистим прибутком і амортизацією підприємства [9]. Спробуємо розібратися, який економічний зміст уклали розробники Методичних рекомендацій у цей показник. Виходить, що в цьому документі пропонується з різниці доходів і витрат (уже включають у себе амортизацію) ще раз віднімати витрати (їхня частина у вигляді амортизації). На наш погляд, такий підхід не має економічного змісту, до того ж знайдеться небагато підприємств, у яких чисельник у формулі розрахунку коефіцієнта Бівера буде мати позитивне значення при розрахунку його в порядку, передбаченому Методичними рекомендаціями [9]. Ми вважаємо, що при розрахунку значення коефіцієнта Бівера в чисельнику необхідно використовувати суму чистого прибутку й амортизації. Цей показник має конкретний економічний зміст у фінансовому менеджменті і зветься потоком грошових коштів. Щоб не бути голослівними, зазначимо, що, наприклад, Н. В. Тарасенко [6] вказує, що потік коштів є сумою чистого доходу й амортизації, на це вказує і І. О. Бланк [1]. Підтвердженням у цьому випадку можуть служити і норми П(с)БО 4 «Звіт про рух грошових коштів».

Крім того, коефіцієнт Бівера не є показником, «винайденим» розробниками Методичних рекомендацій — його широко використовують як вітчизняні, так і зарубіжні фінансові аналітики. Наприклад, Г. В. Савицька: «коефіцієнт Бівера дорівнює відношенню припливу коштів до загальної суми заборгованості...» [5]. У свою чергу, як ми зазначали вище, приплив коштів є сумою (а не різницею) чистого прибутку й амортизації.

Таким чином, розрахунок коефіцієнта Бівера необхідно здійснювати в такий спосіб:

$$K_B = \frac{ЧП + А}{ДЗ + ПЗ} \quad (3)$$

За такого алгоритму розрахунку коефіцієнта Бівера його доцільно використовувати для проведення експрес аналізу фінансового стану підприємства

(фінансового моніторингу), щоб своєчасно виявляти тенденції формування незадовільної структури балансу. Якщо значення цього показника протягом тривалого часу не перевищує 0,2, то це свідчить про формування незадовільної структури балансу. Значення коефіцієнта Бівера, що рекомендується міжнародними стандартами, знаходиться в інтервалі 0,17 - 0,4.

Таким чином, використання коефіцієнта Бівера в тому вигляді, який передбачає використання показника чистого руху коштів, дозволить вчасно реагувати на повідомлення платоспроможності підприємства і вживати запобіжних заходів.

Отже, розглянуті показники ліквідності і платоспроможності відіграють важливу роль в аналізі платоспроможності підприємства, проте вони мають певні недоліки:

- статичність - показники розраховуються на підставі балансових даних, що характеризують майновий стан підприємства на певну дату і, відповідно, одномоментні. Звідси і необхідність аналізу їх за декілька періодів;
- можливість завищення значень показників ліквідності через включення до складу оборотних активів статей, які формально не належать до групи найменш ліквідних, проте є такими за сутністю;
- наявність потенційних зобов'язань, що не відображаються в балансі і не враховуються при розрахунках коефіцієнтів ліквідності. Саме тому необхідно розкрити повну суму фінансових зобов'язань в примітках до фінансової звітності.

В умовах ринкової економіки, підтримання ліквідності та платоспроможності на належному рівні є надзвичайно важливим завданням для будь-якого підприємства. Низька ліквідність та платоспроможність підривають можливості здійснення нормального виробничого процесу, позбавляють можливостей залучення додаткових фінансових ресурсів внаслідок низької довіри кредиторів та інших контрагентів, зумовлюють додаткові непродуктивні витрати у вигляді пені та штрафів тощо.

Саме для того, щоб завчасно виявити та виправити можливі негативні тенденції у фінансовому стані підприємства, провадиться фінансовий аналіз його діяльності. Використовуючи розроблені та широко розповсюджені методи проведення аналізу, фінансовий аналітик може дати всебічну оцінку стану ліквідності та платоспроможності підприємства. При цьому варто пам'ятати, що конкретні умови вимагають врахування специфіки кожного випадку та застосування нетрадиційних підходів і власних розробок.

Але оцінка стану ліквідності та платоспроможності - це лише початковий етап роботи аналітика. Не менш важливим є виявлення причин, які призвели до зміни показників ліквідності та платоспроможності, що дає можливість розробки заходів спрямованих на подолання негативних тенденцій. Без цього фінансовий аналіз перетворюється на статистичну обробку інформації. І тому після того, як отримані необхідні показники, необхідно виявляти причини (фактори) впливу.

Список літератури

1. Бланк І. А. Фінансовий менеджмент / І. А. Бланк. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2004. – 656с.
2. Болюх М. А. Економічний аналіз господарської діяльності / М. А. Болюх, В. І. Іващенко. – К.: ЗАТ "НІЧЛАВА", 2001. – 204 с.
3. Макарчук І. Основні показники оцінки платоспроможності та ліквідності підприємств і методика їх визначення / І. Макарчук //Формування ринкових відносин в Україні.– 2008.– №7.– С. 36-41.
4. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств: Затверджено МОНУ як підручник – 6-е вид., перероблене та доповнене/ А. М. Поддєрьогін– К: КНЕУ, 2006.– 552 с.
5. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Реком. МОНУ як навчальний посібник / Г. В. Савицька.– К: "Знання", 2004.– 654 с.
6. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз / Н. В. Тарасенко.– Львів: Новий Світ-2000, 2006.– 344 с.
7. Чумаченко М. Г. Економічний аналіз : навчальний посібник. Реком. МОНУ/ М. Г. Чумаченко– К.: КНЕУ, 2003.– 555 с.
8. Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану неплатоспроможних підприємств та організацій: Затв. Наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від 27.06.97 №81 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ligazakon.ua/>
9. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства, затверджені наказом Міністерства економіки України від 17.01.2001р. №10 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ligazakon.ua/>
10. Методичні рекомендації щодо встановлення загрози виникнення податкового боргу та проведення аналізу фінансового стану підприємств, які звертаються до органів ДПС для розстрочення (відстрочення) податкових зобов'язань : затв. Наказом ДПА України від 11 лютого 2010 року № 72. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ligazakon.ua/>

РЕЗЮМЕ

Нестерова Светлана, Стегней Марианна, Сидун Василий

Адаптация анализа ликвидности и платежеспособности предприятий к современным условиям ведения хозяйства

В статье охарактеризован состав системы показателей оценки ликвидности и платежеспособности предприятий. Выделены недостатки существующих подходов к интерпретации предельных значений показателей ликвидности. Исследовано и проанализированы заказные значения отмеченных показателей в современных условиях.

RESUME

Nesterova Svitlana, Stegney Marianna, Sidun Vasyl

Adaptation of the analysis of liquidity and solvency of enterprises to the modern terms of menage

Structure of the system of indexes of estimation of liquidity and solvency of enterprises is described in the article. The lacks of the existent going are selected for the interpretation of maximum values of indexes of liquidity. Order values of the noted indexes in modern terms are analysed.

Стаття надійшла до редакції 06.04.2011 р.

Світлана НОГІНА

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів,
Запорізька державна інженерна академія

Марина СВІРІДОВА

Запорізька державна інженерна академія

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ

У статті розкрито суть та значення прибутку у сучасних умовах ринку, розглянуто підходи різних авторів до визначення прибутку. Виявлено необхідні умови ефективного управління, вдосконалення його формування та використання. Запропоновано шляхи підвищення прибутковості підприємства.

Ключові слова: прибуток, управління прибутком, формування прибутку, розподіл прибутку, використання прибутку, рентабельність.

У процесі становлення ринкових відносин в Україні всі ланки фінансової системи опинилися у глибокій кризі. І тому необхідним є аналіз показників прибутковості (рентабельності) діяльності підприємства з метою запобігання його банкрутству і для подальшої успішної діяльності з перспективами виходу на міжнародні ринки і тим самим підвищувати авторитет держави [2, с. 61].

Розмір отриманого прибутку має вагоме значення в діяльності підприємства. Він впливає на формування фінансових ресурсів підприємства, збільшення його ринкової вартості підприємства, ефективність виробничої діяльності, економічний розвиток держави. Отже, значна роль прибутку в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників та персоналу, а також держави визначають необхідність дослідження шляхів вдосконалення формування та розподілу прибутку.

Проблеми управління, формування і використання прибутку підприємства, його діяльності в різних аспектах досліджували науковці України і зарубіжжя. Серед них можна назвати Г. Азгальдова, І. Бланка, І. Балабанова, Л. Бадалова, Б. Данилишина, Дж. Джурана, С. Дорогунцова, І. Каца, Г. Крамаренко, М. Коробова, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, А. Маршалову, Н. Менкью, М. Мельникову, Л. Омелянович, А. Поддєрьогіна, Р. Солоу, А. Садекова, Р. Сайфуліна, О. Стоянову, Н. Ушакову, Н. Чумаченка, А. Шеремета.

Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретичних засад визначення прибутку та виявленні шляхів удосконалення формування та розподілу прибутку. Для того, щоб досягти мети, необхідно розглянути теоретичні та методологічні засади визначення прибутку, а також визначити шляхи підвищення прибутковості підприємства.

В умовах ринкової економіки прибуток на рівні підприємства виступає як безпосередня мета виробництва, що зумовлено притаманною капіталу тенденцією до самозростання. Прибуток називають об'єктивною економічною категорією товарно-грошових відносин, важливим фінансовим синтетичним показником діяльності підприємства, а також джерелом фінансових ресурсів підприємства, які відіграють

вирішальну роль у фінансовому забезпеченні підприємницької діяльності. Також прибуток зараховують до складового елемента ринкових відносин, що займає особливе місце в створенні ринку засобів виробництва, предметів народного споживання, цінних паперів. Прибуток відіграє важливу роль у ліквідації бюджетного дефіциту, стабілізації господарства, подоланні кризових явищ тощо.

Прибуток є грошовою формою чистого доходу суспільства. Як економічна категорія, він відображає сукупність економічних відносин, пов'язаних з утворенням національного доходу і його розподілом. Термін має різне тлумачення у практиці фінансового та економічного аналізу. Його сутність змінювалась, доповнювалась і оновлювалась відповідно до тенденцій розвитку економічної теорії.

Управління прибутком – це складна багаторівнева система трансакцій, яка містить у собі як мінімум три підсистеми: формування, розподіл та використання. Для кожної з них притаманні свої конкретні цілі, завдання, інструментарій їх досягнення.

Спроцена схема управління прибутком наведена на рисунку 1.

Основними завданнями управління прибутком є:

1. Виявлення резервів збільшення прибутку за рахунок виробничої діяльності, інвестиційних і фінансових операцій.
2. Пошук резервів нарощування прибутку за рахунок оптимізації постійних і змінних витрат, обґрунтування облікової політики підприємства, цінової та податкової політики.
3. Оцінювання прибутковості виробничої і комерційної діяльності.
4. Визначення підприємницького ризику.
5. Зміцнення конкурентних позицій підприємства за рахунок підвищення ефективності розподілу і використання прибутку.

Необхідною умовою вдосконалення механізму формування та використання прибутку підприємства є розрахунок потреби прибутку. Економічне обґрунтування останнього проводиться на основі детального планування окремих напрямків використання коштів для досягнення стратегічних

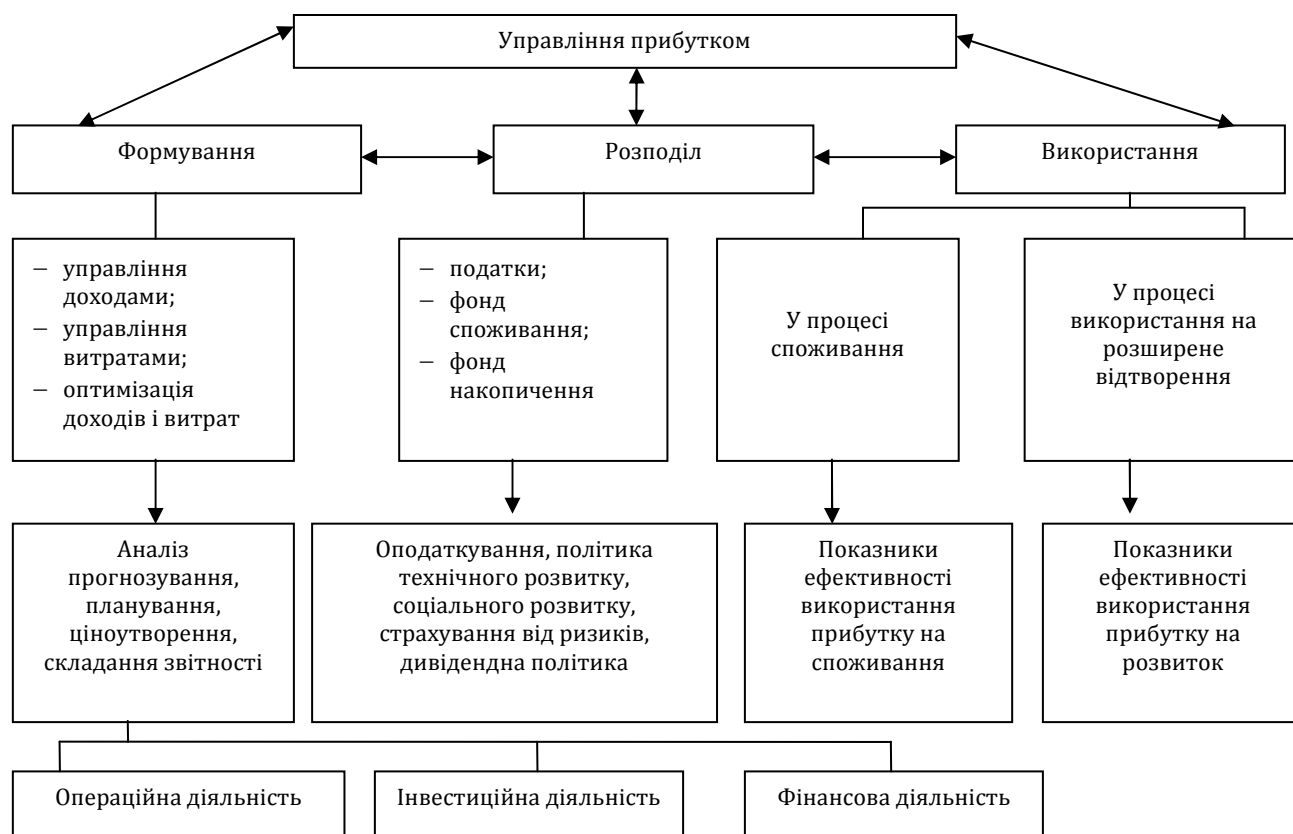


Рис. 1. Складова системи управління прибутком

цілей діяльності підприємства, а також він повинен бути підкріплений реальними можливостями підприємства щодо отримання необхідної суми прибутку [1, с. 346].

Для вдосконалення формування прибутку підприємства та економічного обґрунтування його потреби пропонуємо здійснювати планування його розподілу в такому порядку:

1. Визначення потреби у прибутку за напрямками його використання;
2. Формування цільової структури розподілу прибутку;
3. Визначення пріоритетності у використанні прибутку за окремими напрямками використання;
4. Балансування потреби у прибутку за напрямками його використання з можливостями отримання прибутку при здійсненні господарсько-фінансової діяльності підприємства.

Важливим напрямком стратегічного планування діяльності є врахування усіх чинників та аспектів подальшого розвитку підприємства для повного і обґрунтованого визначення величини прибутку та забезпечення певного рівня прибутковості.

Під час розподілу прибутку необхідно встановити обґрунтовані пріоритети розподілу з урахуванням обмеженості ресурсів та визначити конкретні цілі, для досягнення яких будуть мобілізуватися ресурси підприємства.

Стратегічними завданнями управління підприємства, огляду на які з необхідно проводити розподіл прибутку, є:

- забезпечення ефективності діяльності за ключовими напрямками діяльності;
- забезпечення додаткового розвитку і отримання максимальної вартості підприємства;

- забезпечення стабільної прибутковості діяльності;
- створення нових і розвиток існуючих напрямків діяльності для забезпечення подальшого розвитку;
- виконання реальних можливостей і концентрації потужностей, з метою створення потенціалу розвитку;
- розвиток підприємства шляхом ефективного використання капіталу;
- забезпечення реальних гарантій для подальшого розвитку;
- створення стійкого потенціалу розвитку за різних сценаріїв змін.

В умовах функціонування ринкової економіки України механізм розподілу прибутку має велике значення, адже у ньому відображається ефективність господарської діяльності, від нього залежить дієвість господарської самостійності й самофінансування підприємств. Від удосконалення форм і методів розподілу прибутку залежить зацікавленість підприємств та окремих працівників у постійному підвищенні ефективності діяльності та покращенні кінцевих фінансових результатів.

Таким чином, на нашу думку, основними шляхами покращення цільової структури використання прибутку підприємства є:

- визначення пріоритетного напрямку використання прибутку – капіталізації коштів, що зумовить подальший розвиток підприємства та покращення фінансових результатів від його діяльності;
- оптимізація розміру коштів, спрямованих на фонд споживання, зокрема грошових коштів, призначених для матеріального заохочення працівників, що сприятиме підвищенню продуктивності праці і, як

- наслідок, – розміру прибутку у майбутні періоди, а також соціального розвитку підприємства;
- розрахунок оптимального розміру резервного фонду та скерування коштів на його збільшення;
 - оптимізація коштів, що спрямовуються в інші цільові фонди та на інші цілі;
 - забезпечення умов діяльності підприємства за яких прибуток, який підлягає розподілу підприємства, не буде використовуватися для сплати підприємством штрафних санкцій;
 - складання детального плану використання та розподілу прибутку підприємства з визначеними датами та конкретним кошторисом;
 - проведення чіткого контролю за виконанням поставлених завдань у плані використання та розподілу прибутку;
 - проведення економічної роботи щодо аналізу динаміки та чинників отриманих прибутків у базовому періоді, виявлення резервів, що сприятимуть максимізації прибутку, а також планування формування, розподілу та використання прибутку на наступні періоди.

Одним із резервів росту прибутку є збільшення об'єму реалізації продукції. Між прибутком та об'ємом реалізації існує пряма залежність, тобто чим більше продукції реалізується, при інших рівних умовах, тим більшою є сума прибутку, і навпаки, невиконання плану по реалізації зменшує прибуток.

Збільшення прибутку в результаті виробничої діяльності дає можливість підприємству заробити засоби на виробничий і соціальний розвиток, матеріальне заохочення, до того ж це стає функцією самого підприємства. В той же час ріст прибутку на підприємстві означає й збільшення відрахувань в державний бюджет.

Певну роль у процесі реалізації продукції відіграє правильна організація оплати праці робітників відділів збуту промислових підприємств, збереження наявних довготривалих господарських зв'язків. Також необхідно регулярно проводити інвентаризацію запасів і обладнання з метою виявлення надлишків.

Зниження собівартості продукції є найважливішим фактором росту прибутку. У зниженні собівартості продукції найбільш повно відбивається економія матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, якими розпоряджається підприємство. Зниження собівартості продукції – необхідна умова стабілізації цін, економічного процвітання будь-якого підприємства, джерело накопичень для прискорення соціально-економічного розвитку суспільства, підвищення добробуту населення.

Потребують вдосконалення й нормативи. Одним з резервів збільшення прибутку є більш повне використання вторинних ресурсів та попутних продуктів. Значний вплив на збільшення прибутку має оновлення основних фондів. Технічне переозброєння виробництва покращує економічні показники роботи підприємств. Однак введення нових підприємств і об'єктів у багатьох випадках викликає підвищення собівартості продукції. Збільшення прибутку є одним з напрямків підвищення продуктивності праці, економії трудових витрат на виробництво. Резервом росту прибутку є підвищення якості виробленої продукції і ліквідація втрат від браку. Виявлення його резервів впливає на вдосконалення комерційного розрахунку, на розвиток ринкових відносин, сприяє ліквідації кризових

явищ в економіці.

Таким чином, з метою підвищення результативності діяльності підприємства та його стратегічного розвитку у перспективі виникає потреба у розробці стратегії управління підприємством спрямованої на вдосконалення механізму формування та використання прибутку.

Для того, щоб максимізувати прибуток підприємства необхідно виконати комплекс завдань щодо забезпечення зростання обсягів діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління підприємства. Розподіл прибутку необхідно здійснювати відповідно до спеціально розробленої політики, формування якої є складною економічною задачею.

Така політика повинна відображати основні вимоги загальної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати підвищення його ринкової ціни, формувати необхідні обсяги інвестиційних ресурсів, забезпечувати матеріальні інтереси власників та працівників. У процесі формування політики розподілу прибутку необхідно враховувати дві протилежні мотивації власників підприємства – отримання високих поточних доходів або значне збільшення їх розмірів у перспективному періоді.

Список літератури

1. Артеменко, В. Г. *Фінансовий аналіз* / В. Г. Артеменко, М. В. Белендир. - М.: ДИС, 2004. - 400с.
2. *Фінансова діяльність підприємства: підручник* / О. М. Бандурка, М. Я. Коробов, К. І. Орлов та інші. - К.: Либідь, 1998. - 312с.
3. *Бланк І. А. Управление прибылью* / И. А. Бланк. - К.: «Ника - Центр», 1998. - 544 с.
4. *Кірейцев, Г. Г. Фінансовий менеджмент [Текст] : навч. посібник для вчн / Г. Г. Кірейцев. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: ЦУЛ, 2002. - 495 с.*
5. *Коваленко, Л. О. Фінансовий менеджмент [Текст] : навч. посібник / Л. О. Коваленко, Л. М. Ремньова. - 3-тє вид., випр. і доп. - К.: Знання, 2008. - 483 с.*
6. *Подольська, В. О. Фінансовий аналіз: навч. посібник / В. О. Подольська, О. В. Яріш. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 488 с.*
7. *Шеремет, А. Д. Методика фінансового аналізу / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулін. - Москва : Инфра-М, 1995. - С. 343*
8. *Шеремет, О. О. Фінансовий аналіз: начальний посібник / О. О. Шеремет. - К., 2009. - 196 с.*

РЕЗЮМЕ

Ногина Светлана, Свиридова Марина Пути совершенствования формирования и распределения прибыли

В статье раскрыта суть и значение прибыли в современных условиях рынка, рассмотрены подходы различных авторов к определению прибыли. Выявлены необходимые условия эффективного управления прибылью, совершенствование его формирования и использования. Предложены пути повышения прибыльности предприятия.

RESUME

Nogina Svitlana, Sviridova Maryna

Ways of improving of the formation and distribution of profits

In the paper the essence and value of profit in the current market conditions are considered. The approaches discussed by various authors to the determination of profits are shown. The necessary conditions for the effective management of profit are identified. The ways of improvement of profitability are suggested.

Стаття надійшла до редакції 25.03.2011 р.

ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СИСТЕМНА ВЛАСТИВІСТЬ СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В МАЙБУТНЬОМУ

Розглянуто сутність потенціалу підприємства та через його видові прояви дано визначення потенціалу розвитку підприємства. Наведені найзагальніші та специфічні властивості потенціалу розвитку підприємства.

Ключові слова: потенціал підприємства, життєвий цикл, видові вияви, потенціал розвитку, найзагальніші і специфічні властивості.

Найважливішою умовою динамічного розвитку підприємства є забезпечення раціонального використання ресурсів, з чим і пов'язують використання потенціалу підприємства. Особливо важливою є зазначена проблема, оскільки можливість оптимізації структури потенціалу, на нашу думку, чітко залежатиме від його місії та етапів розвитку. Можливість такого твердження обґрунтована існуючими науковими підходами, що описані у фахових виданнях. Зокрема О. С. Федонін стверджує: „Існує зв'язок між формою та розміром квадрата потенціалу підприємства і його життєвим циклом” [13, с. 24]. Далі автором описаний механізм зміни форми і розміру потенціалу при переході від стадії розвитку до стадії успіху і стадії занепаду. Концепцію єдності життєвих циклів у забезпеченні зростання підприємства при управлінні його потенціалом розглядає і колектив авторів на чолі з І. З. Должанським [5, с. 24]. Формування стратегічного потенціалу та його зміни тісно пов'язані з життєвим циклом промислового підприємства – такої думки притримується і О. В. Коваленко [8].

Сьогодні ще недостатньо вирішені питання оцінювання та оптимізації структури потенціалу на різних етапах розвитку підприємства, відсутній комплексний підхід до виділення видових проявів потенціалу, існує невизначеність щодо складу та структури його елементів, що частково пояснюється наявністю значної кількості характерних властивостей, притаманних такій складній економічній системі як потенціал підприємства.

Тому вирішення проблемних питань визначення властивостей використання потенціалу розвитку підприємства для підвищення ефективності його діяльності є актуальним і в теоретичному аспекті, і з методичних позицій, і з практичної точки зору.

Розкриття властивостей потенціалу розвитку підприємства пропонуємо розглянути через його видові вияви та на їх основі обґрунтування визначення.

Існують різні підходи для визначення видових виявів потенціалу підприємства. Одним з таких є розкриття економічної сутності розвитку підприємства через такі складові потенціалу: як виробничий, що забезпечує безпосереднє здійснення основного виду діяльності; фінансовий, що впливає на ефективність здійснення фінансових вкладень або залучень; інноваційний, який відповідає за впровадження досягнень науково-технічного прогресу; управлінський,

що відповідає за систему менеджменту на підприємстві; трудовий, який формує клімат у трудовому колективі; мотиваційний, що свідчить про впровадження сучасних методів стимулювання (працівників, постачальників, покупців); комунікаційний, який свідчить про рівень комунікацій; маркетинговий, що дозволяє забезпечувати конкурентні переваги на ринку товарів (робіт, послуг) [6, с. 36].

На підтвердження наявності значних видових виявів потенціалу підприємства наведемо і його поділ на потенціал напрямку використання (забезпечує виконання окремих конкретних операцій), потенціал ціни продажу (властивість приносити прибуток від продажу), функціональний (властивість забезпечення окремих функцій), загальний потенціал (властивості, які складають для суб'єкта бажаний кінцевий результат) [1, с. 46-48].

Окремі науковці виділяють економічний потенціал як узагальнюючий показник, „що характеризує розвиток продуктивних сил, у якому поєднанні природні, виробничі, науково-технічні, соціально-політичні і культурні можливості суспільства” [4, с. 12], науково-технічний як сукупність ресурсів, „що відповідають вимогам кожного даного етапу науково-технічного розвитку” [4, с. 15], стратегічний як „можливості досягнення стратегічних цілей” [4, с. 17].

Цікавим є виокремлення В. В. Пастуховою такого різновиду, як потенціал успіху, „що значною мірою обумовлюється унікальністю стратегії” [11, с. 72]. „Оригінальність потенціалу успіху, - на її думку, - обумовлюється як обсягом потенціалу, так і діапазоном змін елементів, які його складають” [11 с. 74].

Наведені нами видові складові потенціалу є характерними для розвитку будь-якого підприємства не залежно від форми власності, розмірів, підпорядкування. Єдине обмеження можливе, на нашу думку, лише в обсягах, структурі і в рівні самореалізації такої структури.

В економічній літературі окремо визначають і категорію „потенціал розвитку” як властивість носія піддаватися змінам, які забезпечать посилення існуючих або появу нових властивостей, які можуть бути додатково створені у розмірах, обмежених природними, організаційно-технічними та загальноекономічними умовами [1, с. 32]. У цьому випадку автором потенціал розвитку розглядається з позиції окремої властивості потенціалу підприємства як

економічної системи виявляти себе в певних умовах.

Пропонується розглядати потенціал розвитку як певний баланс внутрішніх і зовнішніх зв'язків, що забезпечує невичерпні можливості успішного регулювання розвитку підприємства [12]. На думку автора, ефективне функціонування підприємства і високий потенціал його розвитку в майбутньому гарантований за рахунок ефективного управління персоналом та забезпечення на цій основі кадрової безпеки як підсистеми загальної системи економічної безпеки підприємства [10].

Розширює перелік важливих складових, що можуть гарантувати потенціал розвитку підприємства В. А. Зленко „Потенціал розвитку сучасних економічних систем можна оцінити, - на її думку, - за двома основними показниками – людському капіталу та інноваційно-інвестиційною діяльністю. Вони є ключовими факторами розвитку постіндустріальної економіки” [7].

Доцільність виокремлення інноваційної складової підкреслюється і у наступному науковому джерелі. Значний потенціал розвитку буде досягнуто підприємствами за умови спроможності подолати розриву інноваційного процесу, який виникає між стадією наукових досліджень та використанням таких результатів у практичній діяльності [3].

Процес формування потенціалу розвитку підприємства повинен здійснюватися відповідно до його властивостей, що, на нашу думку, дозволить визначитися як з особливостями такого формування, так і запропонувати режими його використання при стратегічному управлінні. Щодо властивостей, якими характеризується потенціал підприємства, то підкреслимо відсутність чіткої визначеності з ними. На думку Н. С. Краснокутської, „потенціал підприємства характеризується властивостями, типовими для будь-якої економічної системи” [9, с. 24]. Автор виділяє цілісність (існування системи як єдине ціле), взаємозв'язок і взаємодія елементів (наявність відповідності між елементами), складність (різноманітність компонентів), комунікативність (взаємодія із зовнішнім середовищем), ієрархічність (здібність окремого елемента у глобальній системі), множинність опису (використання функціональних або економічних моделей), здатність до розвитку (сприйняття та використання новітньої технології), альтернативність форм функціонування та розвитку (використання кращого варіанту), пріоритет інтересів системи глобального рівня (підпорядкованість вищим інтересам), пріоритет якості (дотримання якісних параметрів), потужність (кількісна оцінка рівня реалізації). На нашу думку, помилковим є отождолення потенціалу підприємства з будь-якою економічною системою та наведення загальних властивостей, що таку систему характеризують. Як приклад, взаємозв'язок і взаємодія елементів та складність характеризують одну і ту властивість: структурованість потенціалу підприємства як внутрішню наявність компонентів та зв'язків між ними, що складають єдине ціле. Комунікативність автором „пов'язана зі взаємодією та взаємозалежністю потенціалу та зовнішнього середовища” [9, с. 25], а далі пропонується здатність до розвитку як „сприйняття та використання нових технологічних ідей, наукових розробок і т. д.” [9, с. 26], що може бути результатом взаємодії та взаємозалежності; ієрархічність як „система (підсистема) більш широкої глобальної системи” [9,

с. 26], що може виражати таку властивість як складністю або взаємозалежністю. Такі властивості, як альтернативність форм функціонування та розвитку, пріоритет інтересів системи більш високого рівня та пріоритет якості, мають одне спрямування – це вибір найкращого варіанту розвитку в умовах обмеженості ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових).

Колективом авторів на чолі з О. К. Добикиною пропонуються наступні характеристики потенціалу: здатність до самовідтворення (можливість здійснення постійного і безперервного відновлюваного процесу), цілісність (спрямованість елементів на досягнення загальної мети), складність (наявність складових елементів), взаємозамінність і альтернативність (існування широкої конкурентоспроможності елементів потенціалу), взаємозв'язок і взаємодія елементів потенціалу підприємства (наявність об'єктивно обумовленого кількісного та якісного взаємозв'язку), здатність до сприйняття досягнень науково-технічного прогресу (приспосованість до удосконалення), гнучкість (можливість переорієнтації) [4, с. 21-25]. У цьому випадку колективом авторів під характеристиками розцінюються властивості, що, на нашу думку, не так чітко визначає особливості прояву потенціалу підприємства, оскільки характеристики – це сукупність лише відмінних рис, коли властивості – це більш широка категорія, яка втілює подібність до інших економічних систем та відмінність від них. На користь властивості також слугує і те, що ця категорія пов'язана з якістю і через їх сукупність виражає якість самої економічної системи. Крім того, наявність таких окремих характеристик, як взаємозв'язок та взаємодія, складність, взаємозамінність і альтернативність, гнучкість, можуть відображати таку властивість, як структурованість, що виявляється як взаєморозміщення та певний взаємозв'язок наявних складових частин цілого, їх питома вага та взаємодія (внутрішня і зовнішня).

Заслугою на окрему увагу підхід до виділення властивостей потенціалу підприємства як економічної системи, серед яких: цілісність (взаємодія її елементів), поліструктурність (наявність значної кількості частин), складність (неоднорідність складових з різнохарактерними та ієрархічними взаємозв'язками), нестационарність (мінливість параметрів та стохастичність поведінки), унікальність (притаманність характерних лише їм ресурсів та організаційних можливостей), адаптивність (приспосованість до умов), синергічність (посилення цілеспрямованості дії елементів), мультиплікативність (геометрична залежність ефектів), граничність (наявність граничного характеру, що обумовлюють її форму), протиентропійність (можливість протидії негативним тенденціям) [1, с. 69]. Виходячи із сутності принципу синергізму, відповідно до вільної енциклопедії, – це додаткові економічні переваги, що утворюються у разі успішного об'єднання елементів одного цілого, при цьому джерелом таких переваг є спільна примножена сукупна ефективність їх використання, коли мультиплікативність є добутком позитивних і негативних ефектів функціонування елементів системи [2]. Це наводить на думку про близькість таких визначень.

Більш детально і точніше, на нашу думку, властивості потенціалу підприємства як складної економічної системи пропонується розглядати колективом авторів на чолі з О. С. Федоніним. На їх

думку, потенціалу підприємства притаманні такі властивості, як складність (наявність складових, що поділяються на елементи), структурованість (притаманність певної ієрархічної побудови), адаптивність (спонтанне реагування на зміни внутрішніх і зовнішніх факторів), інертність (уміння сповільненого реагування на вплив чинників дестабілізації), відкритість (формування під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників), пропорційність (можливість збереження допустимих пропорцій), динамічність (неможливість вивчення в статичному стані), часова обмеженість (важка прогнозованість на довгострокову перспективу), самовідтворення (здатність до самовідновлення за рахунок власних властивостей), суперечливість (наявність внутрішніх конфліктів), реальність (наявність конкретної практичної спрямованості) [13, с. 65-66; 14, с. 28]. Такі властивості, як структурованість та пропорційність дещо повторюють одна одну, на нашу думку, оскільки передбачають наявність окремих елементів та їх питому вагу у цілому, а значить певну структуру та пропорційність між окремими елементами такої структури. Виділення лише часової обмеженості як властивості потенціалу підприємства в умовах ризику і невизначеності є дещо вузьким, оскільки господарючі суб'єкти, розвиваючи свої потенційні можливості, стикаються із іншими обмежувачими чинниками – фінансовими, в першу чергу, (відсутністю оборотних коштів, недоступністю позикових ресурсів, збитковою діяльністю), трудовими (забезпеченість високопрофесійним персоналом) і іншими.

Наведені підходи наводять на думку про необхідність визначення властивостей потенціалу розвитку підприємства, що мають найзагальніший характер і ті, що є специфічними, виявляються при певних обставинах функціонування підприємства. Для цього наведемо визначення потенціалу розвитку підприємства.

Результатом проведеного дослідження є висновок, що потенціал розвитку підприємства – це системна властивість спроможності підприємства в майбутньому. Її вияв виражено через програму сукупних змін у наявному складі та структурі сукупної та інтегральної здатності підприємства забезпечити оптимальну відповідність етапам розвитку підприємства (виникнення, становлення, піднесення, пік розвитку, економічний спад, банкрутство та ліквідація) через сформовані і накопичені гармонійно структуровані можливості, та на її основі виконання його місії і перспективне багатовекторне довгострокове економічне зростання. Основною рушійною силою потенціалу розвитку підприємства є наявність взаємозалежності та взаємодії між окремими складовими потенціалу підприємства та пропорцій між ними, ефективне збалансоване управління якими базується на узгодженості у змінах при переході до вищої якості та можливості їх прогнозування з метою гармонізації.

Найзагальнішими властивостями потенціалу розвитку підприємства, через які виражається якість даної економічної системи є:

- цілісність, що знаходить своє відображення через складноцілісну, гнучку систему, здатну до самовідтворення, до сприйняття, до забезпечення та до саморозвитку;

- важкоструктурованість, що означає наявність

значної кількості компонентів, які мають власні складові та елементи таких складових з наявною підпорядкованістю (ієрархією), при цьому без штучно виділених переваг у такій системі;

- динамічність, що забезпечує відповідне реагування та зміну складових і його елементів на посилений вплив зовнішнім середовищем; Його специфічними проявами є:
- функціональна належність, що означає чітку реалізацію поставлених завдань у характерній лише для нього сфері;
- дефіцитність, що пояснюється наявністю постійної обмеженості: у формуванні та нарощенні ресурсів, їх оптимальному поєднанні, відтворенні, реалізації; у важкопрогнозованості визначення обсягів невикористаних резервів, що зможуть забезпечити розвиток у майбутньому;
- багатовекторність, що реалізується через потенційні можливості підприємства поєднати різні напрями діяльності та забезпечити хеджування діяльності та її якісний розвиток;
- самореалізація, виявляється у внутрішній структурованій цілісності та її трансформації в результаті синергетичного позитивного і негативного ефекту від їх взаємовпливу, посиленого впливом зовнішнього середовища.

Список літератури

1. Бачевський, Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства [Текст] / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблудська, О. О. Решетняк. – Центр учбової літератури, 2009, – 400 с.
2. Википедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс] – Режим доступу до словника: <http://ru.wikipedia.org/wiki>.
3. Горбачова, О. М. Розвиток інноваційного процесу в Україні [Електронний ресурс] / О. М. Горбачова, О. М. Дивогриць // Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_1/Divogrits_109.htm.
4. Добикіна, О. К. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст] / О. К. Добикіна, В. С. Рижиков, С. І. Касьянюк. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 208 с.
5. Должанський, І. З. Управління потенціалом підприємства [Текст] / І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих та ін. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 362 с.
6. Запасна, Л. С. Економічна сутність розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Л. С. Запасна // Проблемы материальной культуры – экономические науки – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp96/knp96_33-37.pdf.
7. Зленко, В. А. Становлення та розвиток економічних відносин в аграрному секторі України: історико-науковий аналіз [Електронний ресурс] / В. А. Зленко // Історія науки і біографістика. – 2007. – № 1. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009.
8. Коваленко, О. В. Концепція життєвого циклу підприємства та кризові фактори [Електронний ресурс] / О. В. Коваленко. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Biznes.
9. Краснокутська, Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст] / Н. С. Краснокутська. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
10. Лащенко, О. Ю. Кадрова безпека як підсистема в системі економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / О. Ю. Лащенко // Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2007.
11. Пастухова, В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність [Текст] : монографія / В. В. Пастухова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.
12. Сущенко, Р. В. Роль науки в подоланні проблем та суперечностей державного регулювання розвитку залізничного транспорту [Електронний ресурс] / Р. В. Сущенко. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/e-journals/

DeVi/2008.

13. *Управління підприємствами: сучасні тенденції розвитку [Текст] : монографія / Н. П. Гончарова, О. С. Федонін, Г. О. Швиданенко та інші; за заг. ред. О. С. Федоніна. – К. : КНЕУ, 2006. – 288 с.*
14. *Федонін, О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст] / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексик. – К. : КНЕУ, 2003. – 316 с.*

РЕЗЮМЕ

Педченко Наталия

Потенциал развития предприятия как системное свойство возможности предприятия в будущем

Рассмотрена сущность потенциала предприятия и через его видовые проявления дано определение потенциала развития предприятия. Приведены самые общие и специфические свойства потенциала развития предприятия.

RESUME

Pedchenko Natalia

Potential development of the enterprise as a system property in the future capacity of the enterprise

The essence and potential of the company through its specific manifestations are defined as a capacity development. These most common and specific properties of potential development are represented.

Стаття надійшла до редакції 09.02.2011 р.

ОЦІНКА ЛІКВІДНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ПЕРЕДУМОВА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ РОЗВИТКОМ

У статті проведено оцінку ліквідності металургійного підприємства як одного з індикаторів його фінансового стану. Отримано математичну багатофакторну модель оцінки фінансового стану підприємства, що дасть можливість розробки фінансової стратегії його розвитку і має істотне значення для підвищення ефективності роботи.

Ключові слова: ліквідність, оборотність, рентабельність, оцінка, фінансовий стан, фактори, показники, математична багатофакторна модель.

Ефективне функціонування промислового підприємства значною мірою залежить від його фінансового стану. Одним із критеріїв оцінки останнього є показники ліквідності підприємства, які характеризують можливість своєчасного і повного проведення розрахунків за короткостроковими зобов'язаннями.

Розрізняють декілька ступенів ліквідності, а саме: недостатню ліквідність та більш значну її нестачу. Для власників підприємства недостатня ліквідність може означати зменшення прибутковості, часткову або повну втрату вкладень капіталу. Для кредиторів недостатня ліквідність боржника може свідчити про затримку у сплаті відсотків та основної суми боргу. Більш значна нестача ліквідності може призвести до інтенсивного продажу довгострокових вкладень та активів, а в найгіршому випадку – до неплатоспроможності та банкрутства.

Метою дослідження є оцінка ліквідності металургійного підприємства як одного з найважливіших критеріїв його фінансового стану.

Об'єктом дослідження вибрано великий металургійний комбінат.

Динаміка зміни показників ліквідності металургійного підприємства за 2001 – 2009 роки має нестійкий характер (рис. 1), що свідчить про нестабільний фінансовий стан підприємства. Згідно із світовими стандартами коефіцієнт загальної ліквідності повинен знаходитися в межах від 1 до 2, що в нашому випадку досягається лише у 2006 – 2008 роках, а це свідчить про більш-менш сприятливий стан ліквідності активів підприємства. У 2009 році цей коефіцієнт почав знижуватися.

Значення коефіцієнту швидкої ліквідності коливається в межах 0,7 – 1,0. У нашому випадку значення коефіцієнту швидкої ліквідності протягом 2001–2003 років значно нижче бажаного значення ($0,3 < 0,7$), тобто це означає, що на кожен 1 грн. поточної заборгованості підприємство має менше 30 копійок ліквідних активів. Це є низьким показником. За період 2004 – 2006, 2008 роки цей показник у середньому підвищився і вважається більш-менш достатнім.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності показує, яка частина поточних зобов'язань може бути погашена

негайно. Оптимальне значення коефіцієнту абсолютної ліквідності – 0,2 – 0,25. На аналізованому підприємстві значення коефіцієнту абсолютної ліквідності занадто мале і складає в середньому 0,002.

З метою визначення економічної віддачі ресурсів, що застосовуються підприємством та ефективності використання джерел фінансування його діяльності проведемо аналіз показників оборотності запасів, дебіторської й кредиторської заборгованості та оборотності активів. Тенденції зміни наведених показників за 2001 – 2009 роки наведено на рис. 2.

Коефіцієнт оборотності запасів у 2005 році мав найбільше значення, що свідчило про швидке обертання запасів. У 2006 – 2009 роках у порівнянні з 2005 роком ефективність використання запасів знизилася.

Коефіцієнт дебіторської заборгованості характеризує ефективність використання підприємством усіх наявних ресурсів, незалежно від джерел їхнього залучення. Найвищого значення цей коефіцієнт набув у 2007 році. За період 2001–2006, 2009 роки коефіцієнт дебіторської заборгованості має нестійкий характер.

Важливість аналізу кредиторської заборгованості обумовлена тим, що, складаючи значну частку поточних пасивів підприємства, її зміни помітно позначаються на динаміці показників його ліквідності. На аналізованому підприємстві за період 2001 – 2009 роки цей коефіцієнт поступово збільшується.

Коефіцієнт оборотності активів за період 2001–2009 роки теж має тенденцію до збільшення, що характеризує ефективне використання підприємством усіх наявних ресурсів, незалежно від джерел їхнього залучення.

Відсутність стійких тенденцій зміни показників свідчить про недосконалість процесу управління, тобто про відсутність стратегії розвитку конкурентоспроможності підприємства. Як наслідок, успіхи підприємства на ринку також нестабільні.

Узагальнення результатів аналізу й формування математичної моделі залежності ефективності функціонування металургійного підприємства від показників, що на неї впливають, було зроблено за допомогою методу факторного аналізу. До складу

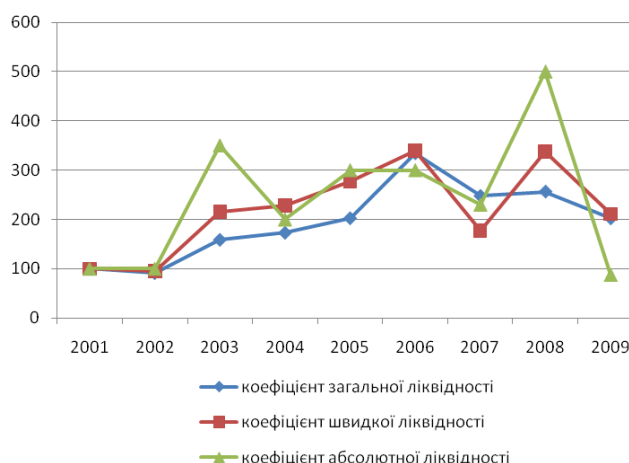


Рис. 1. Динаміка зміни показників ліквідності металургійного підприємства за 2001–2009 роки

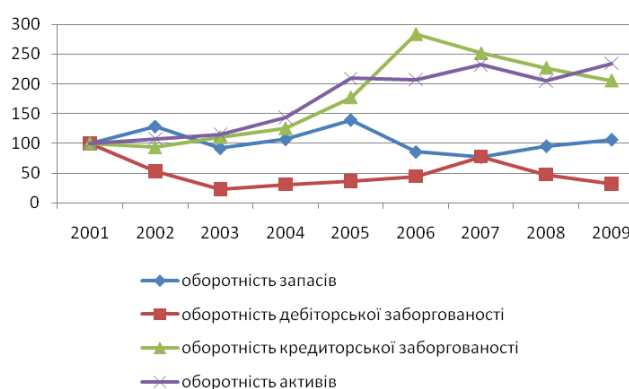


Рис. 2. Тенденції зміни показників оборотності запасів, дебіторської заборгованості, кредиторської заборгованості та оборотності активів за 2001 – 2009 роки

досліджуваних факторів при побудові багатфакторної моделі оцінки ефективності функціонування підприємства були введені:

- X_1 - коефіцієнт загальної ліквідності;
- X_2 - коефіцієнт швидкої ліквідності;
- X_3 - коефіцієнт абсолютної ліквідності;
- X_4 - оборотність запасів;
- X_5 - оборотність дебіторської заборгованості;
- X_6 - оборотність кредиторської заборгованості;
- X_7 - оборотність активів.

Як об'єкти дослідження приймалися:

- рівень рентабельності капіталу (Y_1);
- рівень рентабельності власного капіталу (Y_2);
- рівень рентабельності активів (Y_3).

Статистичний масив інформації сформовано на підставі фактичних даних фінансової звітності крупного металургійного комбінату за період 2001 – 2009 роки.

Статистичний аналіз, побудова моделей, розрахунок коефіцієнтів і параметрів моделі виконувалося з використанням можливостей електронних таблиць Microsoft Excel [10]. Багатфакторна модель оцінки ефективності функціонування підприємства, що отримані за допомогою методів математичного аналізу, має вигляд:

$$Y_1 = -0,09485 + 0,66602 X_1 + 0,340317 X_2 + 18,95836 X_3 + 0,02557 X_4 - 0,003113 X_5 - 0,110466 X_6 + 0,084407 X_7$$

$$Y_2 = 0,0986 - 0,5993 X_1 + 0,6102 X_2 + 38,6689 X_3 + 0,016 X_4 + 0,0083 X_5 - 0,1255 X_6 + 0,2188 X_7$$

$$Y_3 = -0,13619 + 1,0568 X_1 - 0,282588 X_2 + 8,208044 X_3 + 0,007731 X_4 + 0,006899 X_5 - 0,322633 X_6 + 0,182534 X_7$$

За отриманою математичною залежністю можна моделювати певну програму дій, закладену користувачем, з метою виявлення резервів у підвищенні ефективності функціонування підприємства. Результати аналізу повинні бути інтерпретовані в зрозумілу й доступну у використанні інформацію. Для цього використані коефіцієнти еластичності, що дозволяють оцінити вплив факторів на результативну ознаку. Наведемо результати розрахунку коефіцієнтів еластичності рентабельності капіталу підприємства та рентабельності активів (табл. 1, табл. 2).

Як видно з табл. 1, значний вплив на рівень рентабельності капіталу підприємства мають коефіцієнти загальної ліквідності, оборотності кредиторської заборгованості та оборотності запасів. На рівень рентабельності активів підприємства (табл. 2) значний вплив мають коефіцієнти загальної ліквідності, оборотності кредиторської заборгованості та оборотності активів.

Оцінка діяльності підприємства щодо використання

його можливостей проводиться шляхом порівняння фактичної величини результативного показника з теоретичною (розрахунковою), що визначається на підставі рівняння множинної регресії. За даними підприємства, що аналізується, розрахункова величина рентабельності активів перевищує фактичну на 6,95 %. Це свідчить про те, що підприємство не повністю використовує свої потенційні можливості. Проведемо розрахунок впливу факторів на приріст рівня рентабельності активів підприємства. Результати розрахунку наведемо в табл. 3.

Слід зазначити, що виявлений ступінь впливу факторів на рівень ефективності функціонування металургійного підприємства не може розглядатися як норматив тривалого використання. Передбачається їх щорічний розрахунок і коректування. Це обумовлюється змінами зовнішнього й внутрішнього середовища підприємств, а також конкретними умовами їхнього функціонування.

Результати проведеного дослідження можуть бути використані при розробці та обґрунтуванні фінансової стратегії розвитку промислового підприємства.

Таблиця 1. Еластичність рентабельності капіталу підприємства

Найменування фактору	Зміна рівня рентабельності капіталу, %
Зростання коефіцієнту загальної ліквідності на 1 %	+ 4,265
Зростання коефіцієнту швидкої ліквідності на 1 %	+ 1,52
Зростання коефіцієнту абсолютної ліквідності на 1 %	+ 0,326
Зростання оборотності запасів на 1 %	+ 1,785
Зростання оборотності дебіторської заборгованості на 1 %	- 0,193
Зростання оборотності кредиторської заборгованості на 1 %	- 2,808
Зростання оборотності активів на 1 %	+ 0,963

Таблиця 2. Еластичність рентабельності активів підприємства

Найменування фактору	Зміна рівня рентабельності активів, %
Зростання коефіцієнту загальної ліквідності на 1 %	+ 10,31
Зростання коефіцієнту швидкої ліквідності на 1 %	- 1,56
Зростання коефіцієнту абсолютної ліквідності на 1 %	+ 0,17
Зростання оборотності запасів на 1 %	+ 0,66
Зростання оборотності дебіторської заборгованості на 1 %	+ 0,52
Зростання оборотності кредиторської заборгованості на 1 %	- 10,07
Зростання оборотності активів на 1 %	+ 2,57

Таблиця 3. Розрахунок впливу факторів на приріст рівня рентабельності активів металургійного

Найменування фактору	ΔX_i	b_i	ΔV_{xi}
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,607	1,057	0,64
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,27	0,282	0,076
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,07	8,208	0,575
Оборотність запасів	2,64	0,0077	0,02
Оборотність дебіторської заборгованості	6,917	0,0068	0,047
Оборотність кредиторської заборгованості	1,729	0,32	0,553
Оборотність активів	0,446	0,182	0,081

Список літератури

- Базілінська, О. Я. Фінансовий аналіз: теорія і практика [Текст] : навч. посібн. для студ. вищ. навч. закл. / О. Я. Базілінська. - Київ: Центр учбової літ - ри, 2009. - 328 с.
- Гадзевич, О. І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємств [Текст]: навч. посібн. / О. І. Гадзевич. - Київ: Кондор, 2007. - 180 с.
- Данілов, О. Д. Інвестування [Текст]: навч. посібн. / О. Д. Данілов, Г. М. Івашина, О. Г. Чумаченко. - Київ: Комп'ютерпрес. 2004. - 364 с.
- Іонін, Є. Є. Розв'язання понять «платоспроможність» і «ліквідність» [Текст] / Є. Є. Іонін // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - №6 (36). - С. 31.
- Литвин, Б. М. Фінансовий аналіз [Текст] : навч. посібн. / Б. М. Литвин, М. В. Стельмах - Київ: «Хай-Тек Прес», 2008. - 336 с.
- Подольська, В. О. Фінансовий аналіз [Текст] : навч. посібн. / В. О. Подольська, О. В. Яріш - Київ: Центр навчальної літератури, 2007. - 488 с.
- Прокопенко, І. Ф. Методика і методологія економічного аналізу [Текст]: навч. посібн. / І. Ф. Прокопенко, В. І. Ганін. - Київ: Центр учбової літ-ри, 2008. - 430 с.
- Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства [Текст]: навч. посібн. / Г. В. Савицька. - Київ: Знання, 2004. - 654 с.
- Тарасенко Н. В. Економічний аналіз. [Текст] : навч. посібн. / Н. В. Тарасенко. - 4-е видання. - Львів: «Новий Світ - 2000», 2006. - 344 с.
- Гарнаев, И. В. Excel, VBA, Internet в экономике и финансах [Текст]/ И. В. Гарнаев - ВНУ - СПб, Серия «Мастер», 2001. - 816 с.

РЕЗЮМЕ

Плахотник Елена

Оценка ликвидности промышленных предприятий как предпосылка управления финансовым развитием

В статье проведена оценка ликвидности металлургического предприятия как одного из индикаторов его финансового состояния. Получена математическая многофакторная модель оценки финансового состояния предприятия, что даст возможность разработки финансовой стратегии его развития и имеет существенное значение для повышения эффективности работы.

RESUME

Plakhotnik Olena

Industrial enterprises liquidity assessment as the precondition of management in the financial development

There is conducted the assessment of metallurgical enterprise liquidity as one of the activities of its financial status in the article. The mathematical multifactor model of enterprise financial status is obtained. It gives the chance to work out the financing strategy of its development and has the vital importance for the operational efficiency of increase.

Стаття надійшла до редакції 21.03.2011 р.

ОПЕРАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ СЕГМЕНТАЦІЇ Й ПОЗИЦІЮВАННЯ ОКРЕМИХ ВИДІВ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ

Обґрунтовано теоретико-методичні підходи до операційного аналізу сегментації та позиціонування окремих видів продукції та послуг. Розглянуто сутність і визначення STP аналізу. Сформульовані стадії процесу STP аналізу.

Ключові слова: операційний аналіз, сегментація, вибір цільового ринку, позиціонування, унікальна торгова пропозиція.

Проблемі визначення і класифікації типів позиціонування торгових марок на споживчому ринку присвятили свої праці такі вчені, як Ф. Котлер [2], Ж. Ламбен [3], Дж. Траут [4], П. Темпорал [6], та деякі інші фахівці з аналізу. Проте у науковій літературі не знайшло достатнього висвітлення питання щодо класифікації можливих типів позиціонування торгових марок на ринку, яке би дало змогу сформувати комплексне бачення й ефективно провести ринкове позиціонування.

Втім, незважаючи на результативні наукові дослідження з питань вдосконалення методики операційного аналізу збуту продукції, потребує подальшої розробки проблема операційного аналізу за сегментами та позиціями реалізації окремих видів продукції і послуг.

Метою дослідження є поглиблення вивчення теоретико-методичних підходів до організації та методики операційного аналізу сегментації і позиціонування окремих видів продукції та послуг.

Основними завданнями статті є:

- визначення цільового ринку окремих видів продукції та послуг;
- розгляд сутності STP аналізу;
- обґрунтування співвідношення позиціонування торгової марки і якості товару;
- характеристика стадії процесу STP аналізу.

Кінцевою метою будь-якого аналітичного дослідження є формування оптимальної стратегії і тактики дій з урахуванням реального комплексу умов та чинників ринку, а також можливостей, потенціалу і претензій підприємств – суб'єктів ринку. Таким чином, сукупність об'єктів дослідження в аналізі складається з конкретних ринків, зацікавлених в оптимізації своєї ринкової поведінки.

Підтвердженням того, що сучасні підприємства потребують результатів операційного аналізу доходів та витрат за кожним видом продукції чи окремими її сегментами, є доповнення до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 29 «Фінансова звітність за сегментами» форма 6, узаконена Міністерством фінансів України за підсумками фінансово-господарської діяльності 2005 р.

У цій звітності міститься інформація про показники пріоритетних сегментів продукції, що виробляється, а саме: господарський, географічний, виробничий,

збутовий та інші сегменти.

Виходячи з товаром на будь-який ринок – споживчий чи індустріальний виробник має розуміти, що він не може обслуговувати всіх його покупців, навіть за умови достатньої виробничої потужності. Адже покупці по-різному використовують цей товар, а головне – купують його, керуючись різними мотивами. Тому звичайною справою є розбивка покупців (сегментація) за цими мотивами та іншими ознаками і лише потім пропозиція товару, виробленого з максимальним урахуванням цих ознак. Ідеальним підходом до планування фінансово-господарської діяльності з погляду задоволення потреб споживачів без перебільшення можна вважати пристосування виробів та послуг до вимог кожного окремого споживача.

Науково-технічний прогрес і вдосконалення технології сприяли зростанню виробничих можливостей, з одного боку, та інтенсифікації інноваційного процесу – з іншого.

Розвиток конкуренції зумовив посилення конкурентної боротьби.

Що стосується споживачів, то найбільш загальні зміни, які тут відбулися, є такими:

- вони стали більш обізнаними;
- реклама дедалі більше впливала і впливає на споживчу поведінку;
- підвищилися вимоги споживачів до сервісного обслуговування та інших нецінових чинників конкурентоспроможності товару;
- посилилася тенденція до індивідуалізації споживача.

Якщо до 1960 р. у теорії й практиці бізнесу панувала орієнтація на агрегований, масовий ринок і це пояснювалося тим, що, орієнтуючись на загальний, нерозподілений ринок, підприємство-виробник мало можливість виробляти велику кількість товарів й отримувати ефект економії на масштабах виробництва, то з 1960-х років почала посилюватися тенденція до розрізнення специфіки споживчого попиту, яка знаходить своє відображення у сегментації ринку збуту, та пристосування до умов цільового ринку. Це і зумовило виникнення в аналізі поняття «STP-аналіз». Воно утворене від скорочення перших літер англійських слів «segmenting» (сегментація), «targeting» (вибір цільового ринку) та «positioning» (позиціонування).

Розглянемо сутність STP-аналізу і визначення, наведені в економічній літературі.

На наш погляд, STP-аналіз слід розуміти як диференціацію та сегментацію товару (торгової марки) у свідомості покупця.

Ж.-Ж. Ламбен дає таке визначення цього поняття: «STP-аналіз – це розробка проекту фірми та повідомлення про нього, що має дати змогу фірмі зайняти особливе та вигідне місце у свідомості цільових споживачів» [3, с. 56].

Ф. Котлер, зокрема, стверджує: «STP-аналіз товару на ринку – комплекс заходів, завдяки яким у свідомості цільових споживачів цей товар займає власне, відмінне від інших і вигідне для компанії місце відносно аналогічних товарів» [2, с. 154].

Наведені визначення, перш за все, враховують поняття «цільовий ринок» та «цільові споживачі».

В аналізі, як відомо, ринок розуміють як сукупність потенційних й існуючих покупців (споживачів) товару. Незважаючи на різницю між поняттями «покупець» і «споживач», надалі використовуватимемо поняття «споживач».

Цільовий ринок – це частина доступного ринку, на якому підприємство зосереджує свою увагу. Пошук та його визначення можна здійснити шляхом проведення сегментації всього доступного ринку на окремі частини й їхнього оцінювання на відповідність певним критеріям. Таким чином, сегментація і вибір цільового сегмента – основа STP-аналізу. Подальший аналіз показує, що товар, проект підприємства й бренд всі названі вчені розуміють як одне і те саме. Це певною мірою ускладнює завдання однозначного тлумачення поняття STP-аналізу.

Торгова марка може бути визначена як комплекс асоціацій, що виникають у свідомості споживача щодо певного товарного знаку. STP-аналіз має донести до споживачів відмінність (унікальність) однієї торгової марки від інших конкурентних торгових марок та звернути увагу на вигоду споживання цієї торгової марки, тобто вказати на її конкурентну перевагу.

При цьому залишаються не з'ясованими деякі важливі аспекти.

По-перше, як STP співвідноситься з якістю товару?

По-друге, чи відрізняється STP від УТП (унікальна торгова пропозиція), яка теж враховує пропозицію унікальної вигоди споживання товару.

По-третє, чи відрізняється STP від УЕП (унікальна емоційна пропозиція)?

УЕП – це звернення до споживачів, що базується на унікальному емоційному образі торгової марки, який має оригінальне втілення і позитивно сприймається споживачами. На нашу думку, УТП – концентрований вираз відчуття. Однак образ торгової марки може існувати тільки у свідомості споживачів, й УЕП – це власне «звернення» до свідомості споживачів.

Нарешті, в які моменти розробки товару й торгової марки потрібно проводити позиціонування?

Послідовно відповімо на ці запитання.

Розглядаючи, яким чином співвідносяться позиціонування торгової марки і якість товару, варто наголосити, що вдале диференціювання можна здійснити за такими напрямками:

- першість у категорії як добра диференціююча ідея;
- примітна ідея спадщини;
- лідерство як найпривабливіша примітна ідея;
- «гарячий товар» як добра диференціююча ідея;
- диференціююча ідея спеціалізації;
- новітня розробка як диференціююча ідея;

- перевага як добра диференціююча ідея;
- товар як диференціююча ідея;
- володіння атрибутом як спосіб диференціації.

Якщо позиціонування – це диференціювання торгової марки у свідомості споживачів, то відповідь на запитання: «Чому використовуються саме ці способи позиціонування?» треба шукати у свідомості людини, а конкретно в тому, як працює людський мозок. Чим сильніша інформаційна густина, чим інтенсивніший інформаційний тиск на людину, тим частіше вмикаються різні захисні механізми мозку, мета яких – оберегти самого себе від інформаційних перевантажень. Одним з основних способів самозахисту людського мозку від надлишку інформації є: застосування стереотипів (шаблонів мислення, сприйняття і прийняття рішень), інтеріоризація (використання готових знань) та структуризація (систематизація) навколишньої реальності.

Застосування стереотипів призводить до того, що, власне кажучи, перші шість можливостей вдалого позиціонування – це твердження про високу якість товару. Якщо власники торгової марки були першими в категорії й першими розробили товар або протягом тривалого терміну виробляють або продають товар, то вони краще за всіх знають, як цей товар робити, а отже, їхній товар володіє високою якістю. Якщо торгова марка є лідером у категорії або торгова марка в даний момент часу перебуває на піку популярності («гарячий товар»), то це підтверджує те, що велика кількість споживачів не може помилятися, тобто цей товар володіє високою якістю. Якщо власники торгової марки спеціалізуються на виробництві тільки цього товару, то вони стають експертами в цій товарній категорії, тобто їхній товар володіє високою якістю. Якщо товар є новітньою розробкою, то цей товар кращий від попередніх, тобто він володіє вищою якістю.

Ще один спосіб захисту людського мозку від надлишку інформації – інтеріоризація – це засвоєння знань без їхньої перевірки. Позиціонування на основі переваги є яскравим способом використання інтеріоризації. З погляду споживачів, якщо експерти стверджують, що цей товар – кращий, отже, так воно і є.

Інтеріоризація часто використовується також у разі, коли сам товар є диференціюючою ідеєю. Розглядаючи цю можливість для позиціонування, на практиці використовують термін «чарівні інгредієнти». Річ у тому, що споживачі, не бажаючи розбиратися у тонкощах, сприймають ці «чарівні інгредієнти» як даність, що підтверджує високу якість товарів.

Таким чином, суть позиціонування – зробити споживачам настільки просте для сприйняття повідомлення про торгову марку, щоб вони самі у своїй свідомості зробили висновки про високу якість відповідного товару.

Проте не варто позиціонуватися за узагальненим поняттям «якість» («У нас найякісніший товар!»). Споживачі, швидше за все, або не повірять, вважаючи таку заяву звичайним вихваланням, або сприймуть це, як цілком зрозуміле, що призведе до відсутності позиціонування торгової марки.

Теорія позиціонування є розвитком теорії УТП. До пропозиції унікальної вигоди споживання товару, яку споживачі сприймали без роздумів, Дж. Траут додав пропозиції унікальної вигоди споживання товару, для розуміння яких вже «включається» свідомість споживачів. Яскравим прикладом цього слугує позиціонування на основі лідерських позицій у товарній

категорії.

Розвиток теорії призвів до того, що при розгляді системи способів позиціонування слід враховувати, що існують також інші способи, наприклад, позиціонування за стилем життя. Водночас до системи додають способи позиціонування, що базуються на емоціях та емоційних цінностях, властивих цільовим споживачам: на основі типу цільового користувача, на основі характеру потреб споживачів, на основі цінностей (співвідношення ціна/якість або емоційних цінностей) і на основі чистих емоцій. Таким чином, можна констатувати, що теорії УТП та УЕП стали складовими частинами теорії позиціонування.

Прокоментуємо також те, що багато аналітиків сприймають УТП як унікальність з погляду виробника, а позиціонування – як унікальність з точки зору споживачів. Вважаємо, що не завжди можна з цим погодитися, оскільки трапляються випадки, коли унікальність в обох варіантах збігається.

Відповідаючи на запитання: «В які моменти розробки товару і торгової марки потрібно здійснювати позиціонування?», розглянемо положення позиціонування у структурі маркетингу. Зокрема, Ж.-Ж. Ламбен та Ф. Котлер поділяють аналіз на дві взаємодоповнюючі складові частини: стратегічну і операційну.

Ж.-Ж. Ламбен зараховує STP торгової марки до розробки плану аналізу, тобто до операційного аналізу. З цим можна не погодитися. Розробка позиціонування торгової марки поділяється на дві частини: пошук позиціуючої ідеї та реалізація позиціонування в аналітичних дослідженнях. Очевидно, пошук позиціуючої ідеї є визначальним для здійснення позиціонування торгової марки.

Для розуміння місця позиціонування у структурі аналізу необхідно розглянути розробку і просування нової торгової марки та відповідного їй товару у взаємозв'язку з основними видами менеджменту і маркетингу.

Стратегічний аналіз, інноваційний менеджмент та виробничий менеджмент (ОТПП, виробництво товару і підготовка сервісного й гарантійного обслуговування споживачів) – взаємопов'язані послідовні процеси, а операційний аналіз і бренд-менеджмент – взаємопов'язані паралельні процеси. Паралель операційного аналізу та бренд-менеджменту зумовлюється тим, що роль аналізу змінилася: якщо раніше вона полягала в аналізі потреб і бажань споживачів, то тепер це ще й аналіз забезпечення сприйняття торгової марки як кращої, порівняно з конкурентами.

Виділимо можливі етапи розробки позиціуючої ідеї для торгової марки та відповідного їй товару:

- аналіз потреб і запитів ключових споживачьких груп (стратегічний аналіз);
- визначення й диференціація конкурентних переваг товару (стратегічний аналіз);
- вибір сегмента ринку для просування товару до споживачів (операційний аналіз);
- НДКР (інноваційний менеджмент) та ОТПП (виробничий менеджмент). На цих етапах можливі розробки позиціуючих ідей на основі технологій виробництва. Крім цього, розробка позиціуючих ідей здійснюється на етапі визначення властивостей товару;
- підготовка сервісного і гарантійного обслуговування споживачів (виробничий менеджмент);

- визначення цінностей вибраного сегмента (операційний аналіз);
- створення системи ідентифікації торгової марки (бренд-менеджмент).

Таким чином, вирішуючи завдання позиціонування, аналітик повинен не тільки розуміти аналітичну суть цієї теорії, а й бути присутнім або мати повну інформацію про всі етапи створення та виробництва товару і відповідної йому торгової марки. Інакше залишаться поза увагою цікаві ідеї, на основі яких можна здійснити ефективно позиціонування торгової марки.

Аналіз визначень STP та трактування основних складових дали змогу визначити STP як складову аналітичного процесу, сутність якого полягає в розробці системи заходів, із допомогою яких підприємство зможе зайняти власне, відмінне від інших вигідне місце на ринку і в свідомості цільових покупців.

STP-аналіз є основою сучасного стратегічного аналізу.

Процес STP-аналізу охоплює три основні стадії, які впливають з його назви (рис. 1).

Сегментація ринку – виділення окремих груп споживачів у межах загального ринку.

Вибір цільових ринків – етап, на якому серед виділених сегментів ринку вибираються цільові сегменти, тобто ті, на які підприємство орієнтуватиме свою діяльність.

Позиціонування – визначення місця товару фірми серед товарів-аналогів.

Сегментація ринку – розподіл споживачів на групи на основі різниці у потребах, характеристиках чи поведінці та проведення для кожної з груп окремого аналітичного дослідження.

Сегмент ринку складається зі споживачів, які однаково реагують на один і той самий набір спонукальних стимулів аналізу.

Кінцева мета сегментування цільового ринку – вибір сегмента (сегментів) споживачів, на задоволення потреб якого буде зорієнтована діяльність фірми.

Переваги від деяких видів послуг, як правило, необхідні та вигідні лише певним групам клієнтів. Для інших груп ці послуги можуть бути занадто дорогими або непотрібними в даний момент. Група клієнтів, які потребують надання цієї послуги, утворює цільовий ринок.

Переважаючі виділяють два типи аналітичної стратегії, пов'язаної з пошуком цільових ринків серед багатьох клієнтів. Підприємство може йти «від продукту», тобто вибрати певний вид послуг і на основі наявної в нього інформації про клієнтів визначити, хто є потенційним користувачем цієї послуги. Другий шлях – це метод перехресних продажів, коли при здійсненні якоїсь операції підприємство пропонує клієнтові нові або додаткові послуги. Діючи згідно з цим методом, аналітик постійно ставить запитання: «До яких ще цільових ринків належить цей клієнт? Які з наявних в арсеналі підприємства продуктів я можу йому запропонувати?».

Зрозуміло, що для успішного просування продукту на ринок і його реалізації необхідно диференціювати клієнтів та виявити тих, які можуть бути потенційними споживачами цього продукту. Всі клієнти мають різні смаки й потреби, тому до них потрібно застосовувати різну маркетингову стратегію.

Важливе значення для розуміння поведінки



Рис. 1. Стадії процесу STP-аналізу

споживачів має аналіз етапів прийняття рішення про їхню купівлю певного продукту. На ринку організацій-споживачів цей процес має складніший характер і залежить від типу ситуації здійснення закупівлі.

Крім вивчення поведінки споживачів, комплексне дослідження ринку передбачає аналіз його можливостей, які відкриваються перед підприємством. У процесі таких досліджень визначають місткість ринку й частку підприємства на ньому, а також прогнозують попит на товар. Потім аналізують кон'юнктуру ринку, що охоплює дослідження товару, співвідношення попиту і пропозиції та динаміки цін. Значну увагу звертають на вивчення діяльності конкурентів, їхніх сильних і слабких сторін.

Підсумовуючи, слід зазначити, що за умов жорсткої конкуренції серед товаровиробників окремих видів продукції та надання послуг, зростає роль пошуку резервів більш ефективної роботи підприємств. Необхідно проводити операційний аналіз за окремими сегментами, унікальними торговими пропозиціями. Проте часто ця теорія використовується без належного розуміння аналітичної складової STP.

На перспективу необхідно більш широко застосовувати прийоми STP аналізу.

Список літератури

1. Ветров, А. А. *Операционный аудит-анализ* [Текст] / А. А. Ветров – М.: Перспектива, 1996. – 227 с.
2. Котлер, Ф. *Маркетинг. Менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль* [Текст] / Ф. Котлер. - СПб.: Питер, 1999. – 887 с.
3. Ламбен, Ж. Ж. *Стратегический маркетинг* [Текст] / Ж. Ж. Ламбен. – СПб.: Наука, 1996. – 421 с.
4. Попович, П. Я. *Операційний аналіз: проблеми становлення та перспективи розвитку*: [Текст]: монографія / П. Я. Попович. – Тернопіль: Економічна думка, 2009. – 164 с.
5. Попович, П. Я. *Організація і методологія операційного аналізу* [Текст]: монографія / П. Я. Попович. – Тернопіль:

Економічна думка, 2010. – 260 с.

6. Темпорал, П. *Эффективный бренд-менеджмент* [Текст] / П. Темпорал. – СПб.: Нева, 2003. – 320 с.
7. Траут, Дж. *Позиционирование: битва за узнаваемость* [Текст] / Дж. Траут. – СПб.: Питер, 2001. – 256 с.
8. Ришар, Ж. *Аудит и анализ хозяйственной деятельности предприятия*: [Текст] / Ж. Ришар; пер. с франц. / Под ред. Л. П. Бельх. – М.: ЮНИТИ, 1997. – 375 с.
9. Шуремов, Е. Л. *Автоматизированные информационные системы бухгалтерского учета, анализа, аудита*: [Текст]: уч. пособ. для вузов / Е. Л. Шуремов, Э. А. Умнова, Т. В. Воронаева. – М.: Перспектива, 2001. – 363 с.
10. Уотшем, Т. Дж. *Количественные методы в финансах* [Текст]: уч. пособ. для вузов; пер. с англ. / Дж. Уотшем, К. Паррамоу. – М.: Финансы: ЮНИТИ, 1999.

РЕЗЮМЕ

Попович Петр

Операционный анализ сегментации и позиционирование отдельных видов продукции и услуг

Обоснованы теоретико-методические подходы к операционному анализу сегментации и позиционирования отдельных видов продукции и услуг. Рассмотрено сущность STP анализа и определения, что наведены в экономической литературе. Сформулированы стадии процесса STP анализа.

RESUME

Popovych Petro

Operating analysis of segmentation and keeping of separate types of products and services

Theoretic-methodical approach to the operating analysis of segmentation and keeping of separate types of products and services is grounded. Essence of STP-analysis and determinations which are resulted in economic literature are considered. Stages of process of STP- analysis is formed .

Стаття надійшла до редакції 19.01.2011 р.

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ НА РЕЗУЛЬТАТИ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглядається вплив логістичних витрат на величину операційного прибутку підприємства. Аналізуються виробничі, адміністративні, збутові, інші операційні (логістичні) витрати та шляхи їх оптимізації.

Ключові слова: логістичні витрати, чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, операційний прибуток, чистий прибуток, бізнес-процеси, управління.

При організації та управлінні будівельним виробництвом неодмінним етапом роботи є економічне обґрунтування найбільш вигідного використання обмежених ресурсів, визначення рішень по максимізації економічних результатів.

Ринкові умови поставили перед будівництвом завдання, пов'язані із зниженням вартості, скороченням термінів при забезпеченні високої якості будівельно-монтажних робіт.

Тому управління розвитком будівельного виробництва полягає, перш за все, в зміні пріоритетів між різними видами господарської діяльності цих організацій на користь посилення значущості діяльності по управлінню матеріальними, інформаційними і фінансовими потоками [1].

Логістика - це економічний інструмент, який з достатньо високим ступенем надійності забезпечує оптимальні умови ухвалення ефективних рішень організаційно-технічного розвитку виробництва в будівництві з урахуванням управління матеріальними, інформаційними, фінансовими і трудовими потоками, що відповідають технології і організації будівельного процесу, і дозволяють успішно завершити будівництво в строк при мінімальних витратах.

Мета логістичної системи в будівельному виробництві - постачання матеріалів, конструкцій і виробів у вказане місце, у потрібній кількості і асортименті до виробничого споживання при заданому рівні витрат [2].

Логістика допомагає економити там, де це можливо, для того, щоб зробити ведення справи простішим і вигіднішим. Отже, діяльність логістики спрямована на мінімізацію загальних витрат в ланцюгу «закупівлі-виробництво-збут».

Актуальність дослідження полягає в тому, що в умовах, коли будівельна сфера діяльності поступово виходить із кризи, більш дієво можна впливати на витратну частину. З практики відомо, що скорочення витрат на виконання логістичних функцій на один відсоток має такий самий ефект, як і збільшення на 10% обсягу збуту.

Таким чином, метою нашого дослідження є аналіз логістичних витрат, що впливають на величину прибутку підприємства від операційної діяльності і

обґрунтування шляхів зниження (оптимізації) витрат. Методи дослідження - аналіз Звітів про фінансові результати трьох організацій будівельної сфери діяльності, аналіз спеціалізованих науково-практичних періодичних видань з економіки підприємства, менеджменту, логістики, аналіз монографій і навчальних посібників з цієї тематики.

На прикладі трьох будівельних організацій було досліджено, як змінюються їх доходи та витрати протягом 3-х років і як вони впливають на операційний та чистий прибуток (табл. 1).

Аналіз темпів зміни фінансово-економічних показників у 2008/2007 рр.

Проаналізувавши показники ВАТ "ЗЕМБ", ми виявили таку тенденцію: при збільшенні чистого доходу (виручки) від реалізації продукції майже у 3 рази, операційний та чистий прибуток зростають відповідно лише на 50 та 15%. Це зумовлено значним збільшенням собівартості та інших операційних витрат. При чому аналіз елементів операційних витрат (собівартості) показав, що остання зросла за рахунок збільшення майже у 8 разів інших операційних витрат у складі собівартості та матеріальних витрат у 5,4 рази.

Вивчивши фінансово-економічні показники ВАТ "Модем", зробимо висновки: темпи зростання операційного і чистого прибутку випереджають темпи зростання чистого доходу, що є, безумовно, позитивною тенденцією. Собівартість реалізованої продукції змінюється пропорційно до чистого доходу. Але темпи зростання інших операційних витрат випереджають темпи зростання і чистого доходу, і чистого прибутку, а позитивна динаміка операційного прибутку отримана за рахунок зростання інших операційних доходів (від позареалізаційних операцій) у 3,5 рази (згідно з аналізованою Формою 2). Якщо оптимізувати інші операційні витрати та адміністративні витрати, можна знайти резерв для збільшення прибутку.

Розглядаючи фінансово-економічні показники ВАТ "ГЕБП", зазначимо, що при тому, що чистий дохід знизився, собівартість фактично залишилася на рівні попереднього року. Адміністративні витрати та інші операційні витрати збільшилися відповідно на 10% та 62%. Значно збільшилися фінансові витрати (відсотки за зобов'язаннями). Це призвело до зменшення чистого

Таблиця 1. Темпи зміни фінансово-економічних показників аналізованих підприємств за 2007-2009 роки

№	Стаття	Темп зміни, разів					
		2008/2007 рр.			2009/2008рр.		
		ВАТ "ЗЕМВ"	ВАТ "Модем"	ВАТ "ГЕБП"	ВАТ "ЗЕМВ"	ВАТ "Модем"	ВАТ "ГЕБП"
1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	2,92	2,38	0,82	0,11	0,81	1,18
2	Собівартість реалізованої продукції	3,07	2,40	0,99	0,12	0,85	0,98
3	Адміністративні витрати	0,00	1,39	1,10	0,40	0,97	0,94
4	Витрати на збут	0	0,00	0,40	0	0,00	2,22
5	Інші операційні витрати	4,16	3,93	1,62	0,32	0,48	0,39
6	Фінансові витрати	0,00	↓100%*	3,37	0,00	0,00	0,16
7	Операційний прибуток	1,5	4,35	0,32	0,06	0,43	2,44
8	Чистий прибуток	1,15	3,70	0,07	0,19	4,26	14,36

*↓100%- зменшення витрат на 100% (зникнення витрат)

прибутку в 13,5 разів.

Аналіз темпів зміни фінансово-економічних показників в 2009/2008 рр.

Проаналізувавши діяльність ВАТ "ЗЕМВ", ми зробили висновки: операційний прибуток складає 6% від минулого періоду, чистий дохід – 11% від минулого періоду. При цьому інші операційні витрати та адміністративні витрати склалися відповідно на рівні 32% та 40% від минулого аналогічного періоду. Динаміка щодо співвідношення дохід / витрати безумовно негативна. Чистий прибуток знизився повільнішими темпами ніж чистий дохід завдяки зростанню іншого операційного доходу (від позареалізаційних операцій).

За результатами роботи ВАТ "Модем" ми встановили, темпи зростання чистого прибутку набагато випереджають темпи зміни інших фінансових показників (але це стало можливим за рахунок того, що згідно з Формою 2 в 2009 році підприємство не сплачувало податок на прибуток). Бачимо, що операційний прибуток склав 43% від минулого періоду, при тому, що чистий дохід склав 81% від минулого періоду – це говорить про зниження ефективності саме операційної діяльності.

Щодо ВАТ "ГЕБП", то темпи зростання чистого прибутку цього підприємства набагато більші, ніж темпи зростання чистого доходу (виручки) від реалізації продукції. Це сталося завдяки тому, що підприємству вдалося знизити собівартість реалізованої продукції у 2009 році за рахунок зменшення матеріальних витрат та витрат на оплату праці, хоча інші операційні витрати у складі собівартості згідно з Формою 2 зросли більше ніж у 2 рази. Особливу увагу треба звернути на витрати на збут – вони збільшуються швидшими темпами ніж виручка від реалізації продукції. Витрати на збут – це витрати, пов'язані з реалізацією продукції (товарів), витрати на утримання підрозділів, які займаються збутом продукції (товарів), рекламу, доставку продукції споживачам, розподільчу логістику тощо.

Таким чином, найбільший вплив на операційний прибуток організації мають: інші операційні витрати та, певною мірою, адміністративні витрати.

Вплив логістики можна прослідкувати через такі складові інших операційних витрат, як собівартість реалізованих виробничих запасів; втрати від знецінення запасів; нестачі й втрати від псування цінностей; транспортно-заготівельні витрати.

Ми виявили закономірність – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, майже завжди збільшується швидшими темпами, ніж операційний прибуток. Великий вплив на економічний результат від операційної діяльності мають логістичні витрати, які можна та необхідно раціоналізувати.

Як ми можемо побачити, існують винятки. Операційний прибуток ВАТ «Модем» за 2008/2007 рік збільшився в 4,35 разів за рахунок здачі в оренду приміщень, а це не є основною діяльністю фірми. За 2009/2008 роки ситуація на ВАТ «ГЕБП» покращилася попри істотне збільшення витрат на збут. Організація збільшила операційний прибуток за рахунок зниження собівартості реалізованої продукції (матеріальні витрати та оплата праці були істотно знижені).

Існує багато шляхів зменшення логістичних витрат. Але найбільш ефективними, на наш погляд, є: пошук і скорочення тих видів діяльності (процедур, робіт, операцій), які не створюють доданої цінності, шляхом аналізу та перегляду ланцюга постачань; проведення переговорів з постачальниками та покупцями для встановлення більш низьких відпускних і роздрібних цін, торгових надбавок.; пошук більш дешевих замінників ресурсів; поліпшення координації діяльності підприємства з постачальниками і споживачами в логістичних центрах, наприклад, в області своєчасної доставки продукції, що зменшує логістичні витрати на управління запасами, зберігання, складування, доставку.

Логістика припускає ведення поопераційного обліку витрат на усьому шляху руху матеріального потоку. Це здійснюється за допомогою моніторингу бізнес-процесів. Бізнес-процес як взаємозв'язана послідовність дій, спрямованих на рішення певної підприємницької задачі, є ключовою субстанцією, яка логічно інтегрує методи стратегічного менеджменту (ланцюжок цінностей), проектного менеджменту (структурована сукупність операцій, направлених на досягнення кінцевого результату з обмеженнями за часом, вартістю і якістю) і логістики (раціональне управління матеріальними потоками) [3].

Бізнес-процеси пронизують основні підрозділи підприємства (закупівля, виробництво, збут і ін.) по горизонталі. Підсумовуючи усі витрати по горизонталі, можна визначити витрати, пов'язані з окремим процесом.

Управління логістичними витратами на основі використання бізнес-процесів може бути реалізоване за

умови дотримання таких принципів, як:

- принцип науковості, що базується на здійсненні оцінки структури, динаміки, ефективності логістичних витрат та якості управління ними з урахуванням об'єктивних економічних законів, рівня розвитку вітчизняної та закордонної економічної думки, існуючого методичного забезпечення.
- принцип системності. Системність в логістиці означає розгляд логістичної системи як сукупності взаємопов'язаних і взаємодіючих підсистем та елементів, в яких можуть здійснюватися логістичні витрати. Управління логістичними витратами слід розглядати в контексті його підпорядкування загальній меті функціонування підприємства;
- принцип комплексності. Логістичні витрати – це лише один з чинників, що визначає ефективність логістичної діяльності. Принцип комплексності передбачає управління не тільки логістичними витратами. Крім того кінцевою метою управління логістичними витратами має бути оптимізація не окремих їх видів, а мінімізація їх загальної суми.
- принцип гнучкості полягає в тому, що управлінські дії щодо оптимізації логістичних витрат мають бути адаптовані до динамічних умов функціонування підприємства;
- принцип ефективності передбачає здійснення лише таких логістичних витрат, які дозволяють підприємству отримати позитивний фінансовий результат, тобто при здійсненні логістичної діяльності отриманий прибуток має перевищувати логістичні витрати.

Систематизація принципів управління логістичними витратами дозволяє їх застосовувати диференційовано щодо конкретного підходу, тобто як в процесі збору інформації про логістичні витрати (інформаційний підхід), так і в процесі прийняття логістичних рішень (оціночний підхід) [4]. Таким чином, уточнення принципів управління за рахунок аналізу проблем їх впровадження у практику дозволяє підвищити наукову обґрунтованість механізмів, систем, алгоритмів управління логістичними витратами, створюваних для досягнення поставлених цілей і задач.

Наукова новизна, теоретичне і практичне значення виконуваних досліджень полягає в обґрунтуванні доцільності впливу на витратну частину діяльності будівельних підприємств через використання концепції логістики. На прикладі аналізу фінансово-економічних результатів діяльності підприємств будівельної галузі доведено, що логістичні витрати як постійні, так і змінні, які в формі 2 фінансової звітності підприємства групуються в статтю «інші операційні витрати», мають суттєвий вплив на величину прибутку від операційної діяльності та, як наслідок, на чистий прибуток.

Основними шляхами зниження рівня логістичних витрат в будівельній галузі є:

1. Пошук і скорочення тих видів діяльності (процедур, робіт, операцій), які не створюють доданої цінності, шляхом аналізу та перегляду ланцюга постачань.
2. Інтеграція з постачальниками та ріелторськими компаніями з метою раціоналізації ланцюгів постачань та бізнес-процесів, пов'язаних із збутом будівельної продукції та послуг, тобто інтеграція пряма і зворотна для забезпечення контролю над загальними витратами.
3. Пошук більш дешевих заміників ресурсів.

4. Поліпшення координації діяльності підприємства з постачальниками і споживачами в логістичному центрі, наприклад, в області своєчасної доставки продукції, що зменшує логістичні витрати на управління запасами, зберігання, складування, доставки.
5. Компенсація зростання логістичних витрат в одній ланці логістичного центру за рахунок скорочення логістичних витрат в іншій ланці.
6. Використання прогресивних методів роботи для підвищення продуктивності праці співробітників.
7. Поліпшення використання ресурсів підприємства і більш ефективне управління факторами, що впливають на рівень загальних логістичних витрат. Отримані результати можна використовувати на практиці в будівельних організаціях.

Список літератури

1. Організація та проектування логістичних систем: підручник / за ред. проф. М. П. Денисенка, проф. П. Р. Левочня, проф. Л. І. Михайлової. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 336с.
2. Бібліографічний покажчик літератури [Електронний ресурс]: Павлов І. Д., Арутюнян І. А. «Інноваційні підходи до управління розвитком будівельного виробництва» – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vodaba/2010_38/index.files/St77_38.htm
3. Поповиченко, И. В. Управление эффективностью затрат предприятия на основе комплексного применения инструментария стратегического, проектного менеджмента и логистики [Електронний ресурс] / И. В. Поповиченко // Эффективная экономика – 2009. - №3. – Режим доступу до журн.: <http://www.economy.nauka.com.ua>
4. Мішина, С. В. Принципи управління логістичними витратами підприємства. [Електронний ресурс] / С. В. Мішина, О. Ю. Мішин // Економічні науки / 11– Режим доступу: http://www.rusnauka.com/5_NMIV_2009/Economics/40390.doc.htm
5. Матеріали офіційного сайту Державної установи «Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.smida.gov.ua.

РЕЗЮМЕ

Поповиченко Ирина, Насибуллина Алина
Анализ влияния логистических издержек на результаты операционной деятельности строительного предприятия

В статье рассматривается влияние логистических затрат на величину операционной прибыли предприятия. Анализируются производственные, административные, сбытовые, другие операционные (логистические) издержки и пути их оптимизации.

RESUME

Popovychenko Iryna, Nasibullina Alina
An analysis of influence of logistical costs on the results of operating activity of construction enterprise

In the article there examined the influence of logistical costs on the dimension of operating profit of the enterprise. The following items are analyzed: productive, administrative, distributive, other operating (logistical) costs and ways of their optimization.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.

ПОЗИЦІЯ ПЕРСОНАЛ-МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ПРАЦІВНИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ

У статті уточнено сутність системи управління персоналом; розкрито її зміст. Визначено місце персонал-маркетингу у системі управління персоналом. Запропоновано склад підсистеми персонал-маркетингу та висвітлено його позицію в процесі управління персоналом підприємств.

Ключові слова: персонал, система управління персоналом, персонал-маркетинг, елементи підсистеми персонал-маркетингу.

Персонал-маркетинг сьогодні стає підходом, який дозволяє підприємству посилити свої конкурентні позиції на ринку у стратегічній перспективі за рахунок залучення та утримання таких працівників, які зможуть створювати, розвивати і підтримувати його ключові компетенції у сфері бізнесу на належному рівні.

У зв'язку з цим персонал-маркетинг займає одне з основних місць в управлінні персоналом, яке можна розглядати як систему, що відображає його структурну статистику, та процес, що характеризує його динаміку.

Питання, що пов'язані з персонал-маркетингом, висвітлювалися у роботах таких вітчизняних і закордонних вчених, як: Майкл Армстронг («Практика управління людськими ресурсами»): розкрито специфіку маркетингу у кадрових підрозділах; Мордовін С. К. («Управління людськими ресурсами»): розглянуто типи і методи досліджень в сфері управління персоналом; Турчинов А. І. («Управління персоналом»): висвітлено сутність і прикладне значення кадрового маркетингу, його інформаційне забезпечення, а також специфіку сучасного ринку праці; Кібанов А. Я. («Управління персоналом організації»): охарактеризовано формування та реалізацію маркетингу персоналу, визначено його види; Дуракова І. Б. («Управління персоналом»): наведено технологію маркетингу персоналу; Беляцький Н. П. («Управління персоналом»), Слинков В. Н. («Персонал і його менеджмент: практичні рекомендації»), Воронкова В. Г. («Управління людськими ресурсами: філософські засади»): розкрито особливості персонал-маркетингу підприємства; Колпаков В. М., Дмитренко Г. А. («Стратегічний кадровий менеджмент»): висвітлено особливості стратегічного маркетингу персоналу та ін.

Разом з тим, певні питання, що стосуються висвітлення місця та змістовного наповнення персонал-маркетингу в сучасних умовах, залишаються недостатньо розглянутими. Сучасні вчені пропонують різні погляди на склад системи управління персоналом і на зміст персонал-маркетингу. При цьому чітко не визначено місце персонал-маркетингу як у системі управління персоналом, так і в процесі управління персоналом. У зв'язку з цим виникла необхідність у розгляданні цієї проблеми з різних боків: структурного і динамічного.

Актуальність проблеми, її теоретичне і практичне значення обумовили вибір теми дослідження, його мету і зміст.

Метою статті є визначення позиції персонал-маркетингу в управлінні персоналом з точки зору системного і функціонального підходів (тобто у системі управління персоналом і в процесі управління персоналом).

Узагальнення існуючих наукових підходів до визначення системи управління персоналом показало, що під цим терміном найчастіше розуміють:

- систему, в якій реалізуються функції управління персоналом [1, с. 92];
- комплекс цілей, задач та основних напрямків діяльності, а також різних видів, форм, методів і відповідного механізму управління, спрямованих на підвищення продуктивності праці та якості роботи [2, с. 23];
- структурно-функціональний інструмент управління персоналом і принцип його організації [3, с. 148].

В сучасних умовах цю систему доцільно трактувати як органічну сукупність взаємопов'язаних елементів управління персоналом, які окреслюють контур ефективного механізму, в межах якого забезпечується системна реалізація функцій управління персоналом.

Наукові підходи до визначення складу системи управління персоналом, які виникають у наш час, можна об'єднати у дві групи:

1. Компонентний підхід [3, с. 152; 4, с. 28], що розглядає систему управління персоналом як сукупність компонентів (принципи, методи, засоби, стилі, технології управління, структура), які забезпечують базис у сфері управління персоналом.

2. Функціональний підхід [1, с. 91-93; 5, с. 18; 6, с. 423; 7, с. 26 та ін.], найбільш вживаний, і розглядає систему управління персоналом як сукупність ряду функціональних підсистем (від 7 до 11). Найбільше розповсюдження сьогодні має виділення таких функціональних підсистем: планування персоналу, маркетингу персоналу; наймання та обліку персоналу; трудових відносин; умов праці; розвитку персоналу; мотивації поведінки персоналу; соціального розвитку; розвитку організаційної структури управління; правового забезпечення; інформаційного забезпечення.

Але у системі управління персоналом підсистема

персонал-маркетингу повинна займати особливе місце поряд із підсистемами: HR-орієнтирів і планування, забезпечення та організації роботи персоналу, формування і використання персоналу, розвитку та активізації HR-потенціалу (рис. 1).

Доцільним є внесення до підсистеми персонал-маркетингу таких взаємопов'язаних елементів:

- маркетингові дослідження ринку праці і HR-потенціалу, які передбачають здійснення систематичних комплексних досліджень як зовнішнього ринку праці (дослідження споживачів робочої сили, конкурентів, посередників; дослідження іміджу, привабливості і конкурентоспроможності підприємства як роботодавця; дослідження товару „робоча сила”, ціни робочої сили, форм і методів регулювання розподілу робочої сили, систем комунікацій та ін.), так і внутрішнього (дослідження кадрового потенціалу; дослідження системи формування кадрового складу, плинності персоналу, згуртованості колективу, розвитку персоналу, морально-психологічного клімату, системи мотивації та ін.);

- планування і прогнозування потреби в персоналі, що передбачає визначення кількісної та якісної потреби у персоналі різних категорій;
- організація залучення і відбору працівників, що містить: організацію вербувальних заходів із наймання на роботу; визначення джерел і методів набору і відбору кадрів; формування вимог до кандидатів на посаду; ділове оцінювання, відбір кандидатів; формування кадрового резерву; встановлення довготривалих відносин підприємства з організаціями, що забезпечують його персоналом;
- виявлення і задоволення потреб персоналу, що передбачає: виявлення професійних і особистих потреб дійсних і потенційних працівників за допомогою опитувань, спостережень, розробку і реалізацію плану заходів щодо задоволення цих потреб;
- внутрішньофірмовий маркетинг, який здійснює: систематичну оптимізацію внутрішньофірмових процесів засобами маркетингового та кадрового менеджменту, управління персоналом за допомогою використання маркетингу-мікс відносно працівників, управління комунікаційними зв'язками всередині підприємства, внутрішньофірмовий PR;
- управління HR-брендом, що включає: формування привабливості і конкурентоспроможності підприємства як роботодавця, організацію роботи із зовнішніми контрагентами на ринку праці;
- управління різноманітністю, яка полягає у: індивідуалізації управління персоналом, врахуванні індивідуальних особливостей кожного працівника при формуванні кадрового потенціалу, створенні команд з працівників, які психологічно доповнюють один одного для отримання ефекту синергії;
- управління лояльністю персоналу, до якого належить: формування у працівників почуття задоволеності роботою, залучення до справ підприємства, прийняття його норм і правил, відданість, ідентифікація працівників з підприємством.

Підсистема персонал-маркетингу органічно пов'язана з усіма іншими підсистемами системи управління персоналом і не може розглядатися відокремлено від них. Тільки реалізація усіх підсистем та елементів системи управління персоналом

спроможна забезпечити ефективну реалізацію його функцій для найкращого досягнення цілей підприємства.

Система управління персоналом характеризує його статичний бік, каркас, у якому здійснюються функції управління персоналом, у той час як їх послідовне безперервне виконання є процесом управління персоналом підприємства і характеризує його динаміку.

Таким чином, процес управління персоналом – це динамічна безперервна реалізація функцій планування, організації, мотивації, контролю і координації роботи із персоналом, що забезпечує досягнення цілей підприємства.

Проведена систематизація наукових підходів до встановлення змісту процесу управління персоналом показала, що, згідно з найбільш розповсюдженою точкою зору, процес управління персоналом складається з таких етапів: планування персоналу; залучення персоналу та створення резерву потенційних кандидатів; відбір кадрів; визначення заробітної платні та можливих додаткових пільг для працівників; професійна орієнтація та адаптація; навчання персоналу; оцінка діяльності працівників (атестація кадрів); трудове переміщення; підготовка керівних кадрів [8, с. 22; 6, с. 226; 9, с. 15; 10, с. 121; 11, с. 66]. При цьому персонал-маркетинг як функція управління персоналом визначається лише В. П. Пугачовим [12, с. 29-32] і Ю. Г. Одеговим [6, с. 261-265], у той час як його складові у більшості випадків аналізуються несистемно.

Персонал-маркетинг доцільно розглядати у взаємозв'язку з іншими функціями управління персоналом, оскільки його доміанти повністю інтегруються у процес управління персоналом, кожна зі стадій якого містить елементи, які складають зміст персонал-маркетингу (рис. 2).

Реалізація системного і функціонального підходів до визначення місця персонал-маркетингу в управлінні персоналом дозволяє розглянути цю проблему з різних сторін: структурного і динамічного.

Таким чином:

- під системою управління персоналом доцільно розуміти органічну сукупність взаємопов'язаних елементів управління персоналом, які окреслюють контур його ефективного механізму, в межах якого забезпечується системна реалізація функцій управління персоналом;
- у системі управління персоналом підсистема персонал-маркетингу повинна займати особливе місце поряд із підсистемами: HR-орієнтирів і планування, забезпечення та організації роботи персоналу, формування і використання персоналу, розвитку та активізації HR-потенціалу;
- підсистема персонал-маркетингу повинна складатися з таких елементів: маркетингові дослідження ринку праці і HR-потенціалу, планування і прогнозування потреби в персоналі, організація залучення і відбору працівників, виявлення і задоволення потреб персоналу, внутрішньофірмовий маркетинг, управління HR-брендом, управління різноманітністю, управління лояльністю персоналу;
- персонал-маркетинг доцільно розглядати у взаємозв'язку і взаємозалежності з іншими функціями управління персоналом, оскільки його доміанти повністю інтегруються у процес управління персоналом.

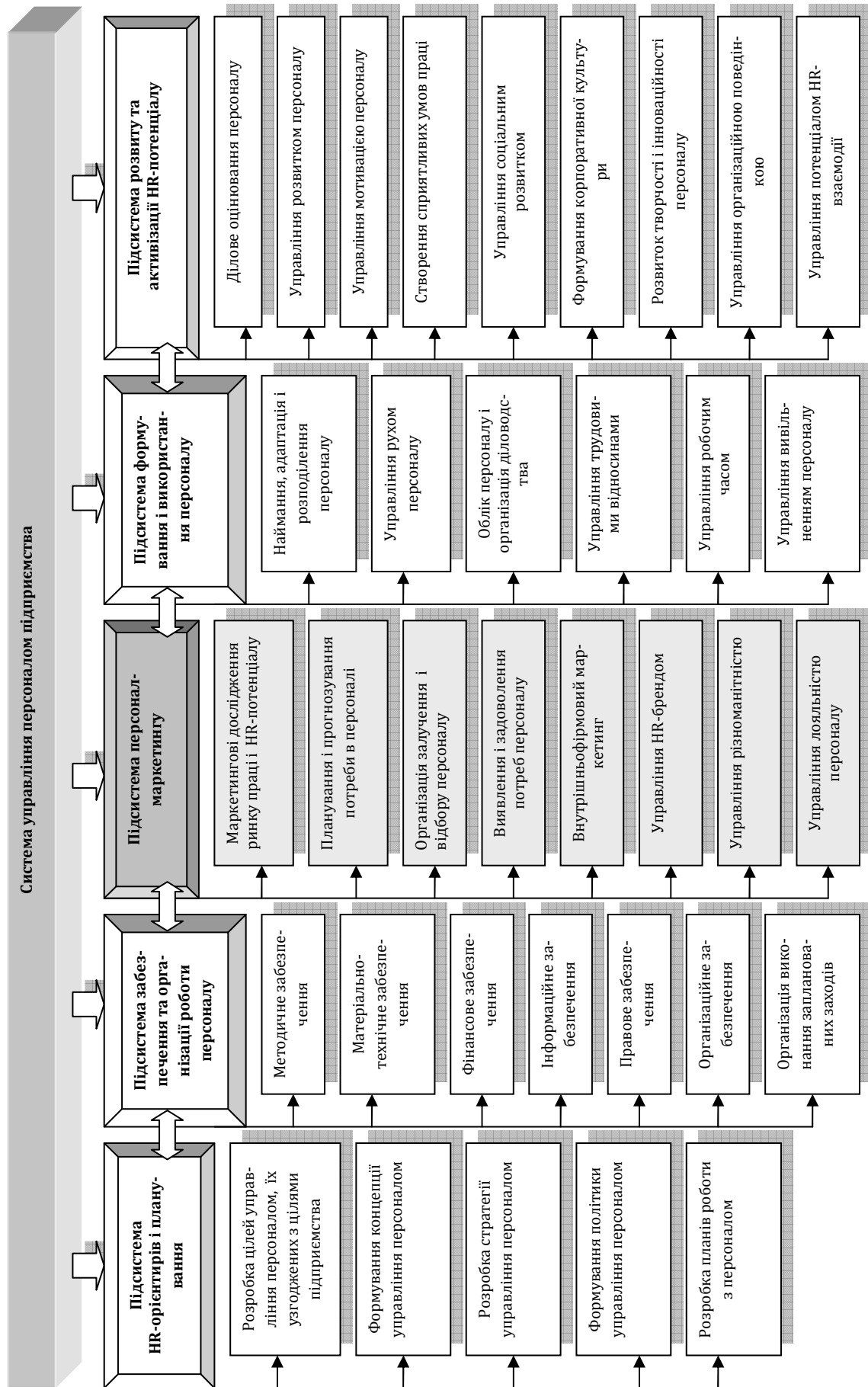


Рис. 1. Місце персонал-маркетингу у системі управління персоналом підприємства

К
О
Р
Д
И
Н
А
Ц
І
Я

І

З
В
О
Р
О
Т
Н
И
Й

З
В
,
Я
З
О
К

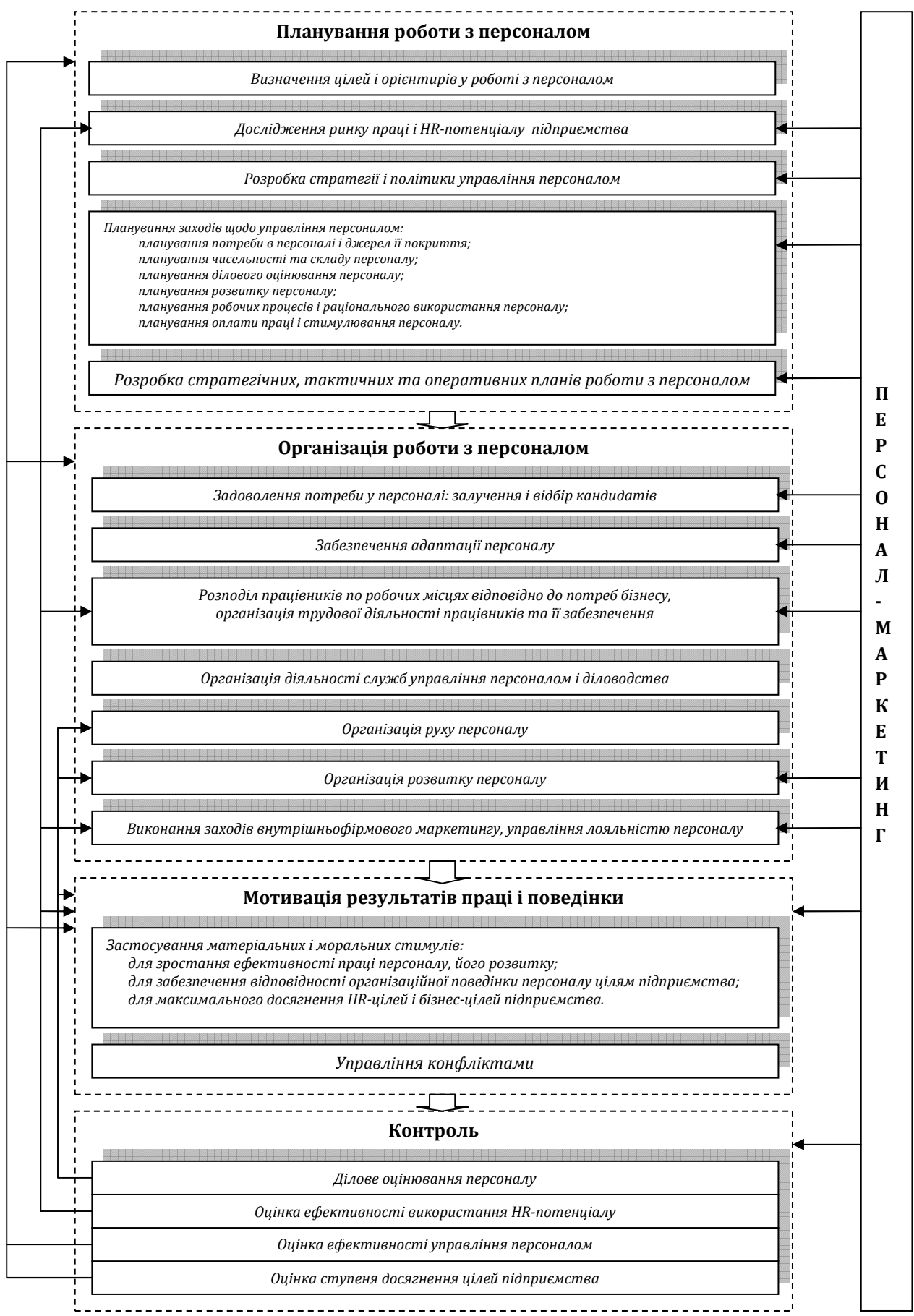


Рис. 2. Місце персонал-маркетингу у процесі управління персоналом

У перспективі дослідження має проводитися у напрямку визначення сутності і змісту управління персонал-маркетингом у підприємствах.

Список літератури

1. *Управление персоналом организации : учебник / под ред. А. Я. Кибанова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2003. – С. 91-93. – ISBN 5-16-000315-0.*
2. *Щекин, Г. В. Основы кадрового менеджмента : учебник / Г. В. Щекин. – 5-е изд., стереотип. – К.: МАУП, 2004. – С. 23-25. – ISBN 966-608-375-2.*
3. *Управление персоналом : учебник / под общ. ред. А. И. Турчинова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Изд-во РАГС, 2008. – С. 148-152. – ISBN 978-5-7729-0329-2.*
4. *Храмов В. О. Основы управления персоналом : навч.-метод. посіб. / В. О. Храмов, А. П. Бовтрук. – К.: МАУП, 2001. – С. 28-30. – ISBN 966-608-086-9.*
5. *Кочеткова А. И. Основы управления персоналом / А. И. Кочеткова. – М.: ТЕИС, 1999. – С.18-22. – ISBN 5-7218-0212-Х.*
6. *Одегов Ю. Г. Управление персоналом в структурно-логических схемах : учебник / Ю. Г. Одегов. – М.: Академический Проект, 2005. – с. 226-423. – ISBN 5-8291-0536-5.*
7. *Цыпкин Ю. А. Управление персоналом : учеб. пособие для вузов / Ю. А. Цыпкин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – С. 26-30. – ISBN 5-238-00227-0.*
8. *Мордовин С. К. Управление персоналом : современная российская практика / С. К. Мордовин. – СПб.: Питер, 2003. – С. 22-25. – ISBN 5-88782-375-7.*
9. *Михайлова Л. И. Управление персоналом : навч. посіб. / Л. И. Михайлова. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – С. 15-20. – ISBN 978-966-364-481-3.*
10. *Бабосов Е. М. Социология управления : учеб. пособие для студ. вузов / Е. М. Бабосов. – Мн.: ТетраСистемс, 2000. – С. 120-122. – ISBN 985-6317-91-6.*
11. *Управление людскими ресурсами : философські засади : навч. посіб. / під ред. д.ф.н., проф. В. Г. Воронкової. – К.: Професіонал, 2006. – С. 65-67. – ISBN 966-370-012-2.*
12. *Пугачев В. П. Руководство персоналом организации : учебник / В. П. Пугачев. – М.: Аспект Пресс, 1998. – С. 29-32. – ISBN 5-7567-0218-0.*

РЕЗЮМЕ

Сардак Елена

Позиция персонал-маркетинга в управлении работниками предприятий

В статье уточнена сущность системы управления персоналом; раскрыто ее содержание. Определено место персонал-маркетинга в системе управления персоналом. Предложен состав подсистемы персонал-маркетинга. Отражена позиция персонал-маркетинга в процессе управления персоналом предприятий.

RESUME

Sardak Olena

Personnel-marketing position in the personnel management of enterprises

In the article the essence of a personnel management system is specified; its maintenance is exposed. The place of a personnel-marketing in the personnel management system is defined. Composition of subsystem of the personnel-marketing is offered. Position of a personnel-marketing in the personnel management process of enterprises is reflected.

Стаття надійшла до редакції 16.03.2011 р.

Віра СЕРЕДИНСЬКАкандидат економічних наук,
доцент кафедри аудиту, ревізії та контролінгу,
Тернопільський національний економічний університет**Ольга ЗАГОРОДНА**кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічного аналізу і статистики,
Тернопільський національний економічний університет

ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНИХ АЛЬТЕРНАТИВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті окреслено систему критеріальних показників оцінки інноваційних альтернатив розвитку підприємства.

Ключові слова: науково-технічний ефект, операційний ефект, фінансовий ефект, інвестиційний ефект, інновація, інноваційний проект.

Господарюючі суб'єкти беруть участь в інноваційному процесі, реалізуючи інноваційні проекти, що можуть послідовно змінювати і доповнювати один одного, або бути незалежними і здійснюватися паралельно. Інноваційний проект може охоплювати всі або лише певні фази інноваційного процесу. Тому під інноваційним проектом будемо розуміти комплекс робіт для створення, просування на ринок та впровадження інновацій у господарський процес.

Здійснюючи інноваційну діяльність, господарюючі суб'єкти намагаються реалізувати такі зміни, які дозволяти б їм зміцнити ринкові позиції, отримати значні вигоди у вигляді доходу, прибутку, забезпечували б перспективу розвитку. Однак, на жаль, можливості підприємств щодо залучення інновацій різні. Зумовлено це, перш за все, ресурсними обмеженнями. Тому ефективне управління інноваційною діяльністю досягається при оптимальному поєднанні інноваційних можливостей та відповідних потреб підприємства. Для цього необхідне аналітичне обґрунтування доцільності і можливості впровадження кожної інновації, порівняльний аналіз альтернатив з метою вибору тієї, яка створить для підприємства суттєві конкурентні переваги і забезпечить належну економічну віддачу, рівень якої суттєво перевищить вкладені у її реалізацію фінансові ресурси. Практична реалізація цієї проблеми передбачає розробку системи критеріїв, показників, методів виміру та процедури порівняльної оцінки.

Протягом останніх років опубліковано багато наукових робіт вітчизняних і зарубіжних авторів з цієї проблеми [1; 2; 3; 5; 7; 8; 18], створено різні варіанти методичних вказівок і рекомендацій щодо економічного обґрунтування інвестицій в інноваційні проекти [10; 11; 12; 13; 15]. Тому актуальною є оцінка їх відповідності реальним умовам господарювання і можливості використання на практиці.

Вивчення наукової літератури, нормативно-правових актів свідчить про те, що прийняття рішення щодо доцільності вибору інноваційних проектів та

аналіз їх виконання пропонується здійснювати за допомогою оцінки різних критеріїв залежно від рівня економічної системи: держави в цілому, регіону, галузі, господарюючого суб'єкта. Проаналізований нами перелік критеріїв державної оцінки інноваційних проектів [22] дає можливість стверджувати, що часто за основний критерій оцінки інновацій беруться показники ефекту і ефективності.

Однак спостерігаються випадки, коли ефективність розглядається як економічна категорія, що знаходить своє відображення в сукупності як абсолютних, так і відносних показників [21]. У деяких нормативних документах поняття "ефективності", "ефекту", "результату", "результативності", "корисності", "цінності" подаються як синоніми [16]. Така ситуація веде до ігнорування методу визначення показників, що їх відображають, ускладнює змістовне розуміння економічних явищ.

Як додаток до нормативного методичного інструментарію визначення критеріїв оцінки інноваційних проектів, виступають напрацювання науковців. Г. В. Савицька [18] пропонує для оцінки ефективності інновацій застосовувати систему показників, які об'єднано в три групи. Показники виробничого ефекту (відображають обсяг продукції, витрати, продуктивність праці на підприємства до і після впровадження інновацій); показники, що характеризують фінансову ефективність останніх (приріст маржі покриття, чистого доходу, прибутку, рентабельності внаслідок впровадження) і показники інвестиційної ефективності (чистий приведений ефект, індекс рентабельності, строк окупності).

Вищевикладене свідчить, що наявні пропозиції щодо критеріїв оцінки результатів інноваційних проектів істотно відрізняються за складом і кількістю. Для того, щоб викласти авторську точку зору щодо оцінки інновацій, розберемося в суті основних понять.

Результат будь-якої операції вимірюється тим, наскільки була досягнута поставлена перед нею мета. Оскільки інноваційні проекти є чітко цілеспрямованими, їх результат визначається досягненням запланованих цілей. Далі виконують

кількісне і якісне обчислення результату. Корисний результат від інновацій, зиск від них можна вважати ефектом. Якщо через Р позначити результат, через З - витрати, здійснені для тримання цього результату, то співвідношення цих величин (P/Z) називається результативністю, що відображає результат, отриманий з одиниці витрат. Різниця ($P-Z$) характеризує абсолютну величину перевищення результату над витратами і називається абсолютним ефектом. Частка від ділення абсолютного ефекту на витрати є відносною величиною, що називається ефективністю.

Проведений авторами аналіз і систематизація підходів до визначення умов розвитку на основі інновацій, надали можливість розробити критеріальну базу та сформувати систему основних показників, за якими слід здійснювати порівняльний аналіз альтернативних варіантів інновацій.

Розглядаючи існуючі критерії оцінки, ми зауважили, що використання понять «ефективності» і «ефекту» стосовно інноваційної діяльності є особливо актуальним. Справді, одержуючи інновацію (у вигляді нового продукту, технології, методів організації її управління), що є результатом інноваційного процесу, важливо не тільки отримати з мінімальними витратами, а ще цінність, що має бути корисною і потрібною, тобто відповідати певним вимогам як з боку підприємства, ініціуючого її впровадження, так і з боку споживачів цієї інновації.

З огляду на це, вважаємо, що для виявлення взаємозв'язку між результативними показниками науково-технічної, операційної, фінансової, інвестиційної та інноваційної діяльності підприємства доцільно сформувати систему показників, яку об'єднати в такі групи :

- науковий ефект;
- техніко-економічний ефект;
- операційний ефект;
- фінансовий ефект;
- інвестиційний ефект;
- інвестиційна ефективність.

Науковий ефект є результатом впровадження всіх інновацій незалежно від мети та сфери використання. Він характеризує розширення і приріст знань, втілених в інновацію. У число пропонованих показників оцінки входять такі: новизна, перспективність, рівень впровадження результатів інноваційного проекту, наявність охоронних документів.

Для оцінки рівня новизни зарубіжні і вітчизняні науковці пропонують використовувати різні підходи, а саме: за глибиною змін, що лежать в основі науково-технічних та конструктивно-технологічних рішень [9], за рівнем теоретичних і методичних напрацювань, покладених в основу інновації [12], за рівнем оригінальності і прогресивності як самої інновації, так і інноваційної продукції, отриманої в результаті її використання [7], за масштабами новизни [3].

Слід погодитися з думкою науковців про необхідність диференціації показників новизни. Суттєві труднощі полягають у тому, що жоден із її аспектів не може бути відображено кількісно, а тому пропонуємо використання якісних показників.

До якісних показників будемо зараховувати ті, які змістовно характеризують досягнутий рівень відповідного явища, дозволяють в якісних шкалах здійснювати його порівняння з базовим, еталонним чи аналогічним рівнем іншого об'єкта. Разом з тим, якісні

шкали не дозволяють здійснювати кількісний вимір показників, однак є прийнятними в обґрунтуванні управлінських рішень у ситуаціях порівняння, впорядкування, вибору, уможливають використання математичного апарату для розв'язання поставлених завдань. Цей підхід не суперечить розумінню якісних показників в кваліметрії [4] і системному аналізі, бо формування якісних показників передбачає використання змістовних, словесних (вербальних) оцінок.

Аналіз публікацій з теорії вимірів [19] дає можливість стверджувати, що для виміру якісних показників найбільш доцільно використовувати рангові шкали. Вони зручні з практичної точки зору, бо:

- дають можливість формувати градації шкали в формі змістовного опису і одночасно відображати переваги однієї градації порівняно з іншою;
- знижують ймовірність появи суб'єктивних оцінок експертів порівняно з кількісним оцінюванням;
- є простими в користуванні.

Рангову шкалу для виміру окремої складової новизни будемо будувати як впорядковану за зростанням за рівнем значимості сукупність змістовних (вербальних) характеристик і відповідну їй зростаючу послідовність чисел натурального ряду (таблиця 1).

Використання рангових шкал з метою порівняльної оцінки альтернативних інновацій вимагає вибору, визначення і обґрунтування часткових показників, а також розробки шкал для їх виміру. Розглянемо сукупність пропонованих нами часткових показників новизни. Вона містить: науково-теоретичну новизну; глибину внесених змін; новизну технічного виконання; масштаби новизни; охороноздатність.

Науково-теоретичну значимість інновації пропонуємо визначати як якісний ранговий показник, що має п'ять градацій (1.1.1). Найменш вагомим є відсутність будь-якої науково-теоретичної цінності інновації, базування на відомих законах.

Перспектива отримання нового фундаментального результату або розробка теоретичної основи для нового прикладного дослідження є найбільш важливою, бо створює можливість для широкомасштабного використання інновації.

Глибина внесених змін характеризує оригінальність і рівень прогресивності як самої інновації, так і інноваційного продукту, тому її доцільно оцінювати за допомогою чотирьох градацій (1.1.2). Цілком зрозуміло, що відсутність будь-яких змін, базування на традиційних підходах отримує найменшу рангову оцінку, а найвищу – радикальні інновації. Саме вони дозволяють вирішувати складні науково-технологічні проблеми. Такі види інновацій створюються рідко, і їх поява є новим етапом в розвитку науки і техніки. Радикальні інновації дозволяють досягнути довгострокових конкурентних переваг, хоч супроводжуються високими ризиками. Проте, як правильно зазначають дослідники, відмова від інновацій несе в собі ще вищі ризики, ніж їх застосування. Поліпшені інновації представляють менший приріст корисних властивостей, новизна псевдоінновацій полягає в зміні дизайну, пакуванні тощо.

Для оцінки новизни технічного виконання пропонуємо використати шкалу з п'ятьма градаційними рівнями, який дозволяє оцінити новизну технічного принципу, що лежить в основі інновації (1.1.3). Цей

Таблиця 1. Показники попередньої оцінки інноваційних альтернатив

№	Назва показника	Формула розрахунку або шкала виміру показника
Показники наукового ефекту		
1.1 Показники новизни		
1.1.1	Науково-теоретична новизна	- не становить ніякої науково-теоретичної цінності, ґрунтується на відомих законах; - є узагальненням окремих теорій даного напрямку; - розкриває окремі закономірності в певному напрямку; - передбачає розробку теорії нового явища чи закономірності; - передбачає отримання нового фундаментального результату чи створення теоретичної основи для нового прикладного дослідження
1.1.2	Глибина внесених змін	- відсутність будь-яких інноваційних змін; - псевдоінновація; - поліпшена; радикальна.
1.1.3	Новизна технічного виконання	- в технічному виконанні використовується відомий і широко використовуваний у вітчизняній практиці науково-технічний принцип; - в технічному виконанні використовується відомий і широко використовуваний у зарубіжній практиці науково-технічний принцип; - в технічному виконанні використовується відомий, але не використовуваний у вітчизняній практиці принцип; - в технічному виконанні використовується відомий, але не використовуваний у зарубіжній практиці принцип; - в технічному виконанні використаний принцип раніше не відомий і відповідно ніде не використовувався.
1.1.4	Масштаби новизни	- рівень окремого господарюючого суб'єкта; - рівень галузі; - рівень країни; - світовий рівень.
1.1.5	Охороноздатність	- принцип закладений в основу інновації не відповідає критеріям охороноздатності; - наявність в інновації принципів, на які подано заявки в Україні; - наявність в інновації принципів, на які подано заявки за кордоном; - наявність в інновації принципів, що підпадають під дію патентів; - принцип, втілений в інновації, цілком підпадає під дію патентів.
1.1.6	Показник патентної чистоти інновації	$g = \frac{H - \sum_{i=1}^m g_{ei} \cdot H_i}{H}$, де g - показник патентної чистоти інновації; g_{ei} - коефіцієнт вагомості i -ої складової інновації, яка підпадає під дію патенту в даній країні, за групами важливості; H_{ei} - кількість складових i -х інновації, яка підпадає під дію патентів в даній країні, за групами важливості; H - загальна кількість складових інновації; m - число груп важливості.
1.2	Перспективність	- розвиток і подальше використання наукової ідеї в інновації не доцільно; - невелика ймовірність того, що закладена наукова ідея буде використана в майбутньому; - закладена наукова ідея може бути використана в подальших дослідженнях; - закладена наукова ідея може викликати нові якісні зміни.
1.3	Рівень впровадження результатів інноваційного проекту	- результати фундаментальних досліджень; - результати науково-дослідних робіт; - результати дослідно-конструкторських робіт; - експериментальне виробництво; - серійне виробництво.
1.4	Наявність охоронних документів	- деклараційний патент на корисну модель; - деклараційний патент на винахід; - патент на корисну модель за кордоном за наявності патенту в Україні; - патент України на корисну модель; - патент України на винахід; - патент на винахід за кордоном за наявності патенту в Україні.
Показники техніко-економічного ефекту		
1.5	Рівень конкурентоспроможності	- нижче рівня кращих вітчизняних аналогів; - на рівні кращих вітчизняних аналогів; - нижче рівня світових аналогів; - на рівні кращих світових аналогів; - вище рівня кращих світових аналогів; - відсутність аналогів.

показник використовується для оцінки інновацій, пов'язаних із створенням засобів праці.

Масштаби новизни можна деталізувати за такі градаціями, як рівень окремого господарюючого суб'єкта; рівень галузі; рівень країни; світовий рівень (1.1.4).

Показник охороноздатності характеризує рівень патентної чистоти інновації, що гарантує можливості її реалізації за кордоном. Оцінюючи цей показник, враховують наявність в інноваціях об'єктів, які можуть стати предметом патентного захисту або ліцензійних угод. Він містить п'ять градаційних рівнів (1.1.5). Крім того, може бути використаний показник патентної чистоти інновації (1.1.6).

Перспективність інновації, яка визначається можливістю її подальшого використання, можна оцінити за допомогою чотирьох рівнів градації (1.2).

Рівень впровадження результатів інноваційного проекту визначають за шкалою, проградуйованою відповідно до стадій життєвого циклу інновацій (1.3). Так, щоб найнижчий рівень градації відповідав початковій фазі, а максимальний - останній фазі життєвого циклу інновацій. Це дозволить порівнювати роботи різних напрямів: фундаментальні дослідження з високим рівнем новизни і невеликим ступенем впровадження та прикладні роботи, впровадження яких здійснюються в короткі терміни, але рівень новизни не завжди високий. З мірою наближення до практичного використання в промисловості рівень впровадження зростає і зменшується ризик. Слід зауважити, що вірогідність позитивного результату інноваційного проекту, що знаходиться на етапі фундаментальних досліджень складає лише 5%; результати науково-дослідних робіт у 85-90% завершуються успішно; дослідження на етапі дослідно-конструкторських робіт у 95-97% закінчуються позитивно.

Цінність наукової розробки на ринку зростає, коли вона закінчена, заявлена, запатентована і закріплена за автором (авторами) охоронними документами. Оцінку наявності охоронних документів пропонуємо здійснювати за шкалою, яка має шість градацій (1.4).

Показники техніко-економічного ефекту відображають поліпшення параметрів техніки і технологій, що впливає з відкриття нових законів та закономірностей у природі.

Техніко-економічний ефект від впровадження інновацій варто оцінювати за допомогою показників техніко-економічного рівня. Для їх визначення пропонуємо скористатися підходом, відображеним в [16]. Згідно з цим підходом для оцінки слід відібрати найбільш істотні технічні і техніко-економічні параметри, у яких найбільш зацікавлені майбутні користувачі технологій, продукції, послуг, способів виконання робіт. Нами сформульована сукупність таких показників в [20].

Це функціональні, ресурсозберігаючі та природоохоронні показники, які повинні відображати технічну досконалість, економічну ефективність, безпечність інновації.

Конкурентоспроможність пропонуємо формулювати як якісний ранговий показник, що має шість градацій (1.5):

- нижче рівня кращих вітчизняних аналогів;
- на рівні кращих вітчизняних аналогів;
- нижче рівня світових аналогів;

- на рівні кращих світових аналогів;
- вище рівня кращих світових аналогів;
- відсутність аналогів.

Треба зазначити, що соціальні та екологічні результати часто беруться до уваги як додаткові показники ефективності галузей національної економіки і враховуються при прийнятті рішень про пріоритетність проекту та його державної підтримки.

Оцінка конкурентоспроможності передбачає формування групи аналогів, що реалізуються на світовому (вітчизняному) ринках, і встановлення значень їх техніко-економічних показників. У разі оцінки науково-технічного рівня принципово нової продукції (техніки, технології), параметри якої змінюються в значних розмірах порівняно з базовою, до групи аналогів включаються перспективні і експериментальні зразки, надходження яких на ринок прогнозується на період випуску оцінюваної продукції. Значення показників науково-технічного рівня перспективних зразків прогнозується на період випуску продукції, що розробляється в рамках НДДКР.

Зіставлення значень параметрів інновації, що буде одержана в результаті виконання НДДКР, здійснюється з вимогами нормативних документів (міжнародних, регіональних, національних стандартів) і параметрами аналогів. Невідповідність будь-якого з показників вимогам стандартів означає неможливість продажу продукції в зоні дії цього стандарту.

Вважаємо за необхідне зазначити, що поряд з проведенням оцінювання самої інновації, важливого значення набуває і визначення її впливу на функціонування та розвиток підприємства, що отримує відображення у операційному і фінансовому ефектах. Вони виявляються у збільшенні обсягів виробництва, виручки від реалізації, розширенні асортименту, частки експортованої продукції, зменшенні витратомісткості, зниженні частки матеріальних і енергетичних ресурсів в собівартості, прирості продуктивності праці, підвищенні рентабельності продукції, рентабельності активів, прискоренні їх оборотності, рості інших фінансових показників, збільшенні частки ринку підприємства за основними видами продукції і т.д.

Нижче наведено формули, які можуть лягти в основу розрахунку операційного і фінансового ефектів. Вони дають можливість, встановити як зміняться такі основні показники господарської діяльності, як обсяг виробництва і реалізація, її собівартість, прибуток, рентабельність підприємства у зв'язку з впровадженням інновацій.

До основних показників, які характеризують операційний ефект належать:

- *процент зміни собівартості продукції (C у %):*

$$C = \frac{\sum K_i D_i}{100}, \text{ де} \quad (1)$$

K_i - зміна (зниження) витрат за i -ю статтею собівартості продукції за рахунок впровадження інновації, %;

D_i - питома вага i -ї статті в собівартості продукції, %

- *зміна витратомісткості продукції (B_м у %):*

$$B_m = \frac{B_{m0} - B_{m1}}{B_{m0}} \cdot 100, \text{ де} \quad (2)$$

B_{m0} - витратомісткість продукції до впровадження

інновації;

V_{m1} – витратомісткість продукції після впровадження інновації

– зміна трудомісткості продукції (ΔT):

$$\Delta T = \sum (t_{0i} - t_{1i}), \text{ де} \quad (3)$$

t_{0i}, t_{1i} – трудомісткість виготовлення одиниці i -ї продукції до і після впровадження інновації.

– економія від впровадження нових видів сировини і матеріалів (E_M):

$$E_M = (H_0 C_0 - H_1 C_1), \text{ де} \quad (4)$$

H_0, H_1 – норма витрачання певного виду сировини, матеріалів, палива на одиницю продукції у відповідних одиницях виміру до і після впровадження інновації;

C_0, C_1 – ціна одиниці певного виду сировини, матеріалів, палива до і після впровадження інновації;

– приріст продуктивності праці персоналу (ΔY):

$$\Delta Y = \frac{Yu Du}{100}, \text{ де} \quad (5)$$

Yu – приріст продуктивності праці працівників підрозділу, де впроваджується інновація, %

Du – питома вага працівників певного підрозділу в чисельності працюючих, %

До основних показників фінансового ефекту можна зарахувати наступні:

зміна прибутку за рахунок збільшення обсягу виробництва і реалізації продукції ($\Delta \Pi$):

$$\Delta \Pi = \left(\frac{P_1}{P_0} - 1 \right) \cdot \Pi_0, \text{ де} \quad (6)$$

P_0, P_1 – обсяг реалізованої продукції відповідно до і після впровадження інновацій в зіставних цінах;

Π_0 – сума прибутку, отримана від реалізації продукції до впровадження інновації в зіставних цінах.

зміна прибутку за рахунок зміни рівня рентабельності реалізованої продукції ($\Delta \Pi_p$):

$$\Delta \Pi_p = \left(\frac{P_{n1}}{P_{n0}} - 1 \right) \cdot \Pi_0, \text{ де} \quad (7)$$

P_{n0}, P_{n1} – рівні рентабельності реалізованої продукції відповідно до і після впровадження інновації;

Π_0 – сума прибутку від реалізації продукції до впровадження інновації, грн..

Показником інвестиційного ефекту від впровадження інновацій є чиста теперішня вартість, основна ідея розрахунку якої є визначення різниці між майбутніми доходами і інвестиційними витратами, скорегованої в часі методами математичного дисконтування. Формула розрахунку чистої теперішньої вартості має вигляд:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0, \text{ де} \quad (8)$$

NPV – чиста теперішня вартість;

I_0 – сума початкових інвестиційних витрат;

CF_t – чистий грошовий потік у період t ;

r – ставка дисконту;

n – кількість періодів часу (років, місяців), на які розраховано інноваційний проект.

Слід зазначити, що при прогнозуванні грошових потоків за періодами повинні враховуватися всі надходження і виплати, пов'язані з певним проектом. Наприклад амортизаційні відрахування, надходження від ліквідації чи продажу устаткування після закінчення проекту повинні включатися у майбутні доходи. А у видатках враховуються як додаткові інвестиції, так і експлуатаційні витрати, що стосуються реалізації проекту. З врахуванням вищевикладеного формула розрахунку NPV набуде вигляду:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{D_t - C_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{I_t}{(1+r)^t}, \text{ де} \quad (9)$$

D_t – дохід від реалізації інноваційного проекту в період t ;

C_t – сума експлуатаційних витрат без амортизації разом з податковими платежами в період t ;

I_t – сума початкових і додаткових інвестицій в період t .

Якщо NPV додатна величина (приведена вартість доходів перевищує приведену вартість витрат), то реалізація інноваційного проекту є вигідною справою, коли від'ємна – інвестування в інноваційний проект є не вигідним, якщо дорівнює нулю – інноваційний проект лише окупить здійснені витрати, але не принесе прибутків.

Як видно із формул, на чисту теперішню вартість впливають розміри та розподіл в часі доходів та витрат, тривалість інноваційного проекту, а також ставка дисконту.

Залежність NPV від розмірів грошових потоків є найбільш очевидна і зрозуміла: збільшення доходів веде до росту чистої теперішньої вартості, а збільшення витрат – до її зниження. Схема розподілу грошового потоку в часі суттєво впливатиме на величину NPV , причому чим більший розмір чистих грошових надходжень в перші роки життєвого циклу інноваційного проекту, тим швидше його окупність, тим більша величина чистої теперішньої вартості.

Оскільки при розрахунку NPV використовується методи дисконтування, то на неї впливають часові характеристики. При збільшенні частоти надходжень грошових потоків від реалізації інноваційного проекту, його чиста теперішня вартість зростає, бо існують можливості реінвестування грошових коштів. Надмірний ріст тривалості періоду надходжень створює лише ілюзію підвищення інвестиційного ефекту, бо розміри віддалених у часі надходжень навряд чи можна вважати надійними та обґрунтованими. Тому відстрочення початку надходжень грошових коштів зменшує показник NPV і навпаки.

Чиста теперішня вартість відображає інвестиційний ефект від впровадження інновацій і з успіхом може використовуватися як критеріальний при відборі альтернативних варіантів. Проте при порівнянні інвестиційних проектів з різними життєвими циклами, різними потоками грошових засобів виникає необхідність користуватися не абсолютними, а відносними показниками. Такими як внутрішня норма доходності (IRR), індекс рентабельності (PI), строк окупності (PP).

При збільшенні ставки дисконтування чиста теперішня вартість скорочується і досягає нульового

значення, а далі стає від'ємною. Таке значення ставки дисконтування r , при якій теперішня вартість доходів дорівнює теперішній вартості витрат, а чиста теперішня вартість дорівнює нулю, називають внутрішньою нормою доходності інвестицій. Її визначають з рівняння:

$$0 = \sum_t \frac{D_t - C_t}{(1+r')^t} - \sum_t \frac{I_t}{(1+r')^t} \quad (10)$$

або

$$\sum_t \frac{D_t - C_t}{(1+r')^t} = \sum_t \frac{I_t}{(1+r')^t}, \text{ де} \quad (11)$$

r' - шукана внутрішня норма доходності (IRR).

З рівняння видно: якщо при визначенні чистої теперішньої вартості ставка дисконту відома і є фіксованим параметром, то при розрахунку внутрішньої норми доходності - сама стає об'єктом обчислення. Для розрахунку IRR пропонуються методи послідовного підбору, лінійної інтерполяції, різні ітераційні процедури, або обчислення в пакеті прикладних програм *MS Excel*.

Показник IRR з успіхом може бути використаний як критеріальний з метою порівняльної оцінки інноваційних проектів. Серед альтернативних проектів перевагу слід віддати тому, в якого внутрішня норма доходності найбільша за умови, що вона перевищує необхідну інвестору норму доходності (ставку дисконтування) r . При значному розриві між величинами IRR та ставки дисконтування, зростає зона фінансової безпеки інвестиційного проекту. Це означає, що навіть з підвищенням середньоринкової доходності і відповідно із збільшенням ставки дисконтування, проект однаково залишається вигідним для інвестора.

Ефект інноваційного проекту можна оцінити не лише за вартісними критеріями, але і за певними часовими характеристиками, серед яких - період окупності. Це той період, після закінчення якого доходи, що надходять, стають прибутком. Оскільки період окупності (PP) вказує на кількість років, необхідних для відшкодування вкладених інвестицій, то для його визначення очікуваний грошовий потік сумують до тих пір, поки він не стане рівний величині початкових інвестиційних витрат, тобто

$$PP = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} = I_0 \quad (12)$$

Під час оцінювання інноваційних проектів перевагу віддають тим, які мають невеликий строк окупності, адже у сучасних ринкових умовах важливо, щоб суттєві грошові потоки формувалися в перші роки реалізації. Показник PP дає можливість не тільки розрахувати час ліквідності інноваційного проекту, але і слугує мірилом ризикованості інвестицій: чим вищий ступінь ризику, тим менший строк окупності проекту. Виходячи з цього, ми вважаємо, що принциповим питанням, яке має бути об'єктом підвищеної уваги, є концентрація зусиль керівництва господарюючого суб'єкта на максимально швидку окупність інноваційного проекту і підтримку його конкурентоспроможності на ринку. Адже розробка конкурентом нової ідеї, означає зменшення корисності тих інновацій, під які інвестовано кошти раніше. Вони морально старіють і тому стають потенційно безперспективні.

Підприємство, яке розробляє і самостійно

реалізує інновацію, зацікавлене у збереженні позиції на ринку, у продовженні діяльності після окупності інновацій. Це саме стосується і підприємства, яке купило інновацію або отримало її як інвестицію.

Щодо підприємств, які розробляють, але не реалізують інноваційних проектів, то в момент відчуження інновації вони отримують свою вигоду і подальша доля продукту їх стосується посередньо.

Дещо складніша і неоднозначна ситуація з інвесторами. Узагалі інвестори, стратегічні і спекулятивні, максимально зацікавлені в комерційному успіху проекту, але в подальшому розвитку підприємства зацікавлені тільки стратегічні інвестори. У спекулятивних інвесторів інтерес кон'юнктурний. Вони розраховують на поточний дохід.

Для оцінки інвестиційної ефективності інновацій використовують індекс рентабельності (PI), який показує рівень чистих грошових потоків, який генерує одна гривня початкових інвестиційних витрат.

$$PI = \frac{\sum_t D_t - C_t}{(1+r)^t} \div \frac{\sum_t I_t}{(1+r)^t} \quad (13)$$

Якщо PI більше одиниці, то теперішня вартість чистого грошового потоку перевищує величину початкових інвестицій. Цілком зрозуміло, що в такому випадку NPV має додатну величину. Якщо $PI = 1$, то величина $NPV = 0$, це свідчить про те, що проект безбитковий, однак прибуток не генерується. Якщо PI менше одиниці, то величина NPV має від'ємне значення, тобто інвестування є не вигідним. З числа інноваційних альтернатив перевагу віддають тому, в якого індекс рентабельності найбільший.

Показники інвестиційного ефекту і ефективності математично пов'язані між собою і дають однакову оцінку під час розгляду одного інноваційного проекту. Коли аналізуються альтернативні варіанти інноваційних проектів, то можуть виникати суперечливі результати. Тому пріоритетність застосування того чи іншого показника визначатиметься цілями інвестування і особою, яка приймає рішення. Якщо необхідно максимізувати абсолютну величину доходу від інноваційного проекту, то користуються показником NPV , якщо прагнуть отримати більший дохід з одиниці понесених витрат - то показником PI .

Вищевикладене свідчить, що в основі моделювання інноваційної діяльності лежить створення багатокритеріальної системи оцінки результатів впровадження інновацій.

Список літератури

1. Антоноук, Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: [монографія] / Л. Л. Антоноук, А. М. Поручник, В. С. Савчук - К.: КНЕУ, 2003. - 394 с.
2. Василенко, В. О. Інноваційний менеджмент: [навч. посібник] / В. О. Василенко, В. Г. Шматько. - Київ: Центр навчальної літератури, 2005. - 440 с.
3. Валдайцев, С. В. Оценка бизнеса и инновации / С. В. Валдайцев - М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1997. - с. 336.
4. Варжапетян, А. Г. Квалитетрия: [Учебн. пособие] / А. Г. Варжапетян - СПб.: ГУАП, 2005. - 176 с.
5. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1. / [ред.

- Мочерний С. В.] – К.: Вид.центр «Академія», 2000. – 864 с. (505-508 сторінка)
6. Йохна, М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності / М. А. Йохна, В. В. Стадник. – К. : Вид. центр «Академія», 2005. – 400 с.
 7. Коренной, А. А. Курс инновационного менеджмента / А. А. Коренной, И. И. Карпов. – К.: НИИ Статистики, 1997 с.-336с.
 8. Крылов, Э. И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия: [учеб.пособие] / Э. И. Крылов, И. В. Журавкова. - М.: Финансы и статистика, 2001. – 384 с.
 9. Максименко, З. И. Прогнозирование в науке и технике / З. Максименко, Э. Эртель. - М.: Внешторгиздат, 1989. - 152 с.
 10. Методика визначення економічної ефективності витрат на наукові дослідження і розробки та їх впровадження у виробництво, затверджено наказом Міністерства економіки та питань європейської інтеграції та Міністерства фінансів України від 26.09.2001 р. № 218/46 [Електронний Ресурс]. – Режим доступу : http://uazakon.com/documents/date_20/pg_igwzop.htm.
 11. Методика оцінки ефективності виконання інноваційних проектів та діяльності технологічних парків, затверджена наказом Міністерства економіки України, Міністерства освіти і науки України, Міністерства промислової політики України від 21.11.2005 № 434/668/44246 [Електронний Ресурс].– Режим доступу : <http://uazakon.com/document/frpart34/idx34306.htm>.
 12. Методика проведення державної експертизи інноваційних проектів, затверджена наказом Міністерства освіти і науки України від 21 лютого 2008 року № 114 [Електронний Ресурс]. – Режим доступу : http://www.mon.gov.ua/laws/MON_114_08.doc.
 13. Методика оцінки виконання інноваційних та інвестиційних проектів, які впроваджуються із залученням державних коштів, затверджена Наказом Державного агентства України з інвестицій та інновацій від 21.01.2008 N 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.difku.gov.ua/?q=node/94>
 14. Подготовка инноваций и управление проектами / [В. П. Козинец, В. В. Малыш, В. А. Ткаченко др.]; под ред. В. А. Ткаченко. - Днепропетровск: Пороги, 2006. – 482 с
 15. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розроблення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності галузевого та регіонального рівня. Спільний наказ Міністерство фінансів України, Національна академія наук України, Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України, Міністерство промислової політики України, Міністерство освіти і науки України № 442/279/180/298/449 від 09.07.2003 [Електронний Ресурс]. – Режим доступу: http://economy-zt.info/docs/innovacii/DBU_PRCIR/postanovu/postanova.
 16. Про затвердження Методики визначення економічної ефективності витрат на наукові дослідження і розробки та їх впровадження у виробництво Спільний наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України та Мінфіну України від 25 вересня 2001 р. № 218/446/[Електронний Ресурс]. – Режим доступу: http://www.minregionbud.gov.ua/ib/bul/02_n01/i01_04.htm.
 17. Порядок конкурсного відбору інноваційних проектів для їх фінансової підтримки, затверджений наказом Державного агентства України з інвестицій та інновацій від 16.11.2006 N 34 зі змінами, внесеними згідно з Наказом Державного агентства України з інвестицій та інновацій N 84 від 17.10.2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z1250-06>.
 18. Савицька, Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: [навч. посіб] / Г. В. Савицька - К.: Знання, 2007. – 668 с.
 19. Теория измерений / [Пфанцагль И., Бауман В., Хубер Г., Овчинников С.]; под ред. С. Овчинникова. - М. : Мир, 1976. – 248 с.
 20. Серединська, В. М. Економічний аналіз : [навч. посібник] / В. М. Серединська, О. М. Загородна, Р. В. Федорович; за ред. Р. В. Федоровича. – Тернопіль: Астон, 2010. – 416 с.
 21. Соловьев, В. П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций) / В. П. Соловьев. – К.: Феникс, 2004. – 560 с.
 22. Серединська, В. М. Застосування системи оцінки і вибору інноваційних проектів підприємства: Зб. наук.праць за матеріалами міжнарод. наук.-практ. конф., 25-26 листопада 2010 р. / Тернопільський національний економічний університет. - Тернопіль: ТНЕУ, 2010.
 23. Цыгичко, А. Н. Новый механизм формирования эффективности / А. Н. Цыгичко. - М. : Экономика. 1990. - 192 с.

РЕЗЮМЕ

Серединская Вера, Загородная Ольга

Оценка инновационных альтернатив развития предприятия

В статье сделана попытка сформировать систему критериальных показателей оценки инновационных альтернатив развития предприятия.

RESUME

Seredyns'ka Vira, Zagorodna Olga

Evaluation of innovative alternatives of enterprise development

The article attempts to form a system of performance evaluation criteria of innovative alternatives of enterprise development.

Стаття надійшла до редакції 16.03.2011 р.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ

У статті розглядаються сучасні методи оцінки персоналу підприємства. Проаналізовано особливості застосування цих методів в Україні.

Ключові слова: персонал, оцінка, методи, підприємство.

Необхідною умовою успішної діяльності будь-якої організації є ефективна робота персоналу. Найбільш дієвим способом виявити таланти, виміряти результати роботи і рівень професійної компетенції працівників, а також їх потенціал у розрізі стратегічних задач компанії є система оцінювання персоналу. Оцінка персоналу розглядається як елемент управління і як система атестації кадрів, що застосовується в організації в тій чи іншій модифікації. У той же час це необхідний засіб вивчення якісного складу кадрового потенціалу організації, його сильних і слабких сторін, а також основа для удосконалення індивідуальних трудових здібностей працівника і підвищення його кваліфікації. Оскільки результати оцінки визначають становище працівника на виробництві і перспективу його переміщення, то вони є важливим мотиваційним фактором покращення трудової діяльності і ставлення до праці. Підприємство не може розраховувати на довготривалий розвиток без ефективного управління людьми та організації їх діяльності. Основою забезпечення цього і є оцінка кадрів як ключова позиція для удосконалення мотивації персоналу, підвищення якості трудової діяльності.

Проблеми, що стосуються оцінки персоналу, досліджувалися у працях закордонних науковців, серед яких: А. Алавердов, М. Альберт, І. Ансофф, М. Вудкок, В. Веснін, В. Галенко, Б. Генкін, Д. Карнегі, М. Мескон, І. Метцнер, Г. Попова, В. Співак та ін. До вітчизняних фахівців, які вивчають питання оціночних механізмів персоналу, можна відзначити таких, як: А. Вучкович-Стаднік, В. Абрамов, Д. Богиня, М. Виноградський, І. Гіленко, А. Гриценко, В. Данюк, Т. Деткевич та ін. Результатом їх досліджень є розробка окремих підходів, процедур, методів організації та проведення оцінки персоналу. Зокрема дослідження Алли Вучкович-Стаднік базуються на результатах практичного досвіду розробки і застосування системи оцінки в західних та російських компаніях. Але виконані дослідження ще не дають відповіді на цілу низку теоретичних і практичних питань, які назріли. Необхідна розробка методичних основ комплексної оцінки ефективності та продуктивності праці персоналу, рівня організації праці при наданні нових послуг. Щодо оцінки керівного персоналу, то у роботах Б. М. Андрушківа, В. Г. Герасимчука, К. Д. Скрипника, Н. Ревенко, О. М. Рудницької, В. І. Шуванова, С. О. Цимбалюк та інших робиться спроба за допомогою комплексних коефіцієнтів оцінювати загальний стан діяльності управлінського персоналу, але ці дослідження носять досить узагальнений характер.

В опублікованих працях залишається невизначеним питання про оцінку індивідуального внеску кожного керівника, а саме якісної її сторони, у роботі всього управлінського апарату.

Метою статті є дослідження сучасних методів оцінювання персоналу підприємства та перспектив їх впровадження на підприємствах України.

До трактування оцінки персоналу існує два основні підходи. Під цим поняттям розуміють відповідність кількісних та якісних характеристик працівника посадовим вимогам і результативність його діяльності. У всіх опрацьованих визначеннях оцінки персоналу сутність цього поняття полягає в одному із його цільових призначень, без посилання на суб'єктів оцінки. З огляду на недоліки та зважаючи на специфіку оцінювання персоналу, можна запропонувати авторське трактування поняття "оцінка персоналу" як діяльність суб'єкта оцінки щодо виявлення інформації про кількісні та якісні характеристики об'єкта оцінки, яка необхідна для розробки та здійснення управлінських рішень з метою досягнення поставлених цілей.

Інструментарій системи оцінки персоналу сформувався під впливом потреб вирішення практичних завдань виробничо-управлінської діяльності на основі певних методів. Методи оцінки персоналу мають відповідати структурі підприємства, характеру діяльності персоналу, цілям оцінки, бути простими і зрозумілими; включати 5-6 кількісних показників, поєднувати письмові та усні завдання.

Вибір системи залежить від рівня зрілості компанії, її завдань і типу корпоративної культури

У фахових джерелах виділяють цілу систему методів, основними з яких є:

Атестація – це право адміністрації компанії, що може бути реалізоване відносно до всіх або окремих категорій працівників. Всі дані, отримані під час атестації, передаються в комісію, що розглядає їх у присутності працівника й виносить рішення про його подальшу долю в організації.

Керування за цілями – *Management by Objectives (MBO)* - Проведення оцінки методом МВО полягає в спільній постановці завдань керівником і співробітником й оцінці результатів їхнього виконання по закінченні звітнього періоду. Звітний період звичайно збігається з фінансовим роком. Система охоплює всі посади в компанії – від рядового персоналу до топ-менеджерів. Рішення, прийняті за підсумками оцінки МВО: перегляд заробітної плати, виплата премій і бонусів,

нематеріальна мотивація: присудження почесних звань, нагородження грамотами й відмінними знаками.

Управління результативністю – Performance management (PM) - Проведення методу полягає в оцінці не тільки результатів, але і компетенцій співробітників, тобто ті особисті якості, які необхідні працівнику для досягнення поставлених цілей. Постановка задач і оцінка їх виконання здійснюється менеджером і підлеглими, після цього на співбесіді погоджуються результати: перегляд заробітної плати, виплата премій, бонусів, зіставлення індивідуального плану розвитку працівника, кар'єрне зростання.

Ассесмент-центр (груповий й індивідуальний)- призначений для оцінки співробітників за компетенціями під конкретне кадрове завдання. Він може включати поведінкове (від англ. *behaviour* — поведінка) інтерв'ю, а також кейси (ігрові ситуації),

розроблені спеціально під даний набір компетенцій. Вибір змісту ассесмент-центру обумовлюється метою його проведення. Для відбору кандидатів на високі позиції й оцінки топ-менеджерів акцент робиться на поведінкове інтерв'ю, для висування співробітників у кадровий резерв - на ділових іграх.

Метод 360° - працівник оцінюється керівником, колегами і своїми підлеглими. Заповнюється загальна та індивідуальна для кожного форма.

Метод інтерв'ю - претенденту дається завдання провести співбесіди з декількома кандидатами на робочі місця і самому прийняти рішення. Цей метод зорієнтований на перевірку умінь правильно оцінювати і підбирати працівників.

Кожен етап роботи співробітника в компанії припускає використання певних методів оцінки (табл. 1).

Таблиця 1. Етапи роботи працівника на підприємстві та методи оцінки
(«+» - може застосовуватися окремо; «-» - застосовується тільки в сполученні з іншими методами)

Методи оцінки	Етапи роботи працівника						
	Підбір співробітника на вакансію	Закінчення іспитового терміну	Поточна оцінка результатів праці	Переведення на нову посаду	Рішення про навчання	Формування кадрового резерву	Рішення про звільнення
Атестація			+	-	-	-	+
Тестування	+	-			+		
Інтерв'ю	+	-					
МВО			+	+			
PM			+	+	+	-	
«360 градусів»				-	+	+	
Ассесмент-центри	-				-	+	

Використання методів оцінки на етапах роботи співробітників:

1. *Відбір кандидатів на вакантну посаду.* На цьому етапі встановлюється відповідність професійних й особистісних характеристик кандидата вимогам посади, корпоративній культурі компанії. Прогнозується, чи впишеться в колектив потенційний співробітник і чи зуміє він працювати в команді. Методи, що застосовуються:

- структуроване інтерв'ю, яка проводиться як окремо з лінійним керівником, так і з HR-менеджером. Лінійний керівник переважно краще знайомий з бізнес-процесами в компанії, тоді як HR-менеджер може ефективніше визначити відповідність кандидата корпоративній культурі;
- тести як у предметній області, так і психологічні;
- індивідуальне глибинне інтерв'ю (в невеликій кількості випадків, наприклад, коли мова йде про наймання керівника вищої ланки, використовується складова ассесмент-центру).

2. *Закінчення випробувального терміну.* При виході на роботу новий співробітник повинен одержати завдання на випробувальний термін (найчастіше, 3 місяці). Його завдання на цей період можуть бути прописані трохи інакше, ніж у формах поточної оцінки. Часто як завдання вказується набування знань про продукти або бізнес-процеси в компанії. Наприклад, для сейлз-менеджера, що вже має навички продажів в іншій галузі, головне завдання на випробувальний термін - вивчити конкретний продукт, з яким йому доведеться працювати. Новачкові також можуть довірити невеликий проект, який він буде виконувати під контролем куратора. Основна мета оцінки на цьому

етапі - ще раз перевірити відповідність кандидата посаді.

Методи, що застосовуються:

- оцінне інтерв'ю;
 - формальні й неформальні тести на знання предмета.
3. *Поточна оцінка діяльності.* Цикл поточної оцінки діяльності персоналу збігається з фінансовим роком. Для нових співробітників звіт поточного періоду починається після проходження випробувального терміну. Якщо, приміром, співробітник прийшов у компанію 1 червня, то по закінченні випробувального терміну на чотири місяці, що залишилися до кінця періоду, перед ним ставляться поточні завдання.

За результатами оцінки приймаються рішення про перегляд заробітної плати й преміювання, складається план розвитку й кар'єрного росту співробітників.

Методи, що застосовуються:

- атестація;
 - керування за цілями (МВО);
 - керування результативністю (PM);
 - «360 градусів» (особистий розвиток).
4. *Переведення в інший структурний підрозділ або просування по службі:*

На цьому етапі перед керівником стоїть завдання визначити відповідність співробітника новій посаді й виявити потреби в його професійному навчанні й особистому розвитку.

Методи, що застосовуються:

- оцінне інтерв'ю, що може проводитися в рамках або регулярної, або позачергової оцінки;
 - «360 градусів» (особистий розвиток).
5. *Ухвалення рішення про навчання співробітника.*

Необхідно виявити потреби персоналу в професійному й особистісному навчанні, а також виміряти поточні знання співробітників. Але в кожному разі навчання повинне співвідноситися зі стратегічними цілями компанії.

Методи, що застосовуються:

- інтерв'ю в рамках поточної оцінки;
- «360 градусів» (виявлення особистісних компетенцій);
- тести як допоміжний елемент виміру знань. Для визначення результатів навчання вони можуть проводитися до й після тренінгу.

6. *Формування кадрового резерву.* Головне при формуванні кадрового резерву - це визначення потенціалу співробітників з акцентом на особистісних компетенціях, зокрема на їхніх лідерських якостях і здатності до навчання.

Методи, що застосовуються:

- первинний відбір кандидатів для включення в кадровий резерв відбувається під час поточної оцінки;
- далі для роботи з кадровим резервом з певною періодичністю (як правило, раз у рік) організовується спеціальна компанія, у ході якої проводиться оцінка за допомогою ассесмент-центрів і методу «360 градусів».

7. *Ухвалення рішення про звільнення працівника.*

Бажаючи звільнити співробітника, роботодавець повинен надати формальні докази його невідповідності займаній посаді.

Метод, що застосовується:

- підставою для звільнення можуть бути тільки результати атестації, оформлені за всіма правилами. Для попереднього виявлення некомпетентності працівника можуть використатися будь-які інші прийоми, але юридичної чинності вони мати не будуть.

Таким чином за результатами дослідження методів оцінки персоналу можна зробити висновок, що їх діапазон дуже широкий. У конкретній ситуації управління персоналу підприємства їх можна застосовувати в довільній чи заданій комбінації. Адаптація використання видів, прийомів та методів аналізу для конкретних цілей вивчення процесу управління персоналу компанії у сукупності становить методологію та методику його оцінки. Комплексне використання вищевказаних методів дозволить забезпечити функціонування на підприємстві ефективного механізму оцінювання. Налагоджений механізм оцінювання персоналу позитивно вплине на ефективність праці співробітників підприємств, що у свою чергу позначиться на всіх процесах, які відбуваються в організації. Впровадження розроблених рекомендацій допоможе підвищити продуктивність праці, ініціативність працівників підприємства при реалізації стратегічних рішень, забезпечить глибше розуміння співробітниками компанії цілей і місії підприємства. Це дозволить підприємству швидше й результативніше впроваджувати різноманітні проекти, забезпечить йому більше конкурентних переваг, порівняно із конкурентами, що надасть змогу ще більш закріпити свою позицію лідера на ринку, відкриє нові горизонти для розвитку і, як наслідок, покращить загальні результати діяльності підприємства.

Список літератури

1. Архипова Н. И. *Кадровый менеджмент : Практ. рук. для руководителей и специалистов кадровых служб* / Н. И. Архипова. - М. : Приор, 2001. - 448 с.
2. Веснин В. Р. *Практический менеджмент персонала : пособие по кадровой работе* / В. Р. Веснин. - М.: Юристъ, 2003. - 496 с.
3. Вучкович-Стадник А. А. *Оценка персонала: четкий алгоритм действий и качественные практические решения* / А. А. Вучкович-Стадник. - М.: Эксмо, -2008. - 192 с.
4. Дмитренко, Г. А. *Мотивация и оценка персонала : учеб. пособие* / Г. А. Дмитренко, Е. А. Шарапова, Т. М. Максименко. - К. : МАУП, 2002. - 248 с.
5. Крушельницька О. В. *Управління персоналом: навчальний посібник* / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. - К., 2005. - 308 с.
6. Маслов Е. В. *Управление персоналом: учебное пособие* / Е. В. Маслов. - М. : ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2003. - 312 с.
7. Савельев В. С. *Управління персоналом* / В. С. Савельев, О. Л. Еськов. - К.: Професіонал, 2005. - 335 с.
8. *Управління персоналом : навч. посібник* / М. Д. Виноградський, С. В. Беляєва, А. Виноградська та ін. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 504 с.
9. Хигир Б. *Нетрадиционные методы подбора и оценки персонала* / Б. Хигир (2-е изд.) - М. : Управление персоналом, 2003. - 448 с.

РЕЗЮМЕ

Сивашенко Татяна

Современные методы оценки персонала

В статье рассмотрены современные методы оценки персонала предприятия. Проанализированы особенности применения методов оценки персонала на предприятиях Украины.

RESUME

Sivashenko Tetyana

Modern methods of staff assessment

The article examines some modern methods of enterprise staff assessment. The peculiarities of application of the staff assessment methods at enterprises in Ukraine are analyzed.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2011 р.

Ірина СПІЛЬНИК

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічного аналізу і статистики,
Тернопільський національний економічний університет

Павло СПІЛЬНИК

Тернопільський національний економічний університет

ЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ У КОНСУЛЬТАЦІЙНІЙ СФЕРІ

Обґрунтовується необхідність подолання перешкод розвитку консультування як професійної діяльності, підвищення рівня довіри до діяльності консультаційних організацій, суспільного визнання консультування як професії завдяки формуванню високого ділового іміджу та репутації консультантів. Важливого значення набувають морально-етичні аспекти ведення цієї особливої сфери бізнесу.

Ключові слова: консультаційна діяльність, ринок консультаційних послуг, професійні принципи, професійні норми, особистісні якості, етика консультанта, кодекс професійної етики.

Становлення ринкової системи господарювання пов'язане з еволюцією нових видів бізнесової діяльності, зокрема такої невід'ємної складової ринкової інфраструктури, як консультаційна діяльність. Консультування, яке є потужною сферою економіки багатьох розвинутих країн [3, с. 21;], в Україні, не зважаючи певний динамізм у розвитку, ще не досягло необхідного рівня і масштабів, не набуло провідної ролі, пов'язаної зі створенням консультаційного продукту для організацій-клієнтів з метою посилення їх конкурентних переваг, сприяння мобілізації потенціалу та використання наявних можливостей підвищення ефективності бізнесу.

До перешкод розвитку ринку консультаційних послуг в Україні належать складність макроекономічної ситуації, зниження ділової активності, низька платоспроможність потенційних клієнтів в умовах кризи; відсутність усвідомленої необхідності у консультаційних послугах; нездатність адекватно оцінити корисність консультаційних послуг; небажання сплачувати "невідчутні" послуги; відсутність гарантії конкретних кінцевих результатів впровадження змін та позитивного ефекту від консультування. До них можна додати і такі, як побоювання залежності від консультанта; відсутність відповідної культури та досвіду спілкування з незалежними експертами; ризик порушення консультантом конфіденційності; недовіра та недостатність об'єктивної інформації про окремі консультаційні фірми та їх роботу. Є очевидним комплекс проблем, який включає, крім суто економічних, ряд соціальних, інформаційних, морально-психологічних та етичних чинників [7, с. 86].

Удосконалення, переведення консультаційної діяльності на новий щабель якості потребує вироблення й застосування особливих стратегій зростання і диверсифікації бізнесу, пошуку шляхів підвищення професіоналізму і вирішення етичних проблем.

Питання якості консультаційних послуг, економіки та організації консультаційної діяльності, професійних та етичних вимог до консультаційних організацій та їх працівників активно досліджуються у фаховій літературі зарубіжними (Е. Бейч [1]; П. Блок [2];

Р. Джентл [4]; Т. Томсон, Дж. Боніто [9];) та вітчизняними (В. Верба, Т. Решетняк [3]; О. Трофимова [10]; Ю. Чернов [11]; В. Коростельов [12]; Ф. Хміль [13] та іншими) вченими, у т. ч. авторами цієї статті [6; 7; 8]. Проте, зважаючи на актуальність для України розвитку цього важливого сектора ринкової інфраструктури, як теорія, так і практика консультаційної діяльності потребують подальших досліджень. Питання зміцнення авторитету і довіри, фаховості у консультаційній діяльності заслуговують на особливу увагу, а, з огляду на виняткову актуальність проблеми підвищення професіоналізму та якості послуг в сучасних умовах, необхідність подальших розвідок у вказаному напрямку є очевидною.

Той факт, що керівники державних, приватних і громадських організацій покладаються на пораду консультантів, накладає на представників цієї професії зобов'язання підтримувати високий рівень сумлінності і компетенції [5].

Успішна консультаційна діяльність в усіх її аспектах і високий авторитет на ринку консультаційних послуг можливі насамперед за умови залучення персоналу високого класу, який володіє сукупністю професійних та особистісних якостей. Важливе значення мають загальна ерудиція, професійна компетентність, аналітичні здібності, незалежність, неупередженість, принциповість, творчий підхід, організаторські та комунікативні здібності. Без виконання фахових завдань з високим ступенем використання своїх обдарувань, самовідданості та наполегливості, повної концентрації на вирішенні проблем клієнта, прагнення до постійного особистісного росту професійна реалізація консультанта є неможливою, а тривала діяльність у цій сфері – проблематичною [1, с. 12].

Здійснення консультаційної діяльності вимагає також дотримання певних професійних етичних принципів та визначених професійних правил у стосунках з клієнтами. Підтримання високих етичних стандартів зміцнює імідж професії, консультанта та його фірми. Ділова репутація створюється в результаті тривалих і наполегливих зусиль, але втрачена може бути враз. Якщо репутація консультанта зіпсована

практикою його діяльності, то її відновлення потребуватиме докладання значних зусиль.

Дотримання професійних норм є запорукою успіху будь-якої консультативної організації. Безумовно, провідними гравцями на ринку консультативних послуг є великі транснаціональні корпорації, репутація яких є бездоганна, а рівень консультативного обслуговування – надзвичайно високий. Однак часто клієнти надають перевагу невеликим консультативним фірмам чи навіть окремим консультантам із репутацією хороших і чесних фахівців [13, с. 19].

Етику консультативної діяльності розглядають у трьох взаємопов'язаних площинах: консультант-клієнт, консультант-консультант і клієнт-консультант [2].

Розгляд етичних аспектів консультативної діяльності доцільно розпочати із стосунків консультанта з клієнтом, які вочевидь у професійній діяльності консультантів мають провідне значення. Ці взаємини заслуговують на увагу з двох позицій – в аспекті послуг, які надаються, і в діловому контексті.

Серед позицій, що стосуються надаваних послуг, слід навести такі:

- Надання клієнтам продуктів і послуг лише тільки найвищої якості.
- Відбір для роботи тільки тих проектів, для виконання яких кваліфікація виконавця є достатньою.
- Навчання за рахунок особистого часу.
- Відкидання неприйнятних проектів.
- Дотримання принципу: інтереси клієнтів вищі за інтереси консультантів.
- Відвертість з клієнтом, не знання відповідей на всі запитання не слід розглядати як слабку сторону.
- Відбір проектів, яким може бути забезпечене якісне керівництво.
- Уникнення клієнтів із залямованою репутацією.
- Збереження конфіденційності інформації.
- Уникнення конфлікту інтересів.
- Запобігання виникнення стосунків залежності клієнта.
- Уникання передоручення виконання проекту без згоди клієнта.
- Обминання одночасної роботи з конкуруючими між собою клієнтами.
- Здійснення регулярного самоконтролю власної практики.
- Забезпечення високої якості послуг навіть у тому випадку, коли клієнт не здатний це оцінити.

Серед напрямів удосконалення ділових аспектів стосунків з клієнтами можна виокремити:

- Збереження стабільності структури ціни.
- Призначення платні за виконання тільки тієї роботи, яка має бути виконана.
- Призначення ціни з урахуванням обґрунтованих доцільних витрат.

Від вибору правильної лінії поведінки залежать особистісні та професійні стосунки між консультантом і клієнтом [9].

Консультант повинен формально домовитися з клієнтом щодо масштабів і характеру послуг та розміру і порядку оплати до початку роботи. В угоді (контракті) слід максимально чітко зорієнтувати спільну роботу та захистити інтереси сторін під час виконання консультативного проекту, здійснити перелік

обов'язків, прав та відповідальності консультанта і клієнта.

Консультант повинен забезпечити повну поінформованість клієнта про процес виконання завдання.

Успіх такого масштабного заходу, яким є консультативний проект, наражається на різноманітні ризики. У найбільш загальному вигляді ризик – ця імовірність настання несприятливих подій і дії несприятливих чинників, здатних негативно вплинути на досягнення мети.

Якщо проаналізувати вплив ризиків на результат проекту, то найбільш очевидними і суттєвими чинниками є якість реалізації, терміни і вартість проекту. Якщо відбувається хоча б одна з несприятливих подій, ризик настання якої не був передбачений і не "застрахований" у проектній документації і діях учасників проекту, то ця подія зумовить певні відхилення в очікуваних результатах:

- будуть порушені терміни виконання робіт;
- зміниться вартість виконаних робіт;
- результати проекту не відповідатимуть поставленим завданням.

Найважливішим критерієм є якість, що визначає ефективність таких змін, на які спрямовано консультативний проект. Серед чинників, що впливають на якість, слід назвати:

- кваліфікацію команди консультантів (співвиконавців);
- достатній досвід менеджера проекту;
- ефективність координації робочої групи в процесі виконання проекту;
- розуміння співробітниками клієнта цілей проекту;
- адекватність очікувань замовника;
- ефективність взаємодії консультантів і персоналу компанії замовника.

На стадії передпроектного дослідження консультантом можуть бути неправильно сформульовані або не повною мірою усвідомлені реальні потреби клієнта. Будь-який перегляд положень повинен бути попередньо обговорений і погоджений із клієнтом. Важливим є також закріплення процедур узгодження, доробок і ухвалення виконаних робіт зі сторони як консультанта, так і замовника [5].

Професійний консультант звертає належну увагу на права всіх сторін, що задіяні в проекті, і гарантує ухвалення найбільш правильного з етичної точки зору рішення стосовно всіх учасників. Тому в спілкуванні з клієнтом не допускаються двозначності, стиль спілкування в цілому повинен бути прямим і відкритим. При цьому консультант повинен робити все від нього залежне, щоб уникнути навіть ненавмисної дезінформації або зневаги до інтересів клієнта або колеги. Тоді, коли погляди консультантів повинні бути однаково відомі клієнтам і колегам, у той же час консультантові слід мати свій неупереджений погляд на проблему [7, с. 32].

У разі виникнення необхідності залучення до процесу консультування третьої сторони, консультант може укласти договір підряду тільки за попередньою згодою клієнта. Якщо не було передбачено іншої угоди, він продовжує відповідати за виконання робіт.

У випадку, коли до виконання проекту долучаються супідрядні консультанти, виникають специфічні субпідрядні стосунки, які необхідно вибудовувати,

виходячи з наступних міркувань:

- субпідрядник діє і виступає як складова частина основної консультативної організації;
- субпідрядник не повинен перехоплювати клієнта;
- субпідряднику не слід виступати від імені клієнта;
- субпідрядник повинен бути позитивно налаштованим і надавати повну підтримку проекту;
- основному консультантові слід чітко визначити питання оплати, часу і своїх сподівань від роботи субпідрядника;
- основний консультант повинен підтримувати поінформованість субпідрядника.

Своєчасність, повнота виконання робіт та якість консультування суттєво залежать від фахівців, що беруть участь у проекті з боку замовника (клієнта). Часто консультанту доводиться зіштовхнутися з відмінностями у розумінні цілей консультування конкретними фахівцями підрозділів, що беруть участь в проекті. Як правило, загальним уявленням про цілі і завдання проекту володіє лише керівництво. Результатом подібної позиції є відсутність або ж неповне надавання інформації про процеси, що становлять модель діяльності, на рівні підрозділів. Складається ситуація, коли наявний досвід роботи співробітників переростає в переконаність у вичерпних знаннях про компанію в цілому.

Таке "позиціонування" часто призводить до відкритого опору змінам або до необхідності довгих узгоджень і роз'яснювальних бесід.

Зрозуміло, неповне надавання інформації негативно впливає на якість регламентних і нормативних документів, що описують взаємодію залучених у проект і не охоплених проектом структурних підрозділів.

У будь-якому випадку ставлення консультанта до співробітників організації-клієнта, що виконують певне завдання, має бути ввічливим, доброзичливим, толерантним. Це сприятиме формуванню спокійної ділової атмосфери й ефективному розв'язанню проблем [13, с. 19].

Заслугує на увагу розгляд етичних аспектів взаємодії між клієнтом і консультантом. Хоча консультант не визначає і не контролює поведінку клієнта, йому слід намагатися довести до відома останнього деякі міркування, які можуть усунути непорозуміння у взаємин. Якщо клієнтів інформувати про те, як їхня поведінка впливає на консультантів, то це сприятиме стосунками між клієнтами і консультантами.

У більшості випадків замовник може скласти думку про якість виконуваних консультантами робіт тільки за матеріалами рекламного характеру. У той же час оцінити наміри, досвід і сумлінність самого замовника консультант, що залучається, може тільки за непрямыми ознаками. Все це і породжує області імовірної дії несприятливих чинників і небажаних подій.

У разі, якщо повна невідповідність у підходах клієнта і стандартах діяльності консультанта виявиться на ранніх стадіях стосунків, то від співробітництва слід відмовитися. Іноді ж некоректна позиція клієнта не виявляється до закінчення проекту. Однак її свідчення можна спостерігати у ході його реалізації. Певну настороженість у консультанта повинні викликати нереалістичні очікування клієнта стосовно його роботи, або намагання відступу від домовленостей щодо деяких умов проекту. У ході вирішення цих проблем слід чесно і відверто обговорити суперечливі моменти,

домагаючись граничної прозорості позицій. Якщо ж сторони визначать подальші умови неприйнятними, слід домовитися про реалізацію проекту в рамках вже виконаних робіт, або завершити його.

Існує ряд моментів, за яких консультантом повинна бути врахована можливість здійснення клієнтом неетичних дій. Перш за все це стосується передпроектної стадії. На цьому етапі недобросовісний клієнт пропонує виконання проекту за меншу платню, ніж це передбачено комерційною пропозицією. Буває, що клієнт намагається "покористуватися" послугами консультанта без наміру запропонувати роботу, а саме: запит розробки комерційної пропозиції з метою використання її у власних цілях; запит взірців продуктів у декількох консультантів для власних розробок; використання ідеї консультанта для самостійного вирішення проблеми [2].

Некоректна поведінка клієнта у ході реалізації проекту пов'язана з:

- відмовою надавання даних та інформації, як було домовлено;
- зволіканням із прийняттям рішення про схвалення роботи;
- зволіканням оплати рахунків;
- зміною підходів посеред проекту;
- відмовою від зняття бар'єрів, наприклад у спілкуванні з персоналом;
- ігноруванням рекомендацій консультанта;
- поданням розробок консультантів керівництву без виказу їх підтримки;
- вимогами виключення певної інформації із звітів консультантів.

Що стосується всезагальних етичних принципів, то кожен практикуючий консультант повинен знати про неприпустимі у його діяльності речі, тобто те, чого йому з фахових міркувань у жодному разі робити не слід.

Остаточне рішення щодо прийняття або відхилення консультаційних рекомендацій і відповідальність за їх наслідки є компетенцією замовника (клієнта). Консультанти не мають адміністративних повноважень і їх пропозиції мають рекомендаційний характер.

У випадках, коли консультант виявляє власну неспроможність щодо розв'язання проблеми клієнта, він повинен бути готовим визнати брак компетенції або досвіду, і потім або переадресувати клієнта іншому консультанту, який є більш компетентним, або набути необхідних у цій ситуації навичок, або ж зробити обидва кроки. Професійний консультант не повинен намагатися ввести клієнта в оману щодо своїх знань або досвіду. І це, в першу чергу, пов'язано з прагненням консультанта дбати про ділову репутацію, а також з міркувань подальших професійних перспектив [6, с. 32].

Консультант не повинен розголошувати інформації щодо проблем організації клієнта, адже дотримання конфіденційності гарантує клієнтові інформаційну безпеку.

Консультаційні рекомендації не повинні суперечити чи конфліктувати з чинним законодавством. Обов'язком консультанта є донесення до клієнта інформації про вірогідні наслідки у разі прийняття ним рішення, внаслідок якого можуть бути порушені межі правового поля ведення бізнесу.

Консультант не повинен надавати послуги клієнтові з питань, несумісних з його професійними обов'язками, або за умов, які можуть зашкодити його репутації.

Консультант повинен уникати будь-яких дій або ситуацій, які можуть завдати шкоди його професійному обов'язку або честі.

У разі виникнення обставин, що можуть зашкодити справі, або які, на думку клієнта чи інших осіб, негативно вплинуть на об'єктивне ставлення консультанта до певного завдання, консультант повинен негайно з'ясувати їх. Це стосується причетності до будь-якого бізнесу, що конкурує з бізнесом клієнта; фінансової зацікавленості в товарах або послугах, що рекомендують клієнтові; особистих взаємин з ким-небудь із персоналу клієнта; особистих інвестицій в організацію клієнта або його материнську чи дочірню компанію; участі в одночасному виконанні робіт для конкурентів; будь-якої роботи для третьої сторони.

Важливого значення в діяльності консультанта набуває проблема попередження конфлікту інтересів. Під конфліктом інтересів при здійсненні професійної діяльності слід розуміти суперечність між майновими та іншими інтересами консультанта з одного боку та його клієнта - з іншого, в результаті дії якої клієнту можуть бути заподіяні збитки або спричинені інші несприятливі наслідки [8, с. 338]. Якщо виникає загроза конфлікту інтересів, консультант має, відповідно до обставин, або відмовитися від завдання, усунувши джерело конфлікту, або розкрити інформацію й отримати згоду зацікавлених сторін на подальші дії.

Етичні норми передбачають відмову від комісійних, подарунків. Їх розгляд як ознаки прихильності клієнта свідчить про психологічну слабкість і безвідповідальність, завдає шкоди репутації консультантської організації.

Неприйнятними в діяльності консультанта є негативні висловлювання про своїх колег, надання неправдивої інформації про рівень професіоналізму, особистісні якості своїх співробітників, клієнтів, нездорове суперництво. Консультантові не слід провокувати, підтримувати або ставати на чийсь сторону у конфлікті в організації клієнта.

Члени Української Асоціації з менеджмент-консалтингу у своєму Кодексі етики підкреслюють власну повагу до права на інтелектуальну власність інших консультантів: «Члени усвідомлюють свою відповідальність перед даною сферою діяльності, яка зобов'язує їх ділитися з колегами методами і технологіями використаними при наданні послуг клієнтам. Проте, члени не будуть навмисно, без дозволу використовувати запатентовані дані, методи і матеріали або технології, які розробили інші менеджмент-консультанти, але не опублікували для загального використання» [5].

Клієнтові не слід вимагати або очікувати від консультанта понад його реальні можливості (щодо змісту, обсягів, якості або термінів виконання робіт). Однак, якщо ж він все ж намагатиметься, то це не тільки призведе до невиправданих сподівань, але й зашкодить іміджеві консультанта.

У консультантській діяльності неприпустимим є озокамлювання, подання під виглядом розробки фіктивних звітів. Консультантам не слід рекламувати свої послуги шляхом самовихваляння або у будь-який інший спосіб, який підриває честь і гідність професії.

Система просування консалтингових послуг передбачає формування попиту та стимулювання збуту; виявлення найбільш припустимих методів стимулювання збуту; організацію рекламних компаній, організацію PR-кампаній. Основними методами

просування консалтингового продукту є рекомендації та обмін інформацією серед клієнтів стосовно консалтингових фірм; публікування результатів проекту за згодою клієнта; професійні публікації; проведення та участь у семінарах, тренінгах, конференціях, круглих столах; участь консультантів у роботі асоціацій та інших об'єднаннях; надання добровільної допомоги організаціям; публічні виступи; оголошення у засобах масової інформації; візити до потенційних клієнтів тощо. Рекламуючи свою роботу, консультант повинен завжди поширювати про себе правдиву інформацію.

Більшість професійних асоціацій консультантів (зокрема Українська асоціація менеджмент-консультантів) мають свої кодекси етики. Для ознайомлення з кодексом певної асоціації слід звернутися на відповідну сторінку, або на лінію служби споживачів з проханням надіслати його.

Однак, кожен незалежний консультант може визначити свій власний кодекс етики, встановлювати і розвивати етичні стандарти в галузі ведення власного бізнесу. Визначення у діяльності необхідних норм є водночас привілеєм і обов'язком. Одночасно, це також відповідальність, яку бере на себе консультант. Він зобов'язаний забезпечити високу оцінку своїх здібностей і високу якість консультантських послуг.

Консультант повинен справляти на оточуючих враження людини, що завжди прагне до кращого, відзначається чесністю і порядністю. Його здатність вести справи правдиво і чинити правильно забезпечує формування позитивної думки про консультантські послуги і професію в цілому. Обов'язком кожного консультанта є сприяння зростанню суспільної поваги і довіри до професії консультанта.

Таким чином розглянуті морально-етичні аспекти ведення цієї особливої сфери бізнесу набувають важливого значення, тому що їх повсякчасне підтримання сприяє підвищенню рівня довіри до діяльності консультантських організацій, суспільному визнанню консультування як професії завдяки формуванню високого ділового іміджу та репутації консультантів, подоланню перешкод розвитку консультуванню як професійній діяльності, сутність якої полягає у сприянні розвитку клієнтських організацій.

Список літератури

1. Бейч, Э. Консалтинговий бізнес: основи професіоналізму [Текст] / Э. Бейч; пер. с англ. - СПб.: Питер, 2006 - 272 с.
2. Блок, П. Безупречный консалтинг [Текст] / П. Блок; пер. 2-го англ. изд. - СПб.: Питер, 2007 - 304с.
3. Верба, В. А. Управлінське консультування: світові та регіональні тенденції розвитку [Текст] / В. А. Верба // Актуальні проблеми економіки. - 2008. - № 11 - с. 20-35.
4. Джентл, Р. Как сделать карьеру в консалтинге [Текст] / Р. Джентл; пер. с англ. - СПб.: Питер, 2003 - 192 с.
5. Кодекс етики і норм професійних послуг Української асоціації менеджмент-консультантів [Електронний ресурс] - Режим доступу: [//www.uatmc.com.ua/kodex.html](http://www.uatmc.com.ua/kodex.html)
6. Спільник, І. Складові фаховості у консультантській діяльності [Текст] / І. Спільник, Л. Гаврилюк-Єнсен // Економічний аналіз : збірник наукових праць кафедри економічного аналізу ТНЕУ. - Випуск 5. - Тернопіль: "Економічна думка", 2010. - С. 20-33.
7. Спільник, І. Консалтингова діяльність в Україні: проблемні питання та аналітичні аспекти [Текст] / І. Спільник, // Наукові записки : збірник наукових праць. - Випуск 14. - Тернопіль : Економічна думка, 2005. - С. 85-89.
8. Спільник, П. Роль та завдання фінансового консультування

[Текст] / П. Спільник, // *Економічний аналіз : збірник наукових праць кафедри економічного аналізу ТНЕУ. - Випуск 5. - Тернопіль: "Економічна думка", 2010. - С. 337-338.*

9. Томсон, Т. *Огляд моделі професійної компетенції консультанта. [Електронний ресурс] / Т. Томсон, Дж. Боніто. - Режим доступу: //шатс.com.ua/*
10. Трофимова, О. К. *Введение в управленческий консалтинг [Електронний ресурс] / О. К. Трофимова. - Режим доступу: // www.cfip.ru*
11. *Управленческое консультирование [Текст] : учебн. пособ / Ю. В. Чернов. - Херсон, 2003 - 272 с.*
12. *Управлінське консультування [Текст] / В. Коростельов. - К.: МАУП, 2003 - 104 с.*
13. *Хміль, Ф. І. Основи управлінського консультування [Текст] : навч. посіб. / Ф. І. Хміль. - К.: Академвидав, 2008. - 240 с. (С.17-21)*

РЕЗЮМЕ

Спільник Ирина, Спільник Павел

Этические основы деятельности в консультационной сфере

Обосновывается необходимость преодоления препятствий развитию консультированию как профессиональной деятельности, повышения уровня доверия к деятельности консультационных организаций, общественного признания консультирования как профессии благодаря формированию высокого делового имиджа и репутации консультантов. Важное значение приобретают морально-этические аспекты ведения этой особенной сферы бизнеса.

RESUME

Spilnyk Iryna, Spilnyk Pavlo

Ethics bases of activity in consultative sphere

Necessity of consulting as a professional activity development obstacles overcoming, rising of trust level to consultative organizations activity, public confession to consulting as professions thanks to forming of high business image and reputation of consultants are grounded. The moral and ethics aspects of this special sphere of business conduction are acquired important.

Стаття надійшла до редакції 16.03.2011 р.

СУТНІСТЬ МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ З ПОЗИЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПРИ ОЦІНЦІ ФІНАНСОВИХ ПОТОКІВ

У роботі наведено особливості формування методичних підходів до оцінки фінансового потенціалу підприємств рекреаційного комплексу, які дозволять оперативно визначити внутрішні можливості, виявити сховані резерви підприємств.

Ключові слова: інформаційні процедури фінансового потенціалу, компонент фінансового потенціалу, оцінка фінансового результату, фінансовий потік.

Формування методичних підходів до оцінки фінансового потенціалу насамперед опирається на певну систему інформаційного забезпечення. Основна проблема полягає в тому, що існують різні підходи до його структурних елементів. Отже, не можна підходити однозначно до вибору системи показників, що характеризують фінансовий потенціал економічної безпеки. Формування системи інформаційних процедур фінансового потенціалу економічної безпеки обумовлено стратегічними цілями й процесами глобалізації в умовах антикризового розвитку, інтеграцією господарської діяльності, економічною й соціальною політикою, політикою заощаджень і скорочення фінансових витрат.

Процеси глобалізації світових фінансових систем, посилення інтеграційних процесів у Європі й у світі усе більше впливають на українську економіку, тому вітчизняним підприємствам варто більш широко використовувати систему інформаційних процедур фінансового потенціалу, що буде сприяти істотному збільшенню їхніх фінансових можливостей і рішенню їх економічних і соціальних завдань.

При оцінці фінансового потенціалу підприємства можна виокремити попередній етап (збір даних по формуванню інформаційного поля). У ході фінансово-економічної експертизи підприємства його фінансовий потенціал опирається на групу показників, що включається в систему інформаційної процедури. Виробляється ієрархія фінансових показників у системі інформаційного забезпечення фінансового потенціалу. Будеться градація показників при формуванні блоків ефективного впливу при розмежуванні функціональних зон впливу:

- виявлення основних ознак (проведення компонентного аналізу, відбір факторів максимально визначають функціонування систематизованих показників методом головних компонентів);
- побудова алгоритму фінансового потенціалу при укладанні формалізованих процедур інформаційного забезпечення;
- оцінка фінансового потенціалу економічної безпеки на підставі компонентного аналізу й алгоритму інформаційного забезпечення.

Приватними методиками й інструментами фінансового потенціалу економічної безпеки є збір і аналітична обробка інформації за відповідний період часу, групування показників, розрахунок локальних потенціалів, ранжирування груп показників за ступенями пріоритетності. При цьому для розрахунку приватних показників застосовуються чотири основних методи інтегрування їх числових значень. У практичних дослідженнях найбільше часто використовується метод ранжирування, що характеризується як найпростіший, але одночасно й найбільш точний. Поряд із цим методом застосовується середня геометрична, багатомірна середня й метод «Патерн». Ця група методів відрізняється простотою, але, разом з тим отримані у результаті їхнього використання оцінки адекватно віддзеркалюють фінансовий потенціал у системі економічної безпеки й надають корисну інформацію. При цьому непараметричні методи багатомірних статистичних порівнянь мають незначну чутливість до перекручувань статистичних даних, застосовні до малих вибірок і не вимагають забезпечення порівнянності одиниць виміру приватних показників [1, с. 67]. Однак фінансовий потенціал не тільки полягає в інтегральному відображенні поточних і майбутніх можливостей фінансової системи, але має трансформувати вхідні фінансові потоки за допомогою їм властивих особливостей підприємств й робити вибір цих приватних потенційних можливостей, які впливають на економічну безпеку.

Не будучи постійною величиною, фінансовий потенціал підприємств схильний до частих змін і тому вимагає особливих підходів до керування. Це накладає відбиток на формування системи інформаційного забезпечення й ставить в основу дослідження інструментів і показників, що забезпечують ефективний механізм ресурсозабезпечення й заощадження. Відсутність на підприємстві такого механізму гальмує відтворювальний процес або взагалі зупиняє діяльність.

В основу ефективної системи інформаційного забезпечення повинен бути закладений принцип «За рахунок чого» і «Що пріоритетне», «Яким способом і методом досягнуте», тобто системна єдність фінансів і взаємин фінансової системи, її компонент є базою для формування економічного потенціалу економічної

безпеки.

Сутність системи інформаційного забезпечення повинна розглядатися з позиції взаємозумовленості її компонентів і результативності діяльності підприємств

(рис. 1).

В економічній літературі, наукових дослідженнях і практичній діяльності підприємств досить уваги звертають на оцінку результативності підприємств і

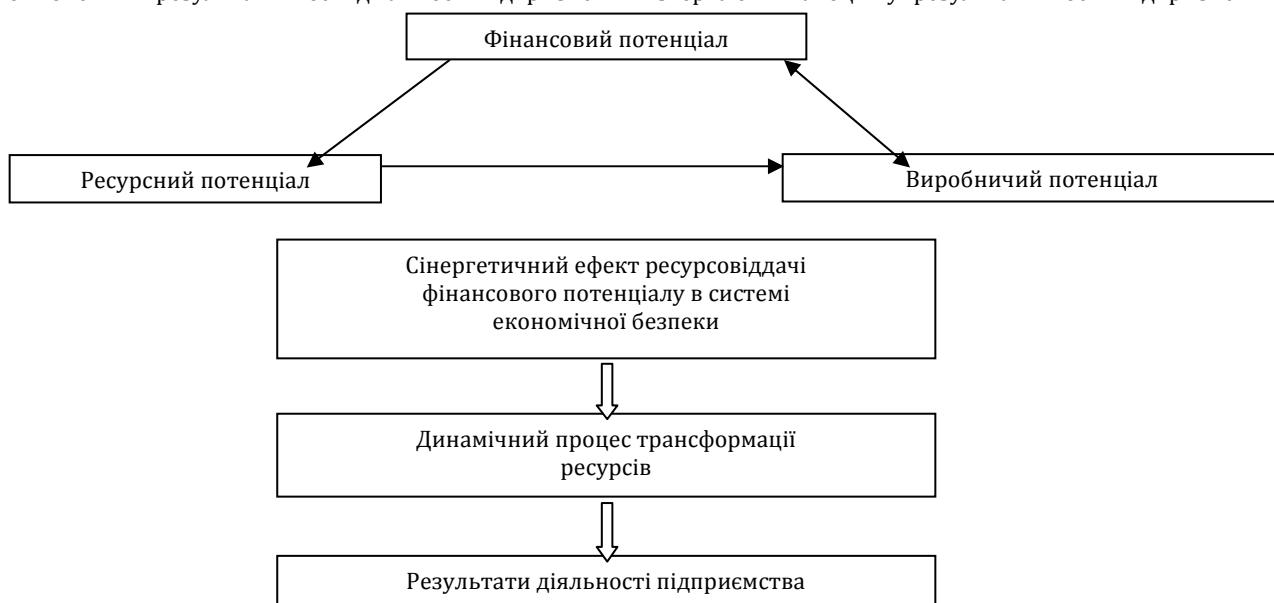


Рис. 1. Взаємозумовленість компонентів фінансового потенціалу економічної безпеки

їхнє інформаційне забезпечення. Так В. О. Протоповою, А.Н. Полянским визначається провідне місце такого показника як прибуток у системі оцінки результатів діяльності [2, с. 45]. Такої ж думки дотримується І. Ансофф [3, с. 78], Г. З. Базарів, С. Г. Беляєва, Л. П. Белих [4, с. 96], А. П. Градов, П. Р. Кузин [5, с. 112]. Такі вчені як В. О. Подільська, О. В. Ярош пріоритетним показником оцінки фінансових результатів діяльності підприємства визначають рентабельність [6, с. 135]. В окремих дослідженнях прибуток відносять до показників, які характеризують кінцеві результати виробничо-господарської діяльності. Можна стверджувати, що серед методичних підходів оцінки фінансових результатів діяльності відсутня єдина думка щодо визначення кінцевого результату фінансової діяльності, що у нашій ситуації відбиває ефективність реалізації фінансового потенціалу в системі економічної безпеки і який у динамічному процесі трансформації ресурсів дає фінансовий результат. Варто зауважити, що в окремих ситуаціях фінансовий результат підприємств визначається як сума прибутку й амортизаційних відрахувань.

$$\Phi P = \Pi + \text{Ав} \text{і} \text{д} \quad (1)$$

де ΦP – фінансовий результат;

Π – прибуток;

$\text{Ав} \text{і} \text{д}$ – амортизаційні відрахування.

Такі автори, як А. М. Турило, О. А. Зінченко [7, с.35-44] вважають, що такий показник не може характеризувати діяльність підприємств.

Керуючись розглянутими методичними підходами до формування системи інформаційного забезпечення економічної безпеки, визначимо основний критерій фінансових результатів діяльності підприємств, що буде відповідати максимізації вигід підприємств і забезпечувати їхній стійкий розвиток. Найбільш оптимальним показником, що відбиває ефективне використання фінансового потенціалу в контексті

економічної безпеки, є фінансовий потік. Показник досить емнісно й реально відбиває ефективне функціонування фінансової системи і є джерелом інформаційного поля фінансової й економічної безпеки.

Відтворення фінансових ресурсів, здійснюване на рівні підприємств рекреаційного комплексу, здійснюється за принципом формування достатнього рівня резервів, необхідних для економічної безпеки й розвитку в умовах фінансової кризи. Успішність функціонування цих підприємств залежить від ефективної взаємодії із зовнішнім середовищем. Якщо зробити формалізацію фінансових потоків як результат ефективного функціонування фінансового потенціалу підприємства, то ми одержимо наступне

$$\Phi_{\text{пекбез}} = \sum_{n=1} \Phi_n \quad (2)$$

де $\Phi_{\text{пекбез}}$ – фінансовий потенціал економічної безпеки;

Φ_n – фінансовий потік.

$$\sum_{n=1} \Phi_n = \Phi_1 + \Phi_2 + \Phi_3 + \Phi_p + \Phi_{3\%} + \Phi_d + \Phi_{\delta/3} - \Phi_{\kappa/3} \quad (3)$$

де Φ_1 – фінансові ресурси, вкладені в діяльність підприємств (витрати по операційній діяльності);

Φ_2 – фінансові ресурси, отримані в результаті діяльності (фінансовий результат);

Φ_3 – позикові засоби або зовнішні засоби, які інвестуються;

Φ_p – поворотні, реінвестовані фінансові ресурси;

$\Phi_{3\%}$ – поворотні позикові засоби з відсотками;

Φ_d – фінансові ресурси, використовувані в інших напрямках (податкові платежі, соціальні виплати);

$\Phi_{\delta/3}$ – дебіторська заборгованість;

$\Phi_{\kappa/3}$ – кредиторська заборгованість.

Першим критерієм оцінки відтворювального

процесу може слугувати співвідношення

$$\frac{\Phi_2}{\Phi_1} > 1, \quad (4)$$

яке означає, що фінансові ресурси, вкладені в діяльність підприємства повинні бути менш отриманих у результаті діяльності

$$\Phi_2 = \Phi_p + \Phi_d + \Phi_f \% \quad (5)$$

Іншим виробничим показником оцінки успішності процесу відтворення фінансових ресурсів може слугувати показник – приріст власних ресурсів за розглянутий цикл або період. Для підприємства ситуація зниження цього показника, що перебуває в кризі, є характерною. Компенсація його відбувається за рахунок росту позикових засобів, що якийсь час може дозволити підприємству витримувати умови (4). У життєдіяльності підприємства й, зокрема, оцінки фінансового потенціалу беруть участь позикові засоби, у нашій ситуації при визначенні економічної безпеки доцільне порівняння їхньої частки в аналогічні періоди в співвідношенні із власними засобами й обсягом фінансових ресурсів на виході із циклу. Критерій (4, хоча й розглядає показники Φ_1 , Φ_2 з різницею в часі, яка дорівнює розглянутому періоду циклу, але за характером оцінки є статистичним критерієм, оскільки не показує тенденції процесу. Реальні процеси мають динамічний характер і очевидно корисні динамічні оцінки. Перераховані показники свідчать про стійкість процесу відтворення фінансових ресурсів. Незалежно від того, що в економічній літературі існують зовсім різні трактування стійкості такі як стабільність показників, економічна безпека, рівень потенціалу, стан рівноваги [8, с. 201; 9, с. 166]. Ці оцінки, на наш погляд, з позиції математичної теорії стійкості не зовсім удалі. В економічній літературі поки що відсутні найбільш оптимальні математичні методи теорії стійкості, розроблені в теорії керування економічної безпеки. Завданням є перекладання критеріїв системи інформаційного забезпечення фінансового потенціалу з математичної теорії стійкості в область відтворення фінансових ресурсів. На наш погляд стійкість системи фінансового потенціалу економічної безпеки характеризується здатністю об'єкта відновлювати резерв або колишні критерії оцінки фінансових ресурсів залежно від впливу умов функціонування зовнішнього середовища – зміни цін, ставок ресурсів, законодавства. У цій системі варто враховувати числові показники стійкості. Тоді необхідне виконання наступної умови:

$$\Delta\Phi_e < \Delta\Phi_n \quad (6)$$

де $\Delta\Phi_e$ – кількісна оцінка факторного впливу на фінансовий потенціал економічної безпеки;

$\Delta\Phi_n$ – кількісна оцінка прогнозованих втрат.

Оцінка факторного впливу може бути класифікована за типами впливів. У цьому випадку можна говорити не тільки про приватні критерії стійкості процесу побудови системи інформаційного забезпечення фінансового потенціалу економічної безпеки, але й про загальних, чинних для певних типів факторних впливів.

Дослідження обсягу інформації протягом 5 років

спричиняє виявлення реальних тенденцій розвитку фінансових систем досліджуваних підприємств. Методологічно сполучною ланкою в ході функціонування системи інформаційного забезпечення є комплексний аналіз фінансової звітності, тому що цей процес є інформаційною базою для реальної оцінки фінансового потенціалу економічної безпеки. При функціонуванні системи при побудові алгоритму встановлюється прямий і зворотний зв'язок ефективного впливу інформаційного поля. Система, що базується на фінансовій інформації, яка містить оперативні дані використовує для економічного аналізу статистичну, технічну, фінансову, соціальну, юридичну і інші види інформації. Її суть полягає в об'єднанні фінансових, економічних і аналітичних операцій в один процес, проведення оперативного мікроаналізу, забезпечення безперервності цього процесу й використання його результатів при виробленні рекомендацій для прийняття управлінських рішень щодо регулювання фінансового потенціалу економічної безпеки. При цьому загальна методологія й нормативні положення аналітичної інформації вдосконалюються й оптимізуються в єдиній системі інформаційного процесу. Якщо розглядати обліково-аналітичну систему з погляду тектології (закономірності розвитку організації, розгляду проти стійкого та мінливого, значення зворотних зв'язків, обліку власних цілей, ролі відкритих систем) [10, с. 169], то для неї характерні всі наявні види основних організаційних механізмів (формування й регулювання систем). До формуючих механізмів варто зарахувати кон'югацію (з'єднання комплексів), інгресію (входження елементів одного комплексу в іншій), дезінгресію (розпад комплексу) [11, с. 21-32].

У системі інформаційного процесу фінансового потенціалу економічної безпеки:

- кон'югація представлена об'єднанням функціональних можливостей фінансового потенціалу й властивостей економічної безпеки за умови функціонування підприємств рекреаційного комплексу, що дає можливість виявити функціональні особливості отриманих фінансових результатів, які виявляються в зональних компонентах;
- інгресія простежується у взаємодії фінансового, управлінського в сполученому ефекті зовнішнього й внутрішнього аудиту й, нарешті, в сполученні видів фінансового аналізу;
- дезінгресія неминуха й полягає в не зіткненні деяких елементів взаємодії системи.

Процес розробки стратегії максимізації фінансового потенціалу є складовою частиною загальної фінансової системи, що містить у собі такі основні елементи як місія, стратегія, мета, способи формування й розподілу фінансових ресурсів. У ході розробки стратегії максимізації фінансового потенціалу завчасно розділяють об'єкти стратегічного керування підприємства. Три позиції економічної безпеки – це такі основні групи, як фінансові результати діяльності підприємства, фінансова діяльність стратегічних зон господарювання, фінансова діяльність стратегічних економічних центрів. Як об'єкт стратегічного фінансового керування, підприємства є відкритою комплексною системою, що інтегрує всі напрямки й форми фінансової діяльності й всіх його стратегічних підрозділів. Стратегічна зона господарської діяльності є

самостійним сегментом у рамках фінансової системи підприємства [12, с. 45-51].

Фінансова спрямованість стратегічної зони господарювання виступає як самостійний блок у загальній системі стратегічного керування підприємством. У нашій ситуації це зона економічної безпеки, що регламентована фінансовим потенціалом підприємства. Стратегічний фінансовий центр є самостійною структурною одиницею підприємства, що спеціалізується на виконанні окремих функцій або напрямків фінансової діяльності [13, с. 154].

Систематизуючи підходи до побудови механізму формування стратегії, необхідно враховувати стратегічні цілі, технології, фінансові ресурси, систему керування, що забезпечить конкурентну дієздатність і адаптацію діючої фінансової системи до реалій економічної ситуації й систему критеріальності оцінки результативності фінансової стратегії. Для оцінки переваг однієї стратегії порівняно з іншою рекомендується застосовувати систему певних критеріїв. Основними з них є ментальна правильність, ситуаційність, унікальність, гнучкість і адекватність [14, с. 52-58].

Саме методичний підхід оцінки фінансового потенціалу з позиції економічної безпеки при оцінці фінансових потоків, які відбивають процес руху фінансових ресурсів, є найбільш застосовним у ринкових умовах господарювання. Рішення цих проблем у такому аспекті залежить від безлічі факторів і, відповідно, опирається на різні інструменти (законодавчі, юридичні, структурні, інституціональні, економічні, науково-методичні).

Список літератури

1. Фатхутдинов Р. А. Стратегия маркетинга / Р. А. Фатхутдинов. - Спб. : Питер, 2002. - 301 с.
2. Протопова В. О. Економіка підприємств / В. О. Протопова. - К.: ЦУЛ, 2003. - 173 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. - Спб.: Питер, 1993. - 289 с.
4. Базаров Г. З. Теория и практика антикризисного управления / Г. З. Базаров, С. Г. Беляева, Л. П. Бельх. - М.: Закон, Юнити, 1996. - 182 с.
5. Градов А. П. Стратегия и практика антикризисного управления фирмой / А. П. Градов, П. Р. Кузин. - Спб. : Спец. менедж., 1996. - 305 с.
6. Подольская В. О. Финансовый анализ / В. О. Подольская, О. В. Ярош. - К.: ЦУЛ, 2007. - 488 с.
7. Турило А. Н. Фінансово - економічні аспекти оцінки результатів і ефективності діяльності підприємства / А. Н. Турило, О. А. Зінченко // Фінанси України. - 2008. - №8. - С. 35-44.
8. Ковалёв В. В. Финансовый анализ : управление капиталом, выбор инвестиций. Анализ отчетности / В. В. Ковалёв. - 2-ое издание. - М. : Финансы и статистика, 1998. - 312 с.
9. Бельх Л. П. Устойчивость коммерческих банков / Л. П. Бельх. - М. : Банки и биржи, 1996, - 263 с.
10. Богданов А. А. Тектология. Всеобщая организационная наука / А. А. Богданов. - М. : Экономика, 1989. - 251 с.
11. Попова Л. В. Основные теоретические принципы построения учетно-аналитической системы / Л. В. Попов // Финансовый менеджмент. - 2003. - №5. - С. 21-32.
12. Хруц Н. А. Стратегії компанії : механізми формування й адаптації в сучасному інвестиційному середовищі / Н. А. Хруц // Фінанси України. - 2008. - №8. - С. 45-51.
13. Кныш М. И. Стратегическое планирование инвестиционной деятельности / М. И. Кныш, Б. А. Перекатов, Ю. П. Тютюнников. - Спб. : Бизнес – пресс, 1998. - 282 с.
14. Макарий Н. Оцінка інвестиційної привабливості українських

підприємств / Н. Макарий // Економіка. - 2001. - №10. - С. 52-58.

РЕЗЮМЕ

Стахно Наталия

Сущность методического подхода оценки финансового потенциала с позиций экономической безопасности при оценке финансовых потоков.

В работе представлены особенности формирования методических подходов оценки финансового потенциала предприятий рекреационного комплекса, которые позволят оперативно определить внутренние возможности, выявит скрытые резервы предприятий

RESUME

Stahno Natalia

Essence of the methodical approach of the financial potential estimation from the position of economic security at the estimation of financial streams

Peculiarities of formation of methodical approaches to estimation of financial potential of the recreational complex enterprises are represented. This will allow to define operatively internal possibilities, to find out the latent reserves of the enterprises.

Стаття надійшла до редакції 17.03.2011 р.

ФАКТОРИНГ ЯК ФОРМА УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Окреслено проблему наявності дебіторської заборгованості підприємств. Розглянуто сутність факторингу і особливості його застосування. Акцентовано увагу на використанні факторингу вітчизняними підприємствами як найефективнішої форми рефінансування дебіторської заборгованості.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, управління дебіторською заборгованістю, факторинг, факторингові операції, ринок факторингових послуг.

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується дефіцитом коштів і низькою платоспроможністю більшості суб'єктів господарювання, що призводить до істотного зростання обсягів дебіторської заборгованості. За таких умов особливу роль відіграє ефективне управління дебіторською заборгованістю щодо своєчасного її повернення та попередження виникнення безнадійних боргів.

Наявність дебіторської заборгованості – це об'єктивний процес, який зумовлений існуванням ризиків при проведенні взаєморозрахунків між контрагентами за результатами господарської операції [1]. Проте постійне зростання обсягу дебіторської заборгованості, недисциплінованість покупців, які щораз затримують розрахунки, наявність простроченої та безнадійної дебіторської заборгованості можуть спричинити серйозні проблеми для будь-якого підприємства, суттєво вплинути на його фінансовий стан та платоспроможність. Саме тому удосконалення процесу управління дебіторською заборгованістю дасть можливість вирішити ряд проблем, що зумовлені її наявністю та неконтрольованим зростанням.

Досліджуючи динаміку дебіторської заборгованості (табл. 1) за статистичними даними [2], варто зауважити, що вона має негативну тенденцію, а її питома вага у структурі оборотних активів підприємств за видами економічної діяльності впродовж досліджуваного періоду постійно зростає й становить 59,2 % у 2008 р.; 61,4 % – у 2009 р. та 64,3 % – у 2010 р.

Зарубіжна практика свідчить, що рівень дебіторської заборгованості в активі балансу на рівні 3% є її критичною межею. В Україні структуру оборотних активів оптимальною вважають тоді, коли частка

дебіторської заборгованості не перевищує 20% [3]. Втім, як свідчать дані табл. 1, питома вага дебіторської заборгованості в структурі оборотних активів перевищує її рекомендовану величину майже у 3 рази. Це ще раз підкреслює актуальність поставлених питань щодо пошуку ефективних механізмів управління дебіторською заборгованістю. Особливої гостроти вони набувають у період зростання інфляції, коли іммобілізація власних оборотних активів стає вкрай не вигідною підприємству, оскільки негативно впливає на його фінансові результати, зменшуючи прибутки, а в підсумку може призвести до банкрутства. Вирішення цих проблем можна досягти за рахунок рефінансування дебіторської заборгованості, найефективнішою формою якого є факторинг. Однак ринок факторингу через десять років після початку свого розвитку в Україні суттєво знизився, кількість його учасників під час фінансової кризи зменшилась вдвічі, проте й надалі він залишається високоприбутковим бізнесом. Тому з активізацією макроекономічної ситуації в країні експерти прогнозують відродження факторингу, оскільки ця послуга є затребувана ринком.

Значний вклад у розвиток факторингу внесли такі іноземні вчені, як: І. Т. Балабанов, М. Бікерс, Г. М. Гаміров, Б. Гап, Дж. Гілберт, В. В. Гончаров, Е. Долланн, Р. Кембелл, Р. Коттер, Т. Д. Маслюкова, І. Я. Носков, Ж. Перар, Е. Рід, П. Роуз, Ф. Селінджер, О. С. Стоянова, У. Томас, В. М. Уоскін, М. Форман, Є. Д. Халевінська, П. Ханс та інші. Основні теоретичні дослідження щодо економічної сутності цієї проблеми та перспектив її розвитку в Україні знайшли відображення у працях таких вітчизняних вчених: Т. П. Басюк, В. О. Белова, Т. Е. Белялова, І. О. Бланка, Т. А. Бучик, О. В. Височинської, Н. М. Внукової,

Таблиця 1. Динаміка дебіторської заборгованості у структурі оборотних активів за 2008-2010 рр.*

№ п/п	Показник	Роки		
		01.01.08	01.01.09	01.01.10
1.	Оборотні активи – всього, млн. грн.	1226964,1	1665319,5	1893929,3
2.	Дебіторська заборгованість, млн. грн.	726514,6	1023035,2	1217895,8
3.	Частка дебіторської заборгованості в оборотних активах (%)	59,2	61,4	64,3

*Джерело: складено автором за [2]

А. М. Герасимовича, К. Г. Денисової, О. О. Дзеніс, І. О. Карлової, Т. О. Кривошеєвої, М. І. Крупки, Ю. М. Лисенка, О. А. Мазура, О. В. Остафіля, Ю. Попова, В. І. П'яткова, Ю. С. Скакальського, Є. Л. Склепового, В. В. Смачило та інших.

Втім, неоднозначність трактування і розуміння сутності факторингу, неврегульованість нормативно-законодавчої бази та зниження ділової активності підприємств у період фінансової кризи перешкоджають його поширенню, який в Україні все ще перебуває на початкових етапах свого розвитку. Саме тому метою написання статті є дослідження сутності факторингу, особливостей його функціонування та обґрунтування необхідності використання вітчизняними підприємствами, що надає принципово нові можливості для їх розвитку.

Проведення факторингових операцій в Україні регламентується низкою нормативних документів, які прийняті у різний час і є досить різноманітними та неоднозначними щодо визначення сутності поняття. Зокрема у Цивільному Кодексі України зазначено, що за договором факторингу одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження другої сторони (клієнта) за платню, а клієнт відступає або зобов'язується відступити факторові своє право грошової вимоги до третьої особи (боржника) [4].

Господарський кодекс України містить норми щодо факторингових послуг банків і трактує такі операції як придбання банком права вимоги у грошовій формі щодо поставки товарів або надання послуг з прийняттям ризику виконання такої вимоги та прийом платежів (факторинг). Це банківська операція, яка здійснюється на комісійних засадах і на договірній основі [5].

Законом України «Про банки і банківську діяльність» факторинг визначається як придбання права вимоги на виконання зобов'язань у грошовій формі за поставлені товари чи надані послуги, приймаючи на себе ризик виконання таких вимог та прийом платежів (факторинг) [6].

Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» зараховує факторинг до фінансових послуг, при цьому визначення фінансової послуги факторингу відсутнє [7].

Згідно із Законом України «Про податок на додану вартість» під факторингом розуміють операцію з переуступки першим кредитором прав вимоги боргу третьої особи другому кредитору з попередньою або наступною компенсацією вартості такого боргу першому кредитору [8].

Крім того, враховуючи прийняття Закону України «Про приєднання України до Конвенції УНІДРУА про міжнародний факторинг», необхідно узгодити існуючі норми щодо факторингу із положеннями Конвенції, згідно з якою факторинговою вважається операція, що відповідає як мінімум двом з чотирьох ознак: наявність кредитування у формі попередньої оплати боргових вимог, ведення бухгалтерського обліку постачальника, інкасація його заборгованості, страхування постачальника від кредитного ризику. [9]

Необхідно відзначити, що, зважаючи на це, Верховна Рада України Законом від 9 вересня 2010 р. № 2510-VI «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо факторингу» визначила відповідно до міжнародних норм поняття «факторинг» і змінила редакцію ст. 350 Господарського кодексу, згідно з якою

під факторингом розуміють передачу банком коштів у розпорядження іншої особи за плату, при цьому друга сторона договору уступає або зобов'язується уступити банку право грошової вимоги до третьої особи. Крім того, до законодавства введені норми, що дозволяють фінансовим установам, які надають послуги факторингу, здійснювати й інші операції, прямо пов'язані з факторингом. [10]

Таким чином було узгоджено положення Конвенції УНІДРУА з відповідними нормами законодавства щодо факторингу, що були прийняті раніше. Все це, на думку експертів, сприятиме розвитку ринку факторингових послуг та удосконаленню державного регулювання діяльності фінансових установ. Проте ніяких обмежувальних або дозвільних нововведень щодо існуючої практики факторингу цей закон не передбачив. Тому, на нашу думку, для ефективного функціонування вітчизняного ринку факторингових послуг як одного з перспективних джерел фінансування діяльності суб'єктів господарювання доцільно прийняти спеціальний закон «Про факторинг» на кшталт закону «Про лізинг», який чітко регулював би надання факторингових послуг в Україні.

Аналіз наукових праць як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників щодо трактування сутності факторингу свідчать також про неоднозначне його тлумачення в економічній літературі (табл. 2).

Наведений у табл. 2 перелік визначень факторингу свідчить про різноплановість поглядів низки авторів щодо його тлумачення. Втім, як показує дослідження, це ще далеко не повний перелік визначень факторингу, який існує в економічній літературі. Тому можна зробити висновок, що відсутність однозначного трактування факторингу, його законодавча неврегульованість створює певні ускладнення як теоретичного, так і практичного характеру щодо формування ефективного вітчизняного ринку факторингових послуг.

Факторинг з'явився близько 100 років тому в США, а у 60-х роках ХХ ст. – і в Європі, витісняючи поступово комерційний кредит на основі векселів. Так, у Великобританії першу факторингову компанію було відкрито в 1960 р., у 1963 р. – в Німеччині, а у 1965 – у Франції [12]. Особливо швидко факторинг розвивався у 80-х роках, коли за 10 років оборот за ним зріс в Італії в 74 рази, в Іспанії – в 14, Великобританії та Франції – в 7,5 рази. [15] Як свідчать дані, зараз міжнародна факторингова індустрія активно розвивається: у світі існує близько 1000 факторингових компаній. Майже 66% їх обороту припадає на Європу, 22% – на США, 11% – на країни Азії. [17]

В Україні факторинг фактично існує з 2001 р. До 2007 р. він досить динамічно розвивався – зростав споживчий ринок, підвищувався попит, а відповідно збільшувалась і кількість операторів. Однак за останні два роки факторинг на вітчизняному грошовому ринку зазнав чимало змін. Обсяги факторингових операцій в 2009 р. скоротилися на 60% й становили приблизно 600 млн. грн. Із 70 компаній, що мали право на проведення факторингових операцій, практично їх реалізують лише 20 [18].

Деякі експерти навіть вважають, що через кризу ринок факторингових послуг повернувся на 5 років назад. Зрозуміло, що зниження обсягів факторингових операцій сталося внаслідок нестійкого фінансового стану як клієнтів (виробників і торговельних компаній), так і банків та факторингових компаній. Крім того,

Таблиця 2. Визначення сутності факторингу різними авторами*

№ п/п	Автор	Визначення факторингу
1.	Балабанов І. Т.	Різновид торговельно-комісійної операції, пов'язаної з кредитуванням оборотних коштів. Інкасування дебіторської заборгованості покупця та специфічний різновид короткотермінового кредитування та посередницької діяльності
2.	Басюк Т. П.	Система фінансування, за умовами якої підприємство – постачальник продукції перевідступає короткотривалі вимоги за торговельними операціями банківській установі (факторинговій компанії)
3.	Белялов Т. Е.	Купівля банком або спеціалізованою факторинговою компанією грошових вимог постачальника до покупця та їх інкасація за визначену винагороду
4.	Бікерс М.	Довготривала угода між факторинговою компанією та постачальником, який продає свої товари на умовах товарного кредиту, в якій фактор зобов'язується купувати рахунки до отримання і додатково залежно від угоди надавати такі послуги, як ведення книги дебіторів та адміністрування дебіторської заборгованості, інкасація боргів, захист від втрат за наявності поганих боргів, що можуть виникнути при банкрутстві покупців
5.	Бланк І. О.	Фінансова операція, що полягає у поступці підприємством-продавцем права отримання грошових коштів по платіжних документах за поставлену продукцію на користь банку або спеціалізованої компанії - «фактор компанії», які беруть на себе всі кредитні ризики щодо інкасації боргу
6.	Внукова Н. М.	Різновид торгово-комісійної операції, поєднуваної з кредитуванням обігового капіталу клієнта, включає інкасування дебіторської заборгованості клієнта, кредитування і гарантію від кредитних та валютних ризиків
7.	Герасимович А. М.	Комісійно-посередницька діяльність, пов'язана з поступкою банкові клієнтом-постачальником неоплачених платіжних вимог (рахунків-фактур) за поставленими товарами, виконаними роботами, послугами і, відповідно, права одержання платежу по них, тобто за інкасування дебіторської заборгованості клієнта
8.	Карлова І. О., Кривошеєва Т. О.	Операція, що виконується на договірних засадах фінансовою установою щодо фінансування оборотного капіталу підприємства (клієнта), управління дебіторською заборгованістю, страхуванням ризиків та інкасування боргів
9.	Крупка М. І.	Доволі складна і багатопільова операція, яка є інкасуванням дебіторської заборгованості клієнта з виплатою суми рахунків
10.	Лисенко Ю. М.	Фінансова операція, за якою одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження іншої сторони (клієнта) за плату, а клієнт поступається або зобов'язується поступитися фактору своїм правом грошової вимоги до третьої особи (боржника)
11.	Мороз А. М.	Операція, яка поєднує у собі низку посередницько-комісійних послуг з кредитування обігового капіталу суб'єкта господарювання
12.	Остафіль О. В.	Перевідступлення боргових прав підприємства іншому суб'єктові, який гарантує платіж, звільняє постачальника від необхідності брати додаткові кредити в банку
13.	Пальчук О. І.	Процес перевідступлення банку або фінансовій компанії неоплачених боргових зобов'язань, які виникають між контрагентами в процесі реалізації товарів і послуг на умовах комерційного кредиту та супроводжуються елементами юридичного, страхового, інформаційного та бухгалтерського обслуговування постачальника.
14.	Руденко Л. В.	Комісійно-посередницька діяльність, пов'язана з поступкою банкові клієнтом-постачальником неоплачених платежів-вимог (рахунків-фактур) за поставлені товари, виконані роботи, послуги і, відповідно, права одержання платежу за ними, тобто з інкасуванням дебіторської заборгованості клієнта
15.	Скалка В.	Кредитно-фінансова операція, що передбачає продаж підприємством-позичальником своїх прав на відвантажені товари (вироблену продукцію), виконані роботи або надані послуги банку-фактору
16.	Склеповий Є. В.	Фінансування постачань з відстроченням платежу, страхування ризиків, пов'язаних з відстрочкою платежу, а також управління дебіторською заборгованістю
17.	Стоянова О. С.	Діяльність спеціалізованої установи (факторингової компанії чи факторингового відділу банку) щодо стягнення грошових коштів з боржників свого клієнта (промислової чи торгової компанії) і управління його борговими вимогами
18.	Струк Н. С.	Операція, яка об'єднує в собі ряд посередницько-комісійних послуг з кредитування оборотного капіталу суб'єкта господарювання. Основою факторингу є переуступка першим кредитором прав вимоги боргу третьої особи другому кредитору з компенсацією вартості такого боргу першому кредитору
19.	Форман М., Гілберт Дж., Селінджер Ф.	Відкрита угода про повне обслуговування, до якої належать фінансування, страхування кредитних ризиків, стягнення боргів та інші послуги без права регресу

*Джерело: складено автором за [3, 11, 12, 13, 14, 15, 16]

відбулося різке зниження кількості й обсягів самих торговельних операцій. Порівняно з 2008 р. експорт товарів і послуг знизився на 37,5%. За даними Держкомстату Україна у 2009 р. продала в інші країни товарів і послуг на суму лише в 49,22 млрд. доларів. Відрадно, що у 2010 р. спостерігається певна позитивна тенденція: порівняно з січнем-травнем 2009 р. експорт збільшився на 31,4%, а імпорт – на 25,9% [17].

Збільшення активності торговельних компаній логічно позначилося на попиті на фінансові операції. Банкіри відзначають, що вже зараз спостерігається тенденція щодо збільшення попиту на факторингове обслуговування. Цілком зрозуміло, що у виграші перебувають ті факторингові компанії, які розпочали активну діяльність на ринку з 2009 р. (після проходження піку фінансової кризи), оскільки вони не мають значних обсягів проблемної заборгованості та можуть активно розвиватися, надаючи затребувані

фінансові послуги.

Як відомо, факторингові послуги призначені для поповнення оборотних коштів підприємства, тобто забезпечення надходження грошових коштів відразу після відвантаження товарів або послуг, не очікуючи закінчення терміну відстрочки платежу. Тобто дебіторська заборгованість підприємства за допомогою факторингу зразу ж перетворюється на грошові кошти. В результаті підприємство має можливість спрямувати дебіторську заборгованість у подальший розвиток свого бізнесу без оформлення кредиту та заставного забезпечення. Крім того, факторинг – це унікальний фінансовий інструмент, який здатний ефективно вирішувати значне коло економічних, маркетингових та фінансових завдань, що стоять перед підприємством-постачальником (табл. 3).

Окрім спроможності вирішення завдань для підприємств-постачальників, поданих у табл. 3,

Таблиця 3. Завдання (переваги) факторингу для постачальника*

№ п/п	Характер завдання (переваги)	Зміст завдання (переваги)
1.	Економічні	захист від поточних і непередбачених втрат; підвищення оборотності оборотних активів; розв'язання проблеми неплатежів; підвищення прибутковості підприємства та зміцнення його фінансової незалежності.
2.	Маркетингові	збільшення ринкової частки компанії; відкриття нових ринкових сегментів для реалізації продукції; збільшення складських запасів; підтримання необхідної номенклатури товарного асортименту; одержання конкурентних переваг; поліпшення ділового іміджу серед постачальників.
3.	Фінансові	зменшення дефіциту й вартості оборотних активів; поліпшення ліквідності балансу; зменшення кредитного навантаження; планування і прогнозування грошових потоків; гарантування надходження коштів від покупців у визначений термін; поліпшення стану обліку дебіторської заборгованості; встановлення контролю над платіжною дисципліною дебіторів.

*Джерело: складено автором за [14, 18, 19, 20]

процедура здійснення факторингу також дає низку вигод як для підприємств-покупців (дебіторів), так і для банку (фактора).

У процесі проведення факторингових операцій покупець отримує такі переваги: відтермінування платежу на необхідний строк, можливість використання товарного кредиту, можливість збільшення купівельної спроможності тощо.

До основних переваг факторингу для банку (фактора) зараховують: посилення ділових відносин із клієнтами через пропозицію додаткової конкурентоспроможної послуги, збільшення клієнтської бази за допомогою залучення на обслуговування платоспроможних покупців (дебіторів) постачальника, збільшення ресурсної бази за рахунок надходження грошових коштів на поточні рахунки клієнтів, диверсифікація кредитного ризику між покупцями (дебіторами), можливість отримати додаткові джерела доходів, зменшення обсягів резервування за факторингом порівняно з кредитними операціями [15].

Як відомо, схема факторингової операції досить проста. Після отримання документів, що підтверджують

реалізацію продукції (робіт, послуг) та перевірки платоспроможності покупця, банк (фактор) приймає рішення щодо надання фінансування своєму клієнту. Обсяг фінансування зазвичай становить від 60% до 90% від суми платежу за поставлений товар або вартості наданої послуги. Інші 10-40% суми боргу банк (фактор) тимчасово утримує, оскільки він бере на себе кредитний ризик у разі неповернення боргу покупцем. Втім, банки такі ризики беруть на себе неохоче, тому зараз в Україні надається тільки факторинг з регресом. При цьому банк (фактор) бере на себе ліквідний ризик щодо несплати у визначені терміни, але кредитний ризик залишається на постачальникові. Факторинг без регресу – це вид факторингу, при якому ризик несплати з боку дебіторів повністю переходить до банку (фактора).

У вартість факторингових послуг входить плата за обслуговування (комісія) і плата за надані в кредит кошти. Величина цієї плати може змінюватися залежно від масштабів виробничої діяльності постачальника і надійності його контрактів, а також від експертної оцінки факторинговим відділом ступеня ризику неплатежу та складності стягнення коштів з покупців; у

середньому на вітчизняному ринку комісія встановилася на рівні 0,5–5% від вартості рахунків-фактур [15].

На нашу думку, на сьогодні факторинг є оптимальним рішенням для оптових торговельних підприємств, що поставляють продукцію магазинам (супермаркетам), оскільки, як свідчать статистика вітчизняного ринку факторингових послуг, на кінець першого півріччя 2010 р. 91,7% наданого факторингового фінансування припадало на підприємства торговельної галузі (торговельне фінансування). Найменшу питому вагу з укладених договорів факторингу за основними галузями мають легка (0,2%) та харчова(0,6%) промисловості, дещо більшу частку займають металургія (1,5%), сфера послуг (2%) та машинобудування (4%) [18].

Варто зазначити, що останнім часом активність фінансових компаній на вітчизняному ринку факторингових послуг дещо зросла. Так впродовж II кварталу 2010 р. фінансові компанії уклали 1091 договір факторингу загальним обсягом 2 109,8 млн. грн. і виконали 489 договорів на суму 2 577,8 млн. грн. Діючими на кінець II кварталу 2010 р. залишалося 1 275 договорів факторингу. Проте, на думку експертів, стрімке збільшення кількості укладених фінансовими компаніями договорів факторингу в II кварталі 2010 р., порівняно з аналогічними періодами 2008-2009 рр., пояснюється укладеннями договорів факторингу переважно з однією юридичною особою на значну суму. [18] Це дозволяє банкам заробити на комісіях, тому факторинг в Україні сьогодні вважається послугою для корпоративних клієнтів.

На жаль, факторинг не вирішує усіх проблем з дебіторською заборгованістю, наприклад, жоден банк не візьме на обслуговування прострочену або безнадійну дебіторську заборгованість. Зазвичай банки вимагають, щоб покупці продукції мали постійні зв'язки, тобто обслуговують лише надійних та перевірених дебіторів. Крім того, до недоліків факторингу належать: жорсткі вимоги банку до документів, що надаються та стосуються продажу товару, часто – необхідність гарантування за клієнта, більш дорога у порівнянні з кредитом ціна (на 2-3%) [14], через що вигідна послуга факторингу втрачає свій сенс. Тому, на думку аналітиків, новим клієнтам у найближчі півроку одержати факторингові послуги буде дуже складно, оскільки реальна ставка фінансування становить 28-35% річних. [17] Лише розвиток економіки, стабілізація ситуації із простроченою заборгованістю в банках та зростання конкуренції будуть сприяти лояльності фінансових установ до своїх нових клієнтів та зниженню вартості факторингових послуг. А це, за різними оцінками, відбудеться не раніше другої половини поточного року, оскільки зараз рівень ризиків у нашій країні ще досить високий.

Однак, перевага факторингу очевидна. Скориставшись послугами факторингу, постачальник мінімізує свої ризики, пов'язані зі своєчасним отриманням оплати, що дає змогу прискорити оборотність оборотних коштів, не вдаючись до додаткового залучення кредитів банку. Використання факторингу не лише дає змогу підприємству уникати кризових явищ, а й сприяє подальшому його розвитку. Не зважаючи на деяку ризиковість факторингу на сьогодні, він є, на нашу думку, найперспективнішою формою рефінансування дебіторської заборгованості та найефективнішим знаряддям фінансового менеджменту

для виходу суб'єктів господарювання з кризового стану.

Список літератури

1. Білик, М. Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств [Текст] / М. Д. Білик // Фінанси України. - 2003. - №12. - С. 24-36.
2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.google.com.ua>.
3. Фаринович, І. В. Факторинг як механізм пришвидшення обіговості обігових коштів підприємств в [Електронний ресурс] / І. В. Фаринович. - Режим доступу: <http://docs.google.com>.
4. Цивільний кодекс України [Текст]: від 16.01.2003 р. № 435-IV.
5. Господарський кодекс України [Текст]: від 16.01.2003 р. № 436-IV.
6. Про банки і банківську діяльність [Текст]: закон України від 07.12.2000 р. № 2121-III.
7. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг [Текст]: закон України від 12.07.2001 р. № 2664-III.
8. Про податок на додану вартість [Текст]: закон України від 03.04.1997 р. № 168/97-ВР.
9. Про приєднання України до Конвенції УНІДРУА про міжнародний факторинг [Текст]: закон України від 11.01.2006 № 3302-IV.
10. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо факторингу [Текст]: закон України від 09.09.2010 р. № 2510-VI.
11. Бланк, І. А. Основы финансового менеджмента [Текст] / И. А. Бланк. - В 2 т. 3-е изд. Т.1. - К.: Ника-Центр, 2007. - 624 с.
12. Карлова, І. О. Ринок факторингових послуг: наявні можливості чи реальні втрати [Електронний ресурс] / І. О. Карлова, Т. О. Кривошеєва. - Режим доступу: [http:// docs.google.com](http://docs.google.com).
13. Пальчук, О. І. Факторинг як специфічна фінансова послуга [Електронний ресурс] / О.І. Пальчук. - Режим доступу: <http://docs.google.com>.
14. Зеленіна, О. О. Факторинг як елемент позикового капіталу: обліково-теоретичний аспект [Електронний ресурс] / О. О. Зеленіна. - Режим доступу: <http://docs.google.com>.
15. Смачило, В. В. Сутність та роль факторингу в сучасних умовах [Електронний ресурс] / В. В. Смачило, Є. В. Дубравська. - Режим доступу: <http://www.personal.in.ua>.
16. Фінансовий менеджмент: теорія і практика [Текст]: учебник / Под ред. Е. С. Стояновой. - М.: Перспектива, 2002. - 656 с.
17. Факторинг для бізнесу: гравців мало, ризики високі [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://investway.in.ua>.
18. Розвиток факторингового бізнесу в Україні на кінець I півріччя 2010 р. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.google.com.ua>
19. Гриценко, В. В. Факторинг як ефективний інструмент підтримки бізнесу [Електронний ресурс] / В. В. Гриценко. - Режим доступу: <http://webcache.googleusercontent.com>.
20. Факторинг в Україні та світі [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.eximb.com>.

РЕЗЮМЕ

Стельмах Мирослава

Факторинг как форма управления дебиторской задолженностью предприятия

Обозначено проблему наличия дебиторской задолженности предприятий. Рассмотрена сущность факторинга и особенности его применения. Акцентируется внимание на использовании факторинга отечественными предприятиями как наиболее эффективной формы рефинансирования дебиторской задолженности.

RESUME

Stelmakh Myroslava

Factoring as a form of accounts receivable management company

The availability of problem of receivables companies is outlined. The essence of factoring and features of its application are defined. The attention to domestic enterprises use factoring as the most effective form of refinancing debts is drawn.

Стаття надійшла до редакції 18.03.2011 р.

МЕТОДИКА АНАЛІЗУ СОЦІАЛЬНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Сформовано інформаційну модель аналізу соціальних витрат підприємства та охарактеризовано її основні складові елементи. Запропоновано методику аналізу соціальних витрат підприємств торгівлі та описано її основні особливості.

Ключові слова: соціальні витрати, соціальні програми, індивідуальні потреби працівників.

В сучасних економічних умовах рівень розвитку соціальної сфери підприємства визначає його привабливість на ринку праці, якість життя та рівень кваліфікації працівників. Зважаючи на це, ефективне управління соціальними витратами, поряд з оптимізацією сукупних витрат, є однією з пріоритетних цілей політики підприємства. Підґрунтям прийняття будь-яких управлінських рішень, безперечно, є сукупність даних бухгалтерського обліку та результати їх аналізу. Саме тому проблема обліково-аналітичного забезпечення управління соціальними витратами підприємства є на сьогодні надзвичайно актуальною.

Окремі теоретичні, методичні та практичні проблеми аналізу соціальних витрат досліджено українськими вченими: М. Т. Білухою, Ф. Ф. Бутинцем, С. Ф. Головом, О. А. Грішнвою, А. М. Колотом, С. Я. Король, Е. М. Лібановою, Є. В. Мнихом, Л. В. Нападівською, М. С. Пушкарем, В. В. Сопко, М. Г. Чумаченком, В. О. Шевчуком та ін. Серед зарубіжних вчених, які зробили внесок у даному напрямку, слід назвати Д. Добію, Р. Ентоні, Є. Жильцова Р. Каплана, Дж. Кендріка, Д. Нортон, П. Савченко, К. Томаса, Дж. Р. Хікса та ряд інших. Але на даний час через відносну новизну поняття "соціальні витрати

підприємства" аналітичне забезпечення управління ними потребує подальшого дослідження.

Метою статті є розробка методики аналізу соціальних витрат підприємств торгівлі.

Основними завданнями публікації є:

- сформувати інформаційну модель аналізу соціальних витрат підприємства та дати характеристику її основним складовим елементам;
- розробити методику аналізу цих витрат та описати її основні особливості.

Економічний аналіз як метод наукового пізнання економічних явищ є об'єктом дослідження багатьох вчених, які надають йому провідну роль у процесі такого пізнання. Сукупність цілей і завдань управління визначає завдання економічного аналізу. Основною його функцією є перетворення економічної інформації обліку, статистики, менеджменту в аналітичну інформацію, яка необхідна для прийняття управлінських рішень [1, с. 22]. Економічний аналіз будь-якого явища, процесу або категорії потребує, перш за все, розробки організаційної моделі, яка для соціальних витрат матиме наступний вигляд (рис. 1).

На кожному етапі об'єктами організації аналітичного процесу є аналітичні номенклатури [3, с. 163].

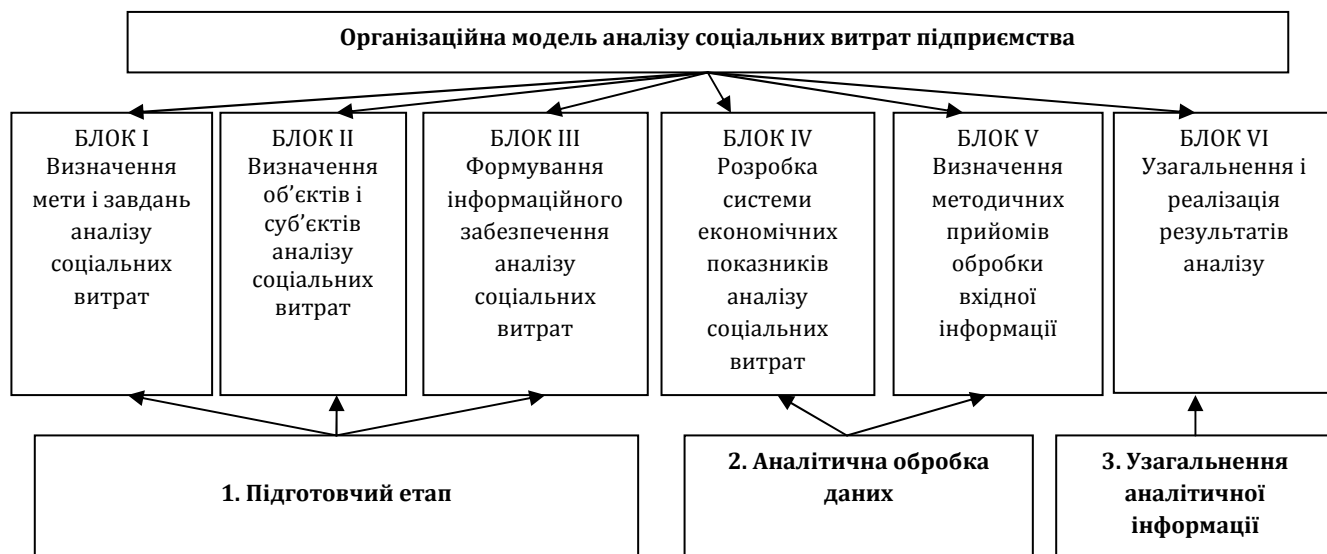


Рис. 1. Організаційна модель аналізу соціальних витрат підприємства*

* - розроблено автором

Аналітична номенклатура – перелік даних, які містяться в нормативах, кошторисах, квотах тощо та фактично облікованих характеристиках господарських фактів, явищ та процесів – майнових об'єктів і правових суб'єктів, господарських операцій та результатів господарювання, які використовуються в аналітичному процесі для оцінювання результатів господарської діяльності, підготовки управлінських рішень [3, с. 164].

В аналітичному процесі формуються три типи номенклатур: первинні (вхідні), проміжні та підсумкові (кінцеві, результатні) [4, с. 15]. Оскільки між етапами аналізу існує тісний взаємозв'язок і певна послідовність здійснення, то вихідна інформація одного етапу є вхідною для іншого.

Отже, на підготовчому етапі аналізу соціальних витрат необхідно визначити мету, завдання, об'єкти і суб'єкти аналізу та сформулювати інформаційне забезпечення [5, с. 22].

Метою є забезпечення керівництва необхідною інформацією про стан та динаміку соціальних витрат для прийняття багатоваріантних управлінських рішень.

До завдань аналізу соціальних витрат належать:

оцінка достовірності інформації щодо розміру та видів соціальних витрат;

- встановлення тенденцій зміни соціальних витрат;
- визначення розміру негативних чинників;
- розробка заходів щодо мінімізації або ліквідації негативного впливу чинників з одночасним визначенням джерел коштів на ці заходи;
- визначення ефективності здійснення соціальних витрат;
- підтвердження оптимальності управлінських рішень.

Об'єктом аналізу соціальних витрат є інформація про соціальні витрати підприємства, а суб'єктом – керівники та спеціалісти центрів фінансової відповідальності торговельного підприємства.

Інформаційне забезпечення аналізу соціальних витрат є даними, що зібрані та узагальнені в реєстрах бухгалтерського обліку, фінансовій та управлінській звітності. За результатами дослідження торговельних підприємств Рівненської області нами було підтверджено недостатність інформаційного забезпечення, необхідного для проведення аналізу соціальних витрат. Відповідно, було внесено пропозиції щодо відображення соціальних витрат у Примітках до річної фінансової звітності, запропоновано форму бюджету соціальних витрат за статтями, звіту про виконання бюджету соціальних витрат за статтями та звіту про соціальні витрати [2, с. 187].

На етапі аналітичної обробки даних необхідно, перш за все, розробити систему економічних показників аналізу соціальних витрат та визначити методичні прийоми обробки вхідної інформації [10, с. 18].

Особливістю аналізу соціальних витрат торговельного підприємства є те, що він повинен враховувати не лише кількісні, але і якісні показники, наприклад, рівень задоволеності потреб працівників і т.ін. Враховуючи дану особливість та специфіку діяльності підприємств торгівлі пропонуємо для проведення аналізу соціальних витрат використовувати наступні показники (табл. 2).

В ході проведення аналізу соціальних витрат торговельних підприємств доцільно використовувати як традиційні методичні прийоми: абсолютні, відносні і середні величини, порівняння, групування, індексний

метод, метод ланцюгових підстановок, балансовий метод, так і економіко-математичні методи аналізу, які слугують для вибору оптимальних варіантів основних управлінських рішень у реальних або планових економічних умовах [7, с. 31].

Узагальнення результатів аналізу соціальних витрат здійснюватиметься з використанням аналітичних таблиць та графічних матеріалів, дані яких становитимуть інформаційну базу для прийняття управлінських рішень [8, с. 15].

Оскільки соціальні витрати безпосередньо пов'язані з трудовими ресурсами торговельного підприємства, тому, розробляючи методику аналізу соціальних витрат, необхідно передбачити проведення аналізу, який поєднуватиме як особливості аналізу витрат, так і особливості аналізу трудових ресурсів та їх використання [9, с. 115].

Враховуючи специфіку категорії “соціальні витрати” [5, с. 279] та завдання їх аналізу, визначені на початку даної статті, пропонуємо наступну методику аналізу соціальних витрат торговельного підприємства.

1. Проведення структурно-динамічного аналізу з метою дослідження структури та виявлення динаміки соціальних витрат в цілому та їх окремих статей.
2. Розрахунок кількісних та якісних показників (параметричний аналіз) для оцінки рівня соціального розвитку підприємства торгівлі, обґрунтування доцільності здійснення соціальних витрат та виявлення “вузьких місць” у соціальній політиці підприємства.
3. Встановлення впливу факторів на розмір соціальних витрат в цілому та їх окремих статей шляхом проведення факторного аналізу.
4. Аналіз відповідності соціальних витрат потребам працівників.

Для найбільш повної реалізації мотиваційного потенціалу соціальних програм торговельного підприємства необхідно сформувати сучасну модель управління соціальними витратами, узгоджену з потребами працівників. Основою такої моделі є моніторинг індивідуальних потреб працівників за видами соціальних пільг та гарантій [6, с. 221]. Інформаційною базою для оцінки факторів соціальної захищеності і визначення потреб працівників слугуватимуть результати опитування персоналу підприємств-респондентів. Опитування доцільно проводити за допомогою анкет, в яких вказуватиметься особиста інформація про працівника (вік, стать, посада, і ін.), інформація про статті соціальних витрат, які отримує працівник, та оцінка значущості цих статей для працівника та інформація про індивідуальні потреби (статті соціальних витрат, які б хотів отримувати працівник). Перевагою анкетування є швидкість та оперативність отримання необхідної інформації завдяки чітко фіксованому порядку, змісту і формі запитань з конкретними варіантами відповідей. За результатами опитування потрібно провести оцінку значимості статей соціальних витрат для персоналу шляхом ранжування і визначити ступінь задоволення індивідуальних потреб працівників, який дозволить виявити “вузькі місця” в соціальній політиці підприємства та прийняти відповідні управлінські рішення. Встановлення значення доцільно використати десятибальну шкалу, а для визначення максимально можливої кількості балів при розрахунку відсотку балів значущості - формулу:

Таблиця 1. Система показників для проведення аналізу соціальних витрат торговельних підприємств*

Вид	Показник	Формула	Умовні позначення
Кількісні	Частка соціальних витрат на одного працюючого, тис. грн./чол	$C_{сп} = \frac{CB}{\nu}$	CB – загальна сума соціальних витрат ν – середньооблікова чисельність працівників
	Частка соціальних витрат за категоріями персоналу, тис. грн./чол	$C_{кат} = \frac{CB}{\sum \nu_i}$	$\sum \nu_i$ – кількість працівників і-ї категорії 0
	Частка витрат на соціальну програму у загальній сумі соціальних витрат, тис. грн./тис. грн.	$C_{\%CB} = \frac{CB_i}{CB}$	CB _i – сума витрат на і-ту соціальну програму
	Частка соціальних витрат у загальному обсязі товарообороту, тис. грн./тис. грн.	$C_{\%TO} = \frac{CB}{TO}$	TO – загальна сума товарообороту
	Частка соціальних витрат в операційних витратах, тис. грн./тис. грн.	$C_{\%OB} = \frac{CB}{OB}$	OB – загальна сума операційних витрат
Якісні	Частка соціальних витрат в собівартості реалізованих товарів, тис. грн./тис. грн.	$C_{\%CB} = \frac{CB}{CB}$	CB – собівартість реалізованих товарів
	Економічна ефективність соціальних витрат, тис. грн./тис. грн.	$E_{\%CB} = \frac{TO}{CB}$	TO – загальна сума товарообороту
	Рентабельність соціальних витрат, тис. грн./тис. грн.	$R_{\%CB} = \frac{ЧП}{CB}$	ЧП – чистий прибуток
	Якісний індекс соціальних витрат для і-го підприємства ІК(і)	$\frac{CB_i}{CB_j} \left(\frac{CB_j}{CB_i} \right)^{m_{ij}}$	x_{ij} – змінна, яка дорівнює 1, якщо і-й показник є на підприємстві, і - 0, якщо немає; m – кількість показників, за якими оцінюється соціальна діяльність підприємства.
	Ступінь задоволеності працівників соціальними витратами і-го виду	$C_{\%CB} = \frac{CB_i}{CB_{\text{пот}}}$	CB _i – сума соціальних витрат і-го виду CB _{пот} – потреба в соціальних витратах і-го виду
Загальний коефіцієнт соціальної захищеності	$K1 = \frac{CB}{3I_{\text{мін}}}$	3I _{мін} – мінімальна заробітна плата	
Коефіцієнт соціальної захищеності за категоріями персоналу	$K2 = \frac{CB}{3I_{\text{кат}}}$	3I _{кат} – середня заробітна плата по підприємству	

* - розроблено особисто автором

$$KB_{maxi} = Kp * 10$$

(1)

де, KB_{maxi} - максимально можлива кількість балів значущості і-ї статті соціальних витрат, бали;

Kp

- кількість респондентів, чол;

10 - максимально можлива кількість балів

значущості і-ї статті для j-того респондента.

Тоді модель управління соціальними витратами підприємства торгівлі на основі ранжування статей соціальних витрат за рівнем їх індивідуальної значущості для працівників матиме наступний вигляд:

У випадку перевищення індивідуальних потреб працівників над соціальними витратами потрібно провести перерозподіл соціальних витрат. Аналітична



Рис. 2. Модель управління соціальними витратами підприємства торгівлі на основі ранжування статей соціальних витрат за рівнем їх індивідуальної значущості для працівників*

* - розроблено особисто автором

модель на основі ранжування статей соціальних витрат матиме наступний вигляд:

$$CB_i \text{ розподілені} = \frac{B_i \cdot CB_i \text{ факт}}{100} \quad (2)$$

де, CB_i розподілені - сума соціальних витрат і-го виду з урахуванням індивідуальних потреб працівників; B_i - відсоток балів значимості по і-му виду соціальних витрат від максимально можливої кількості балів.

5. Проведення аналізу ефективності соціальної діяльності одним з методів: комплексної оцінки, експертно-оціночним або індексним.

Саме такий підхід щодо розробки методики аналізу соціальних витрат дозволить провести повний аналіз та зменшити фактор суб'єктивності при прийнятті управлінських рішень.

Список літератури

1. Мних, Є. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : [підручник] / Є. В. Мних. - Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. - 514 с.
2. Стрибулевич, Т. О. Бюджетування соціальних витрат торговельних підприємств: організаційно-методичні аспекти / Т. О. Стрибулевич // Економічний аналіз: зб. наук. праць. каф. ек. аналізу ТНЕУ - Вип. 5. - Тернопіль: Економічна думка. - 2010. - С. 186 - 188.
3. Сопко В. В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу : [підручник] / В. В. Сопко,

В. П. Завгородній - К.: КНЕУ, 2004. - 412 с.

4. Лазаришина І.Д. Методологія та організація економічного аналізу : [монографія] / І.Д. Лазаришина. - Рівне : УДУВГ, 2004. - 112 с.
5. Лазаришина І.Д. Економічний аналіз в Україні: історія, методологія, практика: Монографія. - Рівне: НУВГП, 2005. - 369 с.
6. Нападовська, Л. В. Теорія бухгалтерського обліку: [монографія] / [Л. В. Нападовська, М. Добія, Ш. Сендер, Р. Матезіч та ін.] - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. - 735 с.
7. Мачулка, О. Облік і аналіз витрат: управлінський аспект / О. Мачулка // Бухгалтерський облік і аудит. -2008. - №10. - С. 30-34.
8. Гнилицька Л. Контроль та аналіз у бюджетуванні / Л. Гнилицька // Бухгалтерський облік і аудит. -2009. - №7. - С. 12-24.
9. Організація первинного обліку та економічного аналізу на прикладі підприємств торгівлі : [навч. посібник] / [Рудницький В. С., Лазаришина І. Д., Бачинський В. І., Поліщук В. Л.] - К.: Професіонал, 2004. - 478с.
10. Чумаченко, М. Г. Економічний аналіз : [навч. посібник. - 2-ге вид., перероб. і доп.] / за ред. М. Г. Чумаченка. - К.: КНЕУ, 2003. - 556 с.

РЕЗЮМЕ

Стрибулевич Татьяна

Методика анализа социальных расходов предприятий торговли

В статье сформирована информационная модель анализа социальных расходов предприятия. Охарактеризованы основные составные элементы данной информационной модели. Предложена методика анализа социальных расходов торгового предприятия. Описаны основные особенности разработанной методики анализа. Для проведения анализа социальных расходов торговых предприятий разработана система показателей. Разработана модель управления социальными расходами предприятия торговли на основе ранжировки статей социальных расходов за уровнем их индивидуальной значимости для работников.

RESUME

Strybulevych Tetiana

Method of analysis of social charges of trade enterprises

The informative model of analysis of social charges of enterprise is constructed in the article. The basic component elements of this informative model are described. The method of analysis of social charges of point-of-sale enterprise is offered. The basic features of the developed method of analysis are described. For the leadthrough of analysis of social charges of point-of-sale enterprises the system of indexes is developed. A case of trade enterprise social charges frame is developed on the basis of ranking of items of social expenses after a level them individual meaningfulness for workers.

Стаття надійшла до редакції 05.04.2011 р.

АНАЛІТИЧНО-ОБЛІКОВІ ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Розроблено модель економічної діагностики інтелектуального капіталу, що дозволяє досліджувати процеси формування його людської, технологічної та ринкової складових. Здійснено характеристику неідентифікованих активів підприємства з метою формалізації процедур їх обліку та відображення в управлінській звітності.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, інтелектуальні активи, інтелектуальні ресурси, економічна діагностика.

Зростаючий вплив концепції інтелектуального капіталу (ІК) на діяльність вітчизняних підприємств обумовлений тим, що ключовою ознакою сучасної економіки є її інформаційна та інноваційна спрямованість. Дослідженню питань функціонування ІК в Україні присвятили свої наукові праці такі відомі вчені, як І. Журавльова, С. Ілляшенко, О. Кендюхов, А. Чухно та ін. Узагальнення існуючих підходів до визначення сутності ІК доводить, що у визначенні основних принципів функціонування цього виду капіталу слід враховувати не лише правові або бухгалтерські аспекти, а й здійснювати його аналіз, оцінку та облік. У зв'язку з цим особливої актуальності набувають завдання щодо розробки методичного інструментарію, застосованого в процесі аналітично-облікових процедур ІК та його складових.

Метою нашої статті є удосконалення аналітично-облікових функцій, реалізація яких здійснюється в процесі економічної діагностики інтелектуального капіталу.

Здійснюючи в процесі управлінської діяльності фінансові оцінки результативності бізнесу (зокрема розраховуючи прибутковість власного капіталу компанії), його власники та топ-менеджмент потребують отримання найбільш повної інформації щодо визначення засобів утримання набутих конкурентних позицій. На наш погляд, необхідна інформація може бути визначена при проведенні економічної діагностики ІК, розробка моделі якої суттєво доповнює традиційну методологію економічного аналізу [1]. При проведенні такої діагностики комплексний аналіз супроводжується оцінками судженнями стосовно вартості не лише наявних, а і потенційних інтелектуальних ресурсів.

У вітчизняній економічній літературі найбільш влучним, на нашу думку, є визначення економічної діагностики як процесу багатоступеневої оцінки результатів господарської діяльності підприємства, зосереджених в економічних показниках, що втілюють кількісну та якісну характеристику досліджуваних процесів [2]. Водночас необхідно зауважити, що при проведенні діагностики стану сучасного підприємства, більшість спеціалістів застосовують показники або суто монетарного характеру – фінансової стабільності, ліквідності, ділової активності, платоспроможності; або

ж, навпаки, акцентують увагу лише на якісних критеріях, як у випадку діагностики конкурентного середовища, конкурентоспроможності підприємства та продукції і т. п. Ми вважаємо, що такі однобічні підходи значно звужують аналітичні й оцінювальні можливості діагностики.

Економічного змісту поняття діагностики набуває в наукових працях С. В. Раєвневої [3]. Спираючись на теоретико-методологічні основи діагностики, дослідниця розглядає її насамперед у контексті процесного підходу. У такому значенні діагностика виконує як функцію оцінки, так і функцію аналізу та є інформаційним базисом передбачення функціонування і розвитку системи в майбутньому, тому істотно впливає на якість управлінських рішень. Таким чином, діагностику можна вважати не просто обов'язковим елементом сучасного менеджменту, але й основою стратегічного розвитку успішних підприємств.

Отже, економічна діагностика інтелектуального капіталу підприємства ґрунтується на виборі інструментарію його оцінки та аналізу. При цьому діагностика ІК дозволяє найбільш комплексно визначити ефективність використання інтелектуальних ресурсів, які застосовуються підприємством для отримання наднормативного прибутку. Застосування інтелектуальних ресурсів спричинює отримання підприємством особливого виду доходу на інтелектуальну форму капіталу, тому їх можна вважати таким же самостійним чинником виробництва, як і фізичний капітал. Виходячи з цього, можна стверджувати, що у тих підприємств, які в процесі виробничо-господарської діяльності активно застосовують інтелектуальні ресурси, відбувається формування наднормативного прибутку, наявність якого забезпечує їм висококонкурентне положення на ринку.

Однак в реальній практиці господарювання більшість підприємств, як правило, не враховують можливості збільшення свого загального капіталу за рахунок зростання обсягу інтелектуального капіталу. Між тим, діагностування ІК на основі комплексної системи показників дозволяє відстежувати в динаміці величину переваг, що надає інтелектуальний капітал підприємству, та оцінювати його вплив на фінансові результати виробничо-господарської діяльності.

Включення до концепції ІК таких категорій як інтелектуальні ресурси та інтелектуальні активи потребує їх окремого тлумачення. В авторському розумінні інтелектуальні ресурси підприємства є засобами формування додаткового прибутку (наднормативного прибутку), який шляхом капіталізації трансформується в інтелектуальний капітал. У свою чергу, інтелектуальні активи – це ідентифіковані, оцінені та відображені в балансі підприємства інтелектуальні ресурси, використання яких у виробничо-господарській діяльності підприємства приводить до отримання наднормативного прибутку. На рис. 1 такі види активів,

як фізичні, фінансові, нематеріальні ідентифіковані об'єднані за ознакою ідентифікації, конкретизації та вимірюваності. Неідентифіковані нематеріальні активи виділені у відокремлену групу з огляду на те, що їх складніше втілити у фінансовому вимірюванні, оскільки вони характеризуються значною мірою не кількісними, а якісними показниками. До складу величини ІК, не врахованого в балансі, також може бути занесена вартість знань, компетенцій, ділових якостей персоналу (людський капітал) та ділової репутації (ринковий капітал).

У той же час доволі розповсюдженою є позиція,

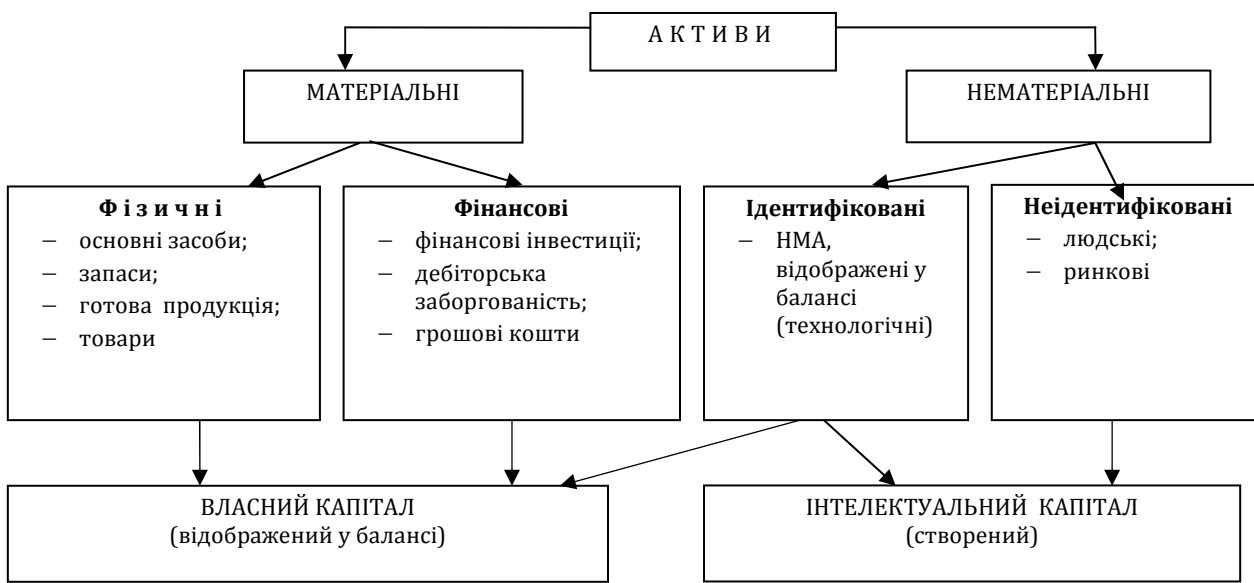


Рис. 1. Структура активів підприємства в контексті концепції інтелектуального капіталу

згідно з якою людський капітал не може бути відображений у звітності, оскільки не належить організації на правах власності. Але, на нашу думку, таке твердження може бути піддане сумніву. При оцінюванні людського капіталу в складі ІК можливе припущення, що людський ресурс, який використовується підприємством у господарській діяльності протягом певного часу, виступає частиною його інтелектуального капіталу не в якості конкретних осіб, відносно яких дійсно не застосовні товарні характеристики. В нашому розумінні людський капітал є засобом вартісного виміру саме сукупності знань, навичок, досвіду та компетенцій, якими володіє персонал підприємства, спроможний до інноваційних – як технологічних, так й управлінських – нововведень. З урахуванням цього є доцільним визначення періоду функціонування людського капіталу у складі загального інтелектуального капіталу. Цей період розраховується як термін дії контрактів, які було укладено з найманим персоналом, і є умовно гарантованим періодом, протягом якого підприємство може задіяти у виробничо-господарській діяльності даний вид капіталу.

Разом з тим, необхідно зазначити, що основна відмінність між людським та фізичним капіталом полягає в тому, що людський капітал не може бути об'єктом купівлі-продажу, тому на ринку праці за його використання встановлюється «рента» у вигляді заробітної платні.

Технологічна складова інтелектуального капіталу в

різних джерелах згадується як структурний, інфраструктурний або організаційний капітал. Але, незважаючи на відмінності в термінології, суттєвим є той факт, що переважна частина технологічного капіталу формується за рахунок нематеріальних активів (НМА) та об'єктів права інтелектуальної власності.

Необхідність переходу від бухгалтерського розуміння НМА до економічного пов'язана з тим, що реальна вартість нематеріальних активів як структурних елементів ринкової вартості підприємства істотно відрізняється від бухгалтерської вартості цих активів. Більш того, на практиці й сам склад НМА підприємства значно ширший за перелік тих нематеріальних активів, які враховані в балансі. Деякі неідентифіковані НМА взагалі не можуть бути предметом бухгалтерського обліку, але вони мають вагомий вплив на формування ринкової вартості активів, якими володіє підприємство. Тобто традиційні методи бухгалтерського обліку дозволяють оцінити приблизно 15-20% реальної вартості підприємства, оскільки лише частина НМА підприємства ідентифікується, тобто вимірюється та враховується в бухгалтерському обліку, тоді як більшість з них залишаються поза його компетенцією [4].

Відносини підприємства із зовнішнім середовищем і його ключовою складовою – клієнтами – можуть виступати ринковим капіталом, який в якості ділової репутації підприємства часто ототожнюється з гудвілом. У більшості випадків гудвіл оцінюється при

операції купівлі-продажу підприємства, але в такому випадку вартість гудвілу, як правило, має величину, що формується як кінцевий результат цієї процедури. Однак оцінка гудвілу повинна здійснюватися безпосередньо в процесі управління вартістю інтелектуального капіталу підприємства, бо таким чином підвищується якість управлінських рішень, прийнятих до моменту його продажу.

Зарубіжні дослідники процесу формування гудвілу вважають його нематеріальним активом, який дозволяє отримувати в майбутньому більш великі прибутки, ніж у середньому по галузі, і який відображається у фінансовій звітності тільки в разі повного придбання компанії за ціною, що перевищує справедливу ринкову вартість сукупності інших активів [5]. На думку вказаних авторів, причинами виникнення гудвілу, крім налагоджених зв'язків із споживачами і унікальних методів та прийомів управління, є якість продукції, місцезнаходження підприємства, її монополістичні переваги. Аналізуючи сутність гудвілу, російські вчені також визнають можливості його наявності лише за умови, що підприємство отримує наднормативний прибуток [6].

Погоджуючись з такою думкою, Я. Маркус визначає гудвіл підприємства (бізнесу) виключно як невіддільні від бізнесу неідентифіковані нематеріальні активи – персонал високої кваліфікації, лояльність (прихильність та стабільність) клієнтів, досягнення у сфері маркетингу [7]. Він зауважує, що особиста репутація найманців працівників підприємства серед клієнтів та професійні якості адміністративного персоналу можуть виступати ресурсами, які використовуються у фінансово-господарській діяльності, але не контролюються в безумовному порядку. На відміну від такої позиції, гудвіл підприємства визнається сукупністю всіх нематеріальних активів, незалежно від ступеня їх відображення у фінансовій звітності [8].

Згідно з визначенням І. О. Бланка, гудвіл є одним з видів нематеріальних активів, вартість якого визначається різницею між ринковою (продажною) вартістю підприємства як цілісного майнового комплексу і його балансовою вартістю (сумою чистих активів). Це перевищення вартості підприємства пов'язане з можливістю отримання більш високого рівня прибутку (порівняно з середньоринковим рівнем ефективності інвестування) за рахунок використання ефективнішої системи управління, домінуючих позицій на товарному ринку, застосування нових технологій [9]. Крім того, вчений визначає гудвіл як надприбуток, який є сумою синергетичних ефектів у відношенні до середньої норми прибутку, що генерується активами підприємства. У цьому сенсі поняття гудвілу наближене до сутності інтелектуального капіталу в цілому, але водночас, на нашу думку, ці економічні категорії не слід отождествлювати.

Отже, придбаний (бухгалтерський) і створений (управлінський) гудвіл компанії є різними суб'єктивними формами сприйняття майбутніх прибутків (надприбутків) підприємства. На відміну від придбаного, створений гудвіл не відображається як актив, оскільки, з юридичної точки зору, підприємство не має підстав для формалізації права власності на нього. Така позиція відповідає вимогам міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ). Так згідно з МСФЗ 38 «Нематеріальні активи», створений (управлінський) гудвіл не може бути активом, оскільки його ідентифікація як активу та оцінка його вартості

має імовірнісний і ненадійний характер, що не відповідає принципам фінансової інформації [10].

Таким чином, виділення ринкової складової інтелектуального капіталу пов'язане з тим, що отримання наднормативного прибутку забезпечується за рахунок наявності в підприємстві певних конкурентних переваг, об'єднаних поняттям управлінського гудвілу. Незважаючи на істотні відмінності між бухгалтерським та управлінським гудвілом, вони виступають як складові конкурентних переваг, сформованих у процесі виробничо-господарської діяльності підприємства. При цьому бухгалтерський гудвіл відображає лише очікування інвесторів потенційних можливостей отримання наднормативного прибутку від подальшого функціонування підприємства. У той час як управлінський гудвіл, що є основою ринкового капіталу підприємства, утворюється не в момент його продажу, а в процесі створення конкурентних переваг, тобто при реалізації конкурентоспроможної продукції. Результатом функціонування конкурентних переваг і, відповідно, формування інтелектуального капіталу, є наднормативний прибуток, а не надбавка до вартості чистих активів підприємства в момент його фактичного придбання, як у випадку з бухгалтерським гудвілом.

Узагальнюючи результати проведеного дослідження, варто зазначити, що реалізація обліково-аналітичних процедур у контексті економічної діагностики інтелектуального капіталу ускладнюється тим, що його складові не належать до традиційних активів підприємства. Потребують подальшого опрацювання питання ідентифікації, аналізу та оцінки інтелектуальних ресурсів з метою їх відображення у фінансовій звітності підприємства.

Сутність основних принципів вартісної оцінки дозволяє визначити здебільшого вартість фізичного капіталу – матеріальних та фінансових ресурсів, якими володіє підприємство на правах власності або користується на умовах платності та повернення. Разом з тим, основою інтелектуального капіталу є інтелектуальні ресурси, наявність яких у складі загального капіталу свідчить про необхідність його структуризації на фінансову та інтелектуальну складові. Подібні міркування вимагають перегляду як теоретичних основ класичних постулатів економічної науки, так і прикладних методик.

Вищевказане завдання може бути вирішене тільки системно, комплексно, шляхом поєднання сучасних наукових розробок у галузі економічної теорії, бухгалтерського й управлінського обліку, економічного та фінансового аналізу. Запорукою успішного впровадження концепції ІК в економічну діяльність підприємства є удосконалення обліково-аналітичних процедур, що визначають функціонування як фізичної, так й інтелектуальної форми капіталу. Очевидно, що застосування такого підходу вимагає радикального перегляду класичних методів управління підприємством й оцінки бізнесу, а також доповнень і коментарів до існуючих облікових правил.

Список літератури

1. Ступнікер, Г. Формування і оцінка інтелектуального капіталу підприємства [Текст] / Ганна Ступнікер // *Економічний аналіз : збірник наукових праць кафедри економічного аналізу*. – Тернопіль : Видавництво ТНЕУ «Економічна думка», 2010. – Випуск 5. – С. 189-192.
2. Костенко, Т. Д. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства [Текст] / Т. Д. Костенко, Є. О. Підгора, В. С. Рижиков та ін. – К. : Центр навч. літерат., 2005. – 400 с.
3. Раевнева, Е. В. Теоретические основы диагностики: подходы, принципы, методы [Текст] / Е. В. Раевнева // *Экономика : проблемы теории и практики : сб. научн. трудов*. Вып. 201 : В 5 т. Том I. – Днепропетровск : ДНУ, 2005. – 298 с.
4. Лев, Б. Нематериальные активы : управление, измерение, отчетность [Текст] / Б. Лев ; [пер. с англ. Л. И. Лопатников]. – М. : Квинто-Консалтинг, 2003. – 240 с.
5. Larson Kermit D. Fundamental accounting principles [Текст] / Kermit D. Larson, В. W. Paul // Chicago : IRWIN, 1995. – 684 р.
6. Оценка бизнеса [Текст] : учебник / под ред. проф. А. Г. Грязновой. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 736 с.
7. Посібник з оцінки бізнесу в Україні / [Пазірук В. І., Шалаєв В. М. та ін.] ; – під заг. ред. Я. Маркуса. – К. : Міленіум, 2002. – 342 с.
8. Валдайцев, С. В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия : [учеб. пособ. для вузов] / С. В. Валдайцев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 344 с.
9. Бланк, И. А. Основы финансового менеджмента [Текст] / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2002. – 592 с.
10. Международные стандарты финансовой отчетности. 2008 – М. : АСКЕРИ-АССА, 2008. – 1100 с.

РЕЗЮМЕ

Ступнікер Анна

Аналитико-учетные особенности экономической диагностики интеллектуального капитала

Разработана модель экономической диагностики интеллектуального капитала, что позволяет исследовать процессы формирования его человеческой, технологической и рыночной составляющих. Осуществлена характеристика неидентифицированных активов предприятия с целью формализации процедур их учета и отражения в управленческой отчетности.

RESUME

Stupniker Ganna

Analytically-accounting features of economic diagnostics of intellectual capital

The model of economic diagnostics of intellectual capital is worked out. It allows to investigate the processes of forming of its human, technological and market elements. Characteristics of the unidentified assets of enterprise are carried out to formalize procedures of their account and reflection in the administrative accounting.

Стаття надійшла до редакції 29.03.2011 р.

ФІНАНСОВИЙ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ: ТИПОЛОГІЯ ПОМИЛОК

Розглянуто організаційно-економічні відносини процесу управління фінансовими ризиками компанії. Визначено мету фінансового ризик-менеджменту суб'єкта господарювання. Розглянуто етапи процесу реалізації фінансового ризик-менеджменту. Виокремлено та упорядковано типові порушення процесу його реалізації у розрізі етапів та рівнів відповідальності суб'єктів управління фінансовими ризиками.

Ключові слова: фінансовий ризик-менеджмент, етапи ризик-менеджменту, типові порушення процесу реалізації ризик-менеджменту.

Сьогодення ринкової економіки відзначається нестабільністю та волатильністю. Зміцнення позицій конкурентів, коливання курсів валют, зміни настроїв споживачів, недобросовісність контрагентів, нестабільність відсоткових ставок, некомпетентність працівників, зміни законодавства, посилення антагоністичних тенденцій на політичному полі, стихійні лиха - зазначені фактори формують ситуацію невизначеності, що може бути ідентифікована як особлива характеристика умов економічного середовища [5]. У свою чергу, невизначеність є джерелом ризику, що супроводжує підприємницьку діяльність, пов'язану з процесами цілепокладання та прийняття рішень [3, с. 83]. Все більше науковців та практиків займаються вивченням поняття «фінансовий ризик». Особливої актуальності на сьогоднішній день набуває питання ефективного управління ризиком. Серед них необхідно відзначити І. О. Бланка, В. В. Вітлінського, В. М. Гранатурова, Г. Б. Клейнера, Л. М. Тепмана, О. О. Терещенка.

Результати наукової роботи та практичної діяльності у сфері фінансового ризик-менеджменту втілено у численних рекомендаціях з організації процесу ризик-менеджменту та окремих його етапів, моделях прийняття рішень, системах ризик-менеджменту тощо.

Однак, слід зазначити, що результати впровадження наукових та практичних розробок не гарантують однозначно позитивного результату. Досвід роботи глобальних західних компаній, що, як відомо, є новаторами в управлінні ризиками, демонструє певні недоліки системи фінансового ризик-менеджменту, які можуть призвести до значних збитків або навіть краху. Підтвердженням цієї теорії є приклади з Alstom, Suez (Франція), Enron, WorldCom (США), Grundig (Німеччина), Parmalat (Італія), Swissair (Швейцарія).

Отже, на нашу думку, постає необхідність визначити та дослідити помилки, що виникають у процесі управління фінансовими ризиками.

Метою статті є виокремлення та упорядкування типових порушень, що з'являються в економіко-організаційних відносинах реалізації етапів фінансового ризик-менеджменту за рівнями відповідальності.

Зауважимо, що ризик-менеджмент є новоутвореною наукою, яка знаходиться у стані становлення. Така ситуація визначає умови постійного наукового пошуку. Відповідно погляди щодо управління фінансовими

ризиками з часом зазнають змін. Найвні наступні точки зору стосовно основної мети фінансового ризик-менеджменту:

- забезпечення оптимального балансу між прибутковістю та стабільністю бізнесу, фінансовою стійкістю [2, 11; 1, 104];
- цілеспрямований пошук і робота зі зниження рівня ризику, що орієнтована на одержання і збільшення прибутку в невизначеній господарській ситуації [6, 31; 7, 17];
- попередження фінансових проблем [8, 28];
- збереження ресурсів або отримання очікуваного доходу (вигоди) у повному обсязі в результаті прийнятого рішення [9, 137].

Аналіз зазначених тверджень приводить до висновку, що фінансовий ризик-менеджмент є складним багатоступеневим цілеспрямованим процесом, спрямованим не стільки на ліквідацію фактора ризику, скільки на побудову ефективного механізму, що забезпечує фінансову стійкість, сталість функціонування та отримання вигоди суб'єктом господарювання в умовах невизначеності та ризику.

Практика впровадження та функціонування систем ризик-менеджменту демонструє певні його недоліки. Спробуємо упорядкувати типові порушення процесу управління фінансовими ризиками відповідно до етапу фінансового ризик-менеджменту та рівня відповідальності суб'єкта управління.

Типологія помилок фінансового ризик-менеджменту наведена у таблиці 1. Розглянемо її докладніше.

Процес реалізації системи фінансового ризик-менеджменту укладено відповідно до певних етапів: ідентифікація ризиків, вибір значущих ризиків, вибір методу кількісної оцінки ризику, збір інформації, кількісна оцінка ризику, визначення допустимого рівня ризику, вибір методу мінімізації ризику, реалізація прийнятого рішення, моніторинг та контроль. Відповідальність за виконання етапів фінансового ризик-менеджменту покладено на суб'єктів управління ризиками. Залежно від поставленої задачі певного етапу фінансового ризик-менеджменту суб'єкти управління ризиком поділено на три рівні за ступенем їх відповідальності.

Первинним етапом процесу є ідентифікація ризиків. Відповідальність за поставлене завдання покладається на всі три рівні виконавців. При цьому слід зазначити,

що в силу специфіки функціонування кожного з суб'єктів управління ризиками, можливі різні варіанти порушень. Пересічні спеціалісти адміністративного департаменту через некомпетентність, халатність, неуважність та інші втілення людського фактору можуть не взяти до уваги вже відомі ризики компанії, ті, що вже виявлялись у процесі господарської діяльності. У свою чергу, менеджери середньої ланки не завжди зважають на можливість реалізації нових

нехарактерних для компанії ризиків через зайву легковажність, обмеженість мислення. Така помилка може бути продиктована переоцінкою можливостей діючої системи ризик-менеджменту, через що ризик-менеджери занадто покладаються на її абсолютну ефективність. Недоліки роботи топ-менеджерів компанії можуть бути виявлені при виборі стратегії функціонування та розвитку компанії, супутні ризики якої не враховано при остаточному прийнятті рішень.

Таблиця 1. Типологія помилок фінансового ризик-менеджменту

<i>Рівні відповідальності/ Етапи фінансового ризик-менеджменту</i>	<i>I рівень Топ-менеджмент компанії</i>	<i>II Рівень Менеджмент середньої ланки</i>	<i>III Рівень Виконавчий апарат адміністративного департаменту</i>
<i>Ідентифікація ризиків</i>	Визначення стратегії компанії без урахування супутніх ризиків	Ігнорування нових нехарактерних ризиків	Ігнорування відомих ризиків
<i>Вибір значущих ризиків</i>	-	Неправильно побудована карта ризиків	-
<i>Вибір методу кількісної оцінки ризику</i>	-	Застосування застарілих неефективних методів оцінки ризику	Не враховано недоліки діючого методу оцінки ризику
<i>Збір необхідної інформації</i>	Приховування важливої інформації від підлеглих	Не визначено необхідну (значущу) вихідну інформацію	Враховання неповної та/або недостовірної інформації
<i>Кількісна оцінка ризику</i>	-	Неправильне тлумачення результатів оцінки	Неправильно застосована методика оцінки ризику
<i>Визначення допустимого рівня ризику</i>	Неправильно враховано економічний потенціал компанії	Неправильно враховано поточні економічні можливості компанії	-
<i>Вибір методу мінімізації ризику</i>	Неправильно оцінено фінансовий потенціал компанії	Неправильно оцінені поточні фінансові можливості компанії	-
<i>Реалізація прийнятого рішення стосовно ризику</i>	-	Відсутність реальних механізмів застосування затверджених методів	Порушення в процесі реалізації програми з мінімізації фінансового ризику суб'єктивного характеру.
<i>Моніторинг та контроль</i>	Недосконала система відповідальності за порушення в процесі реалізації програми фінансового ризик-менеджменту	Несвоєчасна фіксація та коригування порушень у процесі реалізації програми фінансового ризик-менеджменту	-

Наступним етапом фінансового ризик-менеджменту є вибір значущих ризиків із усього спектру можливих, що загрожують суб'єкту господарювання. Основна роль у цьому питанні належить саме менеджерам середньої ланки. На основі сукупності можливих ризиків, які ідентифіковані підлеглими, та новими нехарактерними для компанії ризиками, що можуть з'явитися в процесі стратегічного цілепокладання, продиктованого вищим керівництвом, управлінці середньої ланки є відповідальними за складання всеохопної карти значущих ризиків. Недоліками реалізації цього завдання може бути некомпетентність виконавців у знанні та застосуванні методики.

При виборі методу кількісної оцінки ризику відповідальність за завдання покладено на виконавців другого та третього рівнів. Помилкою службовців адміністративного апарату у цьому питанні є автоматичне дотримання вже затвердженої інструкції без урахування недоліків діючої методики оцінки ризику. Одночасно недоглядом управлінців середньої

ланки у даному етапі є застосування неефективних у межах специфіки діяльності компанії методів оцінки ризику, і як наслідок, ігнорування останніх наукових розробок та інновацій цієї сфери. Не завжди можна повністю покладатися лише на результати розрахунково-аналітичних або економіко-статистичних методів оцінки ризику. У випадку визначення нововведень або інвестиційних проектів має сенс залучення експертів для проведення експертного методу оцінки як паралельного або основного.

У процесі збору необхідної інформації з метою використання обраного методу кількісної оцінки ризику реалізуються функції всіх трьох рівнів управління ними. Суттєвим недоліком з боку керівництва компанії може бути приховування важливої інформації стосовно майбутніх бізнес-домовленостей, диверсифікації виробництва, залучення коштів для реалізації нових інвестиційних проектів, зміни корпоративних прав та інше. Така ситуація може виникнути через недовіру до підлеглих або

неусвідомлення важливості інформації, яка має бути використана в процесі аналізу. У свою чергу, на управлінців другого рівня покладено відповідальність за ранжування інформації з метою виокремлення значущої, що дасть найбільш точні показники кількісної оцінки ризику при розрахунках. При цьому спеціалісти третього рівня відповідальності не мають права допустити помилки через халатність, недобросовісність або необережність та взяти до уваги всю необхідну інформацію, що визначена менеджерами середньої ланки. У іншому випадку кількісні показники будуть розраховані невірно, що може призвести до неочікуваних збитків.

Відповідальність за проведення якісних розрахунків покладено на спеціалістів третього рівня відповідальності. Основною проблемою в даному випадку може бути неправильне застосування методики розрахунку. Безумовно, сучасні інформаційні технології дозволяють суттєво полегшити та прискорити процедуру підрахунку, але виконавці повинні мати достатньо високий рівень кваліфікації для роботи з програмним забезпеченням. Також суттєвим недоліком даного етапу фінансового ризик-менеджменту є неправильне тлумачення отриманих розрахункових результатів з боку менеджерів середньої ланки.

При визначенні допустимого рівня ризику останні та топ-менеджмент компанії визначають необхідність та ефективність прийняття та реалізації того чи іншого рішення стосовно господарської діяльності в рамках співвідношення можливих збитків та вигод. При цьому недоліком роботи менеджерів середньої ланки є завищення або заниження економічних можливостей підприємства через недостатню обізнаність про поточні справи компанії. У свою чергу, недоглядом управлінців першого рівня відповідальності є завищення або заниження економічного потенціалу суб'єкта господарювання при прийнятті рішення через неоднозначні звіти менеджерів середньої ланки. Результатом реалізації зазначених порушень може бути прийняття занадто високих ризиків, що насправді не відповідає можливостям компанії, або ж відмова від ризиків, величина яких є допустимою для суб'єкта господарювання.

Наступним етапом процесу управління фінансовими ризиками є вибір методу їх мінімізації. Відповідальність за проведення зазначеного завдання покладено на виконавців першого та другого рівня. Порушенням при виборі методу мінімізації ризику з боку менеджерів середньої ланки є недостатня інформованість про поточний стан фінансових відносин компанії. Така ситуація призводить до завищення або заниження фінансового потенціалу компанії її керівниками. У випадку заниження фінансового потенціалу компанії загрожують невиправдані витрати на послуги страховиків, коли реальна фінансова ситуація дозволяє використовувати метод резервування. У протилежному випадку є вірогідність отримання значних збитків через прийняття рішення стосовно методу мінімізації ризику на користь самостраховування.

Завдання з реалізації прийнятого рішення стосовно мінімізації ризику покладено на управлінців другого та третього рівнів відповідальності. При цьому основним недоліком роботи спеціалістів адміністративного департаменту є порушення процесу реалізації затвердженої програми з мінімізації ризику через недобросовісність або низький рівень кваліфікації.

Недоробкою з боку менеджерів середньої ланки є недогляд щодо відсутності реальних можливостей та механізмів реалізації затверджених програм.

У приведеному переліку етапів фінансового ризик-менеджменту моніторинг та контроль посідають останнє місце. На практиці ж постоє необхідність безперервної реалізації зазначеної процедури протягом усього процесу управління фінансовими ризиками. Таким чином менеджери середньої ланки несуть безпосередню відповідальність за фіксацію наявних порушень та своєчасне втручання в процес ризик-менеджменту з метою коригування наявних помилок. З боку керівництва компанії необхідно доступно донести до підлеглих інформацію стосовно відповідальності за допущенні недоліки і порушення, а також систему преміювання за правильно проведену роботу, нові неординарні ідеї та пропозиції. Зазначені заходи сприятимуть заохоченню працівників до якісної та ефективної роботи, що зробить процес управління фінансовим ризикам на підприємстві більш результативним.

Відповідно до наведеної типології помилок фінансового ризик-менеджменту при ідентифікації ризиків виокремлено порушення при виборі стратегії компанії, неприйняття до уваги відомих та нехарактерних ризиків. При виборі значущих ризиків виникають недоліки, які стосуються неправильно побудованої карти ризиків. Для етапу вибору методу кількісної оцінки ризику характерні порушення щодо застосування неефективних методів оцінки або неврахування недосконалої діючого методу оцінки ризику. На етапі збору інформації суб'єкти управління ризиками роблять помилки, приховуючи важливу інформацію, визначаючи значущість інформації, враховуючи неповну або недостовірну інформацію. Процедура кількісної оцінки ризику припускає порушення щодо неправильного тлумачення результатів оцінки або неправильно застосованої методики оцінки. При визначенні допустимого рівня ризику суб'єкти управління можуть схибити, враховуючи майбутній економічний потенціал або поточні можливості компанії. На етапі вибору методу мінімізації ризику виникають помилки щодо оцінки фінансового потенціалу або поточних фінансових можливостей суб'єкта господарювання. При реалізації прийнятого рішення, яке стосується ризику, відбуваються порушення через відсутність реальних механізмів застосування затверджених методів або порушення в процесі реалізації програми з мінімізації фінансового ризику. Процедура моніторингу та контролю має супроводжувати всі етапи фінансового ризик-менеджменту. При цьому суб'єкти управління страждають через недосконалість системи відповідальності за наявні порушення та несвоечасної фіксації та коригування цих порушень.

Зазначена типологія помилок фінансового ризик-менеджменту відображає типові недоліки, що виникають у процесі організаційно-економічних відносин управлінців різного рівня відповідальності в рамках покладеного завдання. Слід зазначити, що наведений результат дослідження не є остаточним, оскільки фундаментальна теорія фінансового ризик-менеджменту не є абсолютно сформованою. Проте врахування порушень, які були виокремлені в процесі дослідження, сприятимуть удосконаленню системи фінансового ризик-менеджменту компанії.

Список літератури

1. Балашова, Н. Е. Построение системы риск-менеджмента в финансовой компании [Текст] / Н. Е. Балашова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – №4. – С.104-111.
2. Бусень, Л. Риск-менеджмент: проблемы организации [Текст] / Л. Бусень // Антикризисный менеджмент. – 2005. – № 4. – С.11-17.
3. Вітлінський, В. В. Ризикологія в економіці та підприємстві [Текст] / В. В. Вітлінський, Г. І. Великоіваненко. – К.: КНЕУ, 2004. – 480с.
4. Вітлінський, В. В. Системне використання об'єктивних і суб'єктивних показників ризику у фінансово-економічній сфері [Текст] / В. В. Вітлінський, Г. І. Великоіваненко, П. І. Верченко // Фінанси України. – 2000. – №12. – С.16-24.
5. Недосекин, А. Финансовый менеджмент на нечетких множествах [Электронный ресурс] / А. Недосеки. - М. : Аудит и финансовый анализ. – 2003. – 227с. Режим доступа до монографії: http://sedok.narod.ru/sc_group.html
6. Поляков, Р. Стратегічний ризик-менеджмент як нова парадигма управління бізнесом [Текст] / Р. Поляков // Фінансовий ринок України. – 2005. – 12. – С.30-32.
7. Савчук, В. Риск и неопределенность [Текст] / В. Савчук // Компаньон&Стратегии. – 2005. – №10 – С.12-21.
8. Терещенко, О. О. Антикризисный фінансовий менеджмент – вимога «нової економіки» [Текст] / О. О. Терещенко // Ринок цінних паперів України. – 2004. – №9-10. – С.25-32.
9. Токаренко, Г. С. Система риск-менеджмента компании [Текст] / Г. С. Токаренко // Финансовый менеджмент. – 2006. – №2 – С.133-143.
10. Федотов, Д. К. Комплексный поход к управлению рисками [Текст] / Д. К. Федотов // Финансовый бизнес. – 2007. – №9-10. – С.70-75.

РЕЗЮМЕ

Тимошенко Карине

Финансовый риск-менеджмент: типология ошибок

Рассмотрены организационно экономические отношения процесса управления финансовыми рисками компании. Определенно мету фінансового ризикового менеджмента суб'єкта ведення господарства. Рассмотрены этапы процесса реализации фінансового ризикового менеджмента. Выделены и упорядочены типичные нарушения процесса его реализации в разрезе этапов и уровней ответственности субъектов управления финансовыми рисками.

RESUME

Tymoschenko Karine

Financial risk management: a typology of errors

The organizationally economic relations of process of management of company financial risks are considered. Financial risk management of subject of ménage is considered. The stages of process of realization of financial risk management are considered. Typical violations of process of his realization are selected and well-organized in the cut of the stages and levels of responsibility of subjects of management financial risks.

Стаття надійшла до редакції 23.03.2011 р.

АНАЛІЗ МЕТОДІВ ТА МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено процес, мету, задачі, принципи, методи, механізми та систему управління інтелектуальним капіталом підприємства.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, метод управління інтелектуальним капіталом, механізм управління інтелектуальним капіталом.

В умовах швидких технологічних змін та динамічної конкуренції головним ресурсом підвищення конкурентоспроможності підприємства стає його інтелектуальний капітал (ІК). ІК все більше і більше визначає успіх підприємства і стратегію його розвитку. Зростає значення ІК у конкурентній боротьбі, розширення масштабів його використання, а також специфіка потребують виокремлення в корпоративному менеджменті особливого виду діяльності – управління ІК. Взаємодія стратегічного менеджменту підприємства та управління ІК веде до їх інтеграції, оскільки саме він повинен закладати основу стратегічного розвитку підприємства. Тенденції зростання і впливу також свідчать про актуальність розбудови стратегічного менеджменту ІК.

Проблематика управління ІК в сучасних умовах дуже складна і різнобічна. Різні аспекти досліджуваного питання розглянуті у доробку Л. Лукичової [2], О.Кендюхова [4], І. Журавльової [5], О. Морозова [11, 13], В. Іноземцева, Б.Леонтьєва [14] та ін. Значний внесок у дослідження різних аспектів формування і використання ІК внесли такі вчені, як С. Бандур, Д. Богиня, О. Грішнова, І. Петрова.

На сьогоднішній день управління ІК здійснюється у більшості випадків інтуїтивно та не пов'язується з економічними цілями, які переслідують підприємства. На це впливає недостатнє теоретичне вивчення питання та відсутність досвіду застосування аналітичних процедур у стратегічному менеджменті ІК в практиці вітчизняного господарювання. Тому проблема управління ІК підприємства є досить актуальною і потребує детального дослідження.

Метою статті є окреслення методів дослідження, механізмів та системи управління інтелектуальним капіталом підприємства.

Як зазначалось у наших попередніх дослідженнях, управління інтелектуальним капіталом – це процес внесення змін у параметри формування та використання ІК для досягнення підприємством поставлених економічних цілей [1, с. 50].

Схожої думки притримується і Л. Лукичова [2, с. 136], яка під процесом управління інтелектуальними активами (ІА) розуміє сукупність дій та заходів, спрямованих на забезпечення ефективного планування, організацію та контроль процесів формування, розвитку та використання ІА підприємства, а також мотивації процесів накопичення та примноження ІА.

Процеси формування та розвитку ІК докладніше розглянуті у роботі [3].

Говорячи про економічні цілі, які прагне досягти підприємство при управлінні ІК, можна визначити основну мету управління ІК, яка полягає у досягненні максимального результату від використання ІА при мінімізації затрат на ці активи, які виникають на різних стадіях розробки та реалізації наукомісткої продукції [4, с. 68].

При вивченні управління ІК підприємства, необхідно визначитися із об'єктом управління. Об'єктами стратегічного управління ІК підприємства є власник капіталу, споживачі, об'єкти інфраструктури, стратегія та складові ІК підприємства [5]. До структурних елементів ІК належить людський, структурний, споживчий капітал [6].

На думку О. Кендюхова [4, с. 68], інтелектуальна праця лежить в основі процесу управління ІК. З одного боку, інтелектуальна праця є характеристикою управління як виду діяльності, а з іншого – об'єктом управління, тому що інтелектуальна праця – сутнісна основа процесу створення інтелектуального продукту і відтворення ІК. Відповідно, управління інтелектуальною працею співробітників, які мають за об'єкти праці ІК (як засіб праці) й інтелектуальний продукт (як результат праці), є складовою частиною механізму управління цим ресурсом.

Вчений визначає інтелектуальну працю як цілеспрямовану інтелектуальну діяльність людини для створення, збереження або видозміни продуктів, надання послуг, накопичення і передачі інформації, що йдуть на задоволення матеріальних і духовних потреб [4, с. 57].

Зміст інтелектуальної праці формується під впливом двох головних параметрів, які можна виділити як головні ознаки її класифікації – ступеня креативності та кваліфікаційної складності інтелектуальної праці. Ступінь креативності трудової діяльності розрізняється залежно від частки елементів творчої та нетворчої інтелектуальної праці, які містяться в ній. Ступінь кваліфікаційної складності інтелектуальної праці визначається її структурою: змістом і кількістю складових її функціональних елементів (систематизація, аналіз, обґрунтування, розробка тощо), їхньою розмаїтістю, новизною, а також умовами виконання [4, с. 58].

Трішки іншої думки притримується Л. Лукичова, яка

вважає, що основним ресурсом формування ІА вважається інформація, а управління процесом формування та використання ІА значною мірою визначається рівнем управління інформаційними потоками, які циркулюють всередині організації та поза нею [2, с. 188]. Підсистема управління ІА покликана координувати процес руху інформації, яка утворює інформаційно-інтелектуальні ресурси та трансформується у результати інтелектуальної праці [2, с. 190].

Тобто інформаційний потік, який трансформується у продукти інтелектуальної праці та власне інтелектуальна праця лежать в основі процесу управління ІК.

Оцінка об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ) дозволяє визначити вартість продуктів інтелектуальної праці в грошовому еквіваленті [7]. Тобто управління інтелектуальною працею можна оцінити за допомогою її продуктів – ОІВ.

Усебічна характеристика інтелектуальної праці щодо кожного працівника і колективу слугує необхідною базою для оцінки відповідності персоналу вимогам, які випливають із цілей праці, у вирішенні завдань управління ІК підприємства [4, с. 60]. Отже, визначимося з основними завданнями управління ІК.

Завдання управління ІА [2, с. 136]: планування, організація, контроль та регулювання процесів створення і розвитку ІА; створення атмосфери інноваційного сприйняття, забезпечення розвитку співробітників та їх мотивація до накопичення та примноження ІА; створення організаційно-методичної бази управління ІА та умов для її ефективного використання; організація, контроль та регулювання процесу руху інформаційних потоків, які циркулюють всередині підприємства, а також між підприємством та зовнішнім середовищем; планування, організація та контроль процесу формування портфеля прав на ОІВ як інструменту регулювання товарних ринків; планування, організація, контроль і регулювання процесів використання ІА у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства.

Для виконання задач управління ІК, необхідно дотримуватись певних принципів. У своєму дослідженні Л. Лукичова виділяє наступні їх види: [2, с. 136]:

- Принцип орієнтації на досягнення результату.
- Принцип залежності від результату.
- Принцип однократної фіксації інформації у джерела.
- Принцип обробки інформації її генератором.
- Принцип координації процесу, що веде до загального результату.
- Принцип децентралізації при прийнятті рішення.
- Принцип встановлення контролю в процесі.

Управління ІК потребує створення організаційного механізму, який дозволяє відстежувати зміни в організації і сприяє розробці конкретних рекомендацій щодо ефективного управління його складовими, а також розкриттю додаткової інформації про склад ІА у примітках до фінансової звітності [8].

Взагалі будь-який механізм управління можна розглядати як систему елементів управління (цілей, функцій, методів, структури, суб'єктів управління) й об'єктів управління, в якій відбувається цілеспрямоване перетворення впливу елементів управління на необхідний стан або реакцію об'єктів управління і яка має вхідні передумови і результуючу реакцію [4, с. 71].

Під механізмом управління ІК О. В. Лапін [9] розуміє

«сукупність дій і заходів, спрямованих на забезпечення ефективного планування, організації та контролю процесів формування, розвитку та використання результатів інтелектуальної діяльності, а також мотивації процесів накопичення і зростання інтелектуального потенціалу».

Механізм управління ІК має, насамперед, організаційно-економічну природу, що робить гносеологічно і, відповідно, термінологічно правильну назву «організаційно-економічний механізм управління ІК» [10].

Таким чином, можна сформулювати визначення: організаційно-економічний механізм управління ІК підприємства є системою елементів (цілей, функцій, методів, організаційної структури і суб'єктів) та об'єктів (видів ІК) управління, в якій відбувається цілеспрямоване перетворення впливу елементів управління на необхідний стан або реакцію інтелектуальних ресурсів, яка має вхідні впливи у формі зовнішніх вимог і результуючу реакцію у вигляді економічного ефекту [10].

Головне завдання організаційно-економічного механізму управління ІК --- забезпечити його ефективне використання і розвиток. Диференціація основної функції, перехід до окремих завдань є найважливішим методологічним питанням. Відповідно, з огляду на головне завдання, призначення організаційно-економічного механізму управління ІК повинне полягати у: формуванні системи управління ІК підприємства і забезпеченні її адекватності зовнішнім і внутрішнім умовам діяльності підприємства; забезпеченні ефективного функціонування ІК; відтворенні ІК; раціональному використанні всіх видів ІК; реалізації стимулів, спрямованих на ефективне використання і відтворення ІК; створенні нормативної бази управління ІК з метою обґрунтування управлінських рішень, які приймаються; розподілі обов'язків між суб'єктами управління ІК.

Як і будь-яка система управління, організаційно-економічний механізм управління ІК складається з двох підсистем - керуючої та керованої, які перебувають у діалектичному взаємозв'язку. У даному випадку керована підсистема представлена ІК і його функціями. Розуміння методу управління ІК враховує ці дві підсистеми.

Метод управління ІК – це цілеспрямований порядок діяльності управляючої підсистеми і використання управлінських ресурсів щодо керованої підсистеми (видів ІК) при дотриманні встановлених умов і обмежень [4, с. 78].

В організаційно-економічному механізмі управління ІК існують такі методи управління [4, с.79]:

- Організаційні (визначення структури, цілей, завдань та функцій органів управління ІК; затвердження адміністративних норм та нормативів у сфері управління ІК; видання наказів та розпоряджень; інструктування; відбір, підбір та призначення кадрів управління ІК; розробка посадових інструкцій; затвердження методик та рекомендацій; розробка іншої регламентуючої документації; встановлення адміністративних санкцій та заохочень тощо).
- Економічні (інвестування в ІК; ринкові завдання з використання ІК; виробничі завдання з використання ІК; обмеження з використання ресурсів; ціноутворення на інтелектуальні ресурси; матеріальне стимулювання праці суб'єктів

управління ІК; витрати на просування торговельних марок; витрати на матеріальне стимулювання лояльності тощо).

- Соціально-психологічні (формування корпоративних цінностей, принципів та норм поведінки з метою підвищення творчої активності; створення творчої атмосфери у колективі; позиціонування та іміджеві рекламування торговельної марки (відносно до марочного капіталу); психологічний вплив на клієнтів з метою їх утримання (відносно до клієнтського капіталу); заходи PR тощо).
- Правові (застосування законів та інших нормативно-правових актів із захисту авторських прав, прав інтелектуальної власності на торговельні знаки, промислові зразки, винаходи тощо; застосування правових актів захисту прав інтелектуальної власності до регламентації відносин між суб'єктами управління ІК і його власниками, а також до захисту від недобросовісної конкуренції та інтелектуального піратства).

Організаційно-економічний механізм управління ІК повинен передбачати раціональне сполучення відповідних методів управління, яке у свою чергу має забезпечити ефективну реалізацію функцій ІК і досягнення поставлених цілей [4, с. 81].

Виходячи з того, що процес управління ІК здійснюється за допомогою інтелектуальної праці, ми вважаємо, що мотиваційний механізм останньої є важливим елементом організаційно-економічного механізму управління ІК підприємства.

Мотиваційний механізм інтелектуальної праці – це сукупність закономерних зв'язків і відносин, що визначають перехід від актуалізованих потреб (інтересів) індивідів, що реалізуються за допомогою трудової інтелектуальної діяльності, до трудової поведінки [4, с. 81-82].

Оскільки найважливішою характеристикою, організаційно-економічного механізму управління є саморегульованість, самонастроюваність, це передбачає постійну оцінку ефективності управління і виконання корегуючі дії за результатами цієї оцінки. Тому ключовим елементом цього механізму є система оцінки ефективності управління, яка є основою для ухвалення управлінських рішень.

Отже, організаційно-економічний механізм управління ІК є саморегульованою системою елементів управління (суб'єктів управління, цілей, функцій, структури управління, методів управління ІК, критеріїв та методів оцінки ефективності управління ІК), у якій відбувається цілеспрямоване перетворення впливу елементів управління на необхідний стан або реакцію ІК і яка має вхідні впливи у формі зовнішніх вимог і вихідну реакцію у вигляді результатів використання і відтворення ІК [4, с. 82].

Так як головне призначення механізму управління ІК – формування системи управління ІК підприємства, розглянемо її структуру детальніше.

Система управління ІК – сукупність стратегічно узгоджених і пов'язаних між собою методів і засобів управління ІК, спрямована на збільшення вартості та результативності ІК і бізнесу загалом [11, с. 43; 12].

Впровадження систем управління ІК для реалізації в економіці підприємств досліджено О. Морозовим [11, 13]. Згідно з його поглядами, таке впровадження приведе до чіткого розуміння суті ІК у керівників підприємств і дозволить використовувати його як

ефективний ресурс економічного розвитку та отримання додаткової вартості, дасть можливість розробити стратегію та систему управління ІК підприємств і примусить інвентаризувати чинну систему захисту прав інтелектуальної власності.

Розробка і впровадження системи управління ІК дає можливість підприємству самостійно створювати ОІВ, залучати власні та сторонні ОІВ в господарський оборот, ефективно використовувати їх як ресурс, а також захищати їх від нерівномірного використання для одержання додаткового доходу, забезпечення інвестиційної привабливості та конкурентних переваг підприємства [11, с. 43-44].

Взаємодія стратегічного менеджменту підприємства та управління ІК веде до їх інтеграції, оскільки ІК повинен лежати в основі стратегічного розвитку підприємства. Тенденції зростання і впливу ІК також свідчать про актуальність розбудови стратегічного менеджменту ІК. Саме використання ІК підприємства дозволяє подолати негативні чинники нестабільного зовнішнього середовища.

Існують наступні передумови організації самостійної системи управління ІК в складі системи управління підприємством [2, с. 179]:

- Різноманіття форм і видів ІА наукомісткого підприємства.
- Необхідність розробки стратегії і тактики в області управління ІК.
- Широкий перелік функцій управління ІК.
- Значна кількість служб, підрозділів і контрагентів підприємства, які беруть участь у процесі генерації і перетворення інформації про ІА.
- Необхідність координації взаємодії служб, підрозділів і контрагентів підприємства, що беруть участь в процесі управління ІА.
- Специфіка інструментів і методів управління ІК.
- Висока дохідність угод з ОІВ.
- Високий ризик виникнення недобросовісної конкуренції.
- Розуміння керівниками наукомістких підприємств необхідності розвитку процесів управління ІК.

На думку Леонтьєва [14, с. 155-156], система управління ІК має включати такі підсистеми: управління асортиментом і якістю виробів і їх попитом, управління ефективністю технологій виробництва і реалізацією виробу, управління вартістю капіталу, управління майновими та немайновими правами.

Проте сучасні підприємства вимагають виділення інших підсистем [2, с. 183; 9]:

- Підсистема управління НДДКР і технологічними інноваціями.
- Підсистема управління організаційно-методичною базою управління ІА.
- Підсистема управління зовнішньою інформацією і комунікаціями.
- Підсистема управління комерціалізацією ІА і оцінювальною діяльністю.
- Підсистема управління інноваційним потенціалом і розвитком співробітників.
- Підсистема управління внутрішньою інформацією і комунікаціями.
- Підсистема управління портфелем прав на ІА.

Більшість функцій управління ІК виконується патентно-інформаційними, маркетинговими,

фінансовими та іншими підрозділами вітчизняного підприємства, в той час, як західні фірми прагнуть забезпечити інтеграцію та координацію базових функцій управління шляхом створення особливого підрозділу чи відділу, який займається виключно питаннями управління ІК.

Створення такого підрозділу дозволяє сконцентрувати всі базові функції в рамках однієї структурної одиниці, підвищуючи тим самим обґрунтованість прийняття управлінських рішень на всіх етапах створення та використання ІА за рахунок оптимізації циркуляції відповідних інформаційних потоків всередині підприємства і за його межами [2, с. 212].

Однак, незалежно від того, планує підприємство створити окремий підрозділ, який займається управлінням ІК, чи вирішує розділити функції управління між існуючими підрозділами, воно повинне забезпечити ефективне управління ІК.

Одним з основних нових підходів є застосування у системі управління ІК одного з найбільш перспективних стратегічних підходів – концепції синергії. Потенційні переваги від використання синергії в стратегічному управлінні ІК можуть втілюватися у покращенні як якісних (компетентність персоналу, лояльність клієнтів, якість товару, ділова репутація організації, популярність торгової марки), так і кількісних (додана вартість, рентабельність, платоспроможність, ліквідність) показників у різних сферах економічної діяльності підприємства [15].

Показники, за якими можна встановити наявність синергетичних зв'язків, в загальному класифікують на такі, що на даний час не піддаються методам математичного аналізу та переважно аналізуються з точки зору якісних змін (ефективність управління, досвід, якість, ризик, психологічна атмосфера та мотивація в компанії), та такі, що мають певне математичне вираження (економічні, фінансові, технологічні показники). По суті, перша група показників формує фактори впливу на другу групу показників, і результати такого впливу можуть з'явитися протягом досить тривалого періоду. До кількісних показників діяльності підприємств відносять такі їх категорії:

- Фінансові, що містять показники прибутковості, ліквідності, ділової активності, кредитоспроможності, оборотності, вартості, росту.
- Техніко-економічні – продуктивність, матеріаломісткість, капіталомісткість, обсяги виробництва та збуту, частка доданої вартості, рівень витрат тощо.
- Ринкові – частка ринку, конкурентний статус, лояльність клієнтів.

Різноспрямований вплив ІК на стан і діяльність підприємства зумовлюють його спроможність покращувати широке коло господарчих показників. Тому управління ІК як інструмент вирішення актуальних проблем сучасних підприємств може бути рекомендовано для фірм різних галузей і масштабів діяльності. При цьому слід очікувати на такі позитивні ефекти [16]:

- зростання конкурентоспроможності як окремих товарів (за рахунок росту якості, більш повного пристосування товару до потреб споживачів, налагодження збутових мереж), так і всього підприємства;

- удосконалення робочих процесів, внаслідок чого спостерігатиметься збільшення продуктивності праці й зменшення витрат матеріальних, фінансових ресурсів та ресурсів часу;
- зростання обсягів виробництва, а як наслідок - показників валових витрат та прибутку, більш ефективне використання знань персоналу та інтелектуальної власності, що сприятиме уникненню дублювання витрат на придбання інформації й технологій;
- зростання довіри банків через покращення формальних фінансових результатів (як наслідок, підприємству стають доступними більш надійні банки та менш дорогі позики);
- збільшення інвестиційної привабливості підприємства, оскільки більш ясними стають перспективи його розвитку (зростає ринкова вартість акцій, розширюється коло потенційних інвесторів);
- зменшення розміру витрат від браку (через удосконалення виробничих процесів), а також обсягу непрямих витрат від незадоволеності клієнта продуктом та сервісом;
- прискорення процесу укладання договорів і покращення їхніх умов як за ціновими показниками, так і за показниками, що характеризують довіру партнерів до підприємства (умови оплати, гарантії та ін.);
- отримання можливості обирати кращих постачальників і мережі збуту за рахунок підвищення ділової репутації підприємства;
- покращення фінансового стану та обізнаності у наявних цінностях і ресурсах, що робитиме підприємство більш стійким до конкурентного тиску і кризових явищ в економіці.

Проте успішне досягнення вказаних потенційних ефектів потребує подальших досліджень і розробки науково-практичних рекомендацій. Зокрема, подальшого дослідження вимагають питання пристосування існуючих систем управління ІК до специфічних потреб українських фірм. Окрім того, потребують розвитку окремі аспекти обліку інтелектуальних ресурсів, введення їх у господарський оборот, а також практичні методики спрямування інтелектуальних цінностей на вирішення актуальних проблем вітчизняних підприємств.

Отже, проведені дослідження виявили, що інтелектуальна праця та інформаційний потік, який трансформується у продукти інтелектуальної праці, лежать в основі процесу управління ІК, а оцінка ОІВ дозволяє отримати вартість продуктів інтелектуальної праці в грошовому еквіваленті. Аналіз організаційно-економічного механізму управління ІК дав змогу визначити, що мотиваційний механізм інтелектуальної праці та система оцінки ефективності управління є ключовими елементами даного механізму, які потребують подальшого детального вивчення для застосування їх на практиці. Розгляд основних методів управління ІК виявив, що механізм управління ІК повинен передбачати раціональне сполучення відповідних методів, які мають забезпечити ефективну реалізацію функцій ІК і досягнення поставлених економічних цілей. Дослідження системи управління ІК дало змогу визначити передумови організації самостійної системи управління ІК на підприємстві, а

також виявити, які підсистеми обов'язково мають включатись у систему управління ІК підприємства. Проведене дослідження визначило необхідність використання у системі управління ІК концепції синергії та використання економічних показників, за якими можна встановити наявність синергетичних зв'язків. Так як головною проблемою у сфері ІК є його формування на підприємстві, оптимізація менеджменту, підвищення обґрунтованості і оперативності управлінських рішень, тому подальші дослідження будуть пов'язані із розробкою методичного підходу до моделювання оцінки та процесів управління ІК з використанням синергетичного підходу.

Список літератури

1. Ткач, І. І. Дослідження сутності інтелектуального капіталу [Текст] / І. І. Ткач, А. Ю. Мазарчук, // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2010. - № 5. – Т.3. – С. 50-53.
2. Лукичєва, Л. И. Управление интеллектуальным капиталом : [учеб. пособие] / Л. И. Лукичєва. – 2-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2008. – 552 с.
3. Ткач, І. І. Дослідження формування та розвитку інтелектуального капіталу підприємства [Текст] / І. І. Ткач // Матеріали щорічної Internet-конференції студентів та молодих вчених «Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність» (10 грудня 2010 р.). – Харків: Харківський політехнічний інститут, 2010. – С. 134-137.
4. Кендюхов, О. В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом [Текст] : монографія / О. В. Кендюхов ; НАН України. Інститут економіки промисловості; ДонУЕП, 2008. – 363 с.
5. Журавльова, І. В. Бізнес-моделювання стратегічного управління інтелектуальним капіталом [Текст] / І. В. Журавльова // Вісник економіки транспорту та промисловості. – 2009 - № 28. – С. 142-146.
6. Ткач, І. І. Аналіз структури інтелектуального капіталу підприємства [Текст] / І. І. Ткач, А. Ю. Мазарчук // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2010. – № 6. – Т.4. – С.336-339.
7. Ткач, І. І. Дослідження основних підходів до вартісної оцінки нематеріальних активів та інтелектуальної власності підприємства [Електронний ресурс] / І. І. Ткач. – Режим доступу: <http://intkonf.org/tkach-ii-doslidzhennya-osnovnih-pidhodiv-do-vartisnoyi-otsinki-nematerialnih-aktiviv-ta-intelektualnoyi-vlasnosti-pidpriemstva/>
8. Ступнікер, Г. Л. Інтелектуальний капітал як основа розвитку вітчизняних промислових підприємств [Текст] / Г. Л. Ступнікер // Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2008. – № 12. – С. 40-43.
9. Організаційно-економічні основи підвищення ефективності використання інтелектуального капіталу промислових підприємств: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Лапін О. В.; Одес. держ. екон. ун-т. - О., 2006. - 19 с.
10. Матіїв, І. М. Особливості удосконалення управління підприємством у сучасних умовах [Електронний ресурс] / І. М. Матіїв. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/30_NNM_2010/Economics/68211.doc.htm.
11. Морозов, О. Система управління інтелектуальним капіталом підприємства як механізм захисту прав інтелектуальної власності (ч. 1) [Текст] / О. Морозов // Інтелектуальна власність. – 2008. – № 1. – С. 43-52.
12. Блізніченко, М. О. Управління інтелектуальним капіталом підприємства [Електронний ресурс] / М. О. Блізніченко, З. І. Марченко. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/soc_gum/Pav/2009_13/13-12.pdf
13. Морозов, О. Система управління інтелектуальним капіталом підприємства як механізм захисту прав інтелектуальної власності (ч. 2) [Текст] / О. Морозов // Інтелектуальна власність. – 2008. – № 2. – С. 29-39.
14. Леонтьев, Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе [Текст] / Б. Леонтьев. – М. : Издательский центр «Акционер», 2002. – С. 200.
15. Поповиченко, І. В. Стратегічні підходи до управління інтелектуальним капіталом [Текст] / І. В. Поповиченко, Г. Л. Ступнікер // Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія «Економічні науки». – Випуск 22. – С.110-113.
16. Кравченко, С. І. Генезис характеру впливу інтелектуального капіталу на ефективність діяльності суб'єктів господарювання [Електронний ресурс] / С. І. Кравченко, О. В. Корнєва. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/soc_gum/tpe/2009_20/Zb20_17.pdf.

РЕЗЮМЕ

Ткач Інна

Анализ методов и механизмов управления интеллектуальным капиталом предприятия

Определено процесс, цель, задания, принципы, методы, механизмы и систему управления интеллектуальным капиталом предприятия.

RESUME

Tkach Inna

Analysis of management methods and mechanisms of the intellectual capital of enterprise

The management process, goal, task, principles, methods, mechanisms and system of the enterprise intellectual capital are investigated in the article.

Стаття надійшла до редакції 04.03.2011 р.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ДОРОЖНЬОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ ЯК СКЛАДОВА ЙОГО ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Розглянуто необхідність впровадження, напрямки здійснення та особливості фінансування інновацій у дорожньому господарстві України як невід'ємної складової його інвестиційно-інноваційної привабливості.

Ключові слова: інновації, фінансування, методика, оцінка, ефективність, ефект.

Сьогодні, говорячи про шляхи та напрями підвищення рівня розвитку та інвестиційно-інноваційної привабливості дорожнього господарства України, необхідно наголосити, що його фінансування повинно здійснюватись у нових, прогресивних формах, оскільки вкладення коштів у морально застарілі засоби виробництва не буде забезпечувати підвищення показників ефективності діяльності підприємства. Втілення нововведень, застосування нових винаходів і відкриттів, здійснення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, безперечно здатне забезпечити якісні зміни як структурних підрозділів, так і дорожнього господарства в цілому.

Дослідженням інвестиційної привабливості підприємств займається значна кількість вітчизняних та зарубіжних вчених: І. В. Андел [1], Т. В. Охлопка [3], Г. В. Рачинська [5], В. Рожелюк [6], П. Селецький [7], Є. Ю. Терещенко [8], В. М. Хобта [9], О. М. Ястремська [10], а також О. В. Коник, Л. С. Лісовська, А. В. Мешков, Н. Хархут та ін. Проте їх наукові розробки не охоплюють повного спектра проблем, пов'язаних з підвищенням інвестиційно-інноваційної привабливості сфери автодорожнього господарства, що зумовлює потребу розгляду зазначеної проблеми.

Необхідність впровадження інноваційних розробок підтверджується і Державною програмою розвитку автомобільних доріг загального користування на 2007-2011 роки, а також ряд спеціальних програм дорожнього будівництва, внесених у план підготовки до Євро-2012 [4].

Метою нашої статті є визначення напрямків та особливостей здійснення інноваційної діяльності підприємств дорожнього господарства України.

Особливою проблемою стосовно залучення інвестиційних коштів у підприємства дорожнього господарства є те, що вкладення коштів у будівництво та експлуатацію доріг суттєво відрізняється від інвестування у деякі інші галузі (наприклад, у легку чи харчову промисловість). За рахунок того, що обсяги фінансування і терміни окупності подібних проектів перебільшують аналогічні по інших галузях на кілька порядків. Так, наприклад, один кілометр магістральної автомобільної дороги європейського рівня коштує 12-18 млн. грн. Тільки будівництво 250 км. дороги Київ – Одеса за параметрами першої категорії складає близько 5,4 млрд. грн., при цьому мережа вітчизняних автодоріг становить майже 170 тисяч кілометрів (96,7% яких мають тверде покриття), а дві третини всіх цих доріг –

четвертої та п'ятої категорій. При цьому показник щільності автомобільних доріг в Україні дорівнює 0,28 км/км², порівняно із країнами Європи, як Німеччина, де цей показник становить 2,0 км/км², Франція (1,46 км/км²) чи Польща (1,15 км/км²) [7].

За висновками експертів, у тому числі зарубіжних, загальний технічний стан автомобільних доріг та мостів не повною мірою відповідає сучасним вимогам. Особливо це стосується мостів, кількість яких на дорогах загального користування складає понад 16 тисяч. Загальна їх довжина – 365 кілометрів, причому більшість (52 відсотки) побудовано за технічними нормами, що діяли до 1962 року. Нині як за вантажопідйомністю, так і за габаритами проїзної частини ці мости не відповідають вимогам сучасних нормативів, а 420 з них потребують негайного капітального ремонту чи реконструкції [7].

Варто зазначити, що джерелами фінансування науково-технічних розробок та інноваційних проектів дорожнього господарства України виступають: 1) власні кошти замовників та виконавців проекту – прибутки, накопичення, амортизаційні відрахування та інші види активів; 2) залучені кошти із внутрішніх та зовнішніх джерел (одержані від продажу акцій, благодійні кошти, кошти, що виділяються холдинговими, акціонерними компаніями, промислово-фінансовими групами); 3) асигнування з державного і місцевих бюджетів, централізованих позабюджетних фондів; 4) іноземні інвестиції у формі фінансової чи іншої участі в розробці і реалізації інновацій - прямих вкладень, а також участі в статутному фонді спільних підприємств; 5) запозичені кошти, у тому числі кредити, що надаються державою, кредити іноземних інвесторів, облігаційні позики, кредити банків та інших інвесторів – інвестиційних фондів і компаній, страхових організацій, пенсійних фондів та ін.

При цьому, незважаючи на таку диверсифікацію можливостей залучення інвестиційних коштів, через незадовільне фінансування в останні роки порівняно з рівнем 1990 року суттєво скоротилися обсяги робіт: з будівництва – в 30 разів, капітального ремонту – в 38 разів, середнього ремонту – в 3,5 рази. В результаті такого браку фінансових ресурсів, термінового ремонту потребує 82 тисячі кілометрів з капітального і 68 тисяч кілометрів із середнього ремонту доріг. За результатами досліджень науковців Харківського національного автомобільно-дорожнього університету, через погіршення стану доріг щорічно економіка України

втрачає близько 20 млрд. грн. валового внутрішнього продукту (або 8% ВВП) [7].

З метою оцінки ефективності впровадження інноваційних проектів Державною службою автомобільних доріг України розроблена Методика визначення ефективності витрат на наукові дослідження, розробки та їх впровадження у дорожньому господарстві, здійснена на базі Методики визначення ефективності витрат на наукові дослідження і розробки та їх впровадження у виробництво, що затверджена Міністерством економіки та з питань європейської інтеграції України, Міністерством фінансів України (наказ № 218/446 від 25 вересня 2001 року) й конкретизує та обґрунтовує загальні засади з урахуванням специфіки діяльності

дорожнього господарства.

Ця методика призначена для встановлення ефективності прикладних науково-технічних розробок як потенційних інновацій на всіх стадіях їх життєвого циклу – наукових досліджень, проектно-конструкторських розробок, створення дослідних зразків, їх випробування та впровадження у виробництво [2].

Для визначення результатів наукових досліджень використовуються наступні показники: науково-технічний рівень, перспективність, потенційний масштаб практичного використання, ступінь ймовірності досягнення позитивних результатів НДДКР, при порівнянні отриманих результатів з існуючими аналогами – ознаками відповідно до таблиці 1.

Таблиця 1. Орієнтовна шкала балів та коефіцієнтів важливості показників оцінки науково-технічного рівня результатів НДДКР [2]

№	Показники	Ознаки показників	Кількість балів	Коефіцієнт важливості j-го показника науково-технічного ефекту (НТЕ)
1	Науково-технічний рівень	Перевищує кращі світові аналоги	10	0,35
		Відповідає світовому рівню	7 - 9	
		Нижче кращих світових аналогів	5 - 6	
		Перевищує кращі вітчизняні аналоги	3 - 4	
		Відповідає вітчизняному рівню	1 - 2	
		Нижче вітчизняного рівня	0	
2	Перспективність	Першочергова важливість	10	0,35
		Важливі	5 - 7	
		Корисні	1 - 3	
3	Потенційний масштаб практичного використання	Світовий ринок	10	0,2
		Галузі національної економіки	7 - 8	
		Галузь (регіон)	3 - 5	
		Окреме підприємство (об'єднання)	1 - 2	
4	Ступінь ймовірності досягнення позитивних результатів НДДКР	Великий (значний)	10	0,1
		Помірний (середній)	5 - 6	
		Малий (слабкий)	1 - 3	

При цьому, інвестиціями, що спрямовуються на інноваційні проекти, можуть бути охоплені як повний науково-технічний та виробничий цикл створення нового виду продукції (послуг) або його удосконалення, так і його окремі стадії: наукові дослідження, проектно-конструкторські роботи, випробування дослідних зразків, підготовка виробництва до їх освоєння та організація випуску нової продукції, а об'єктами інноваційних інвестицій можуть бути окремі науково-технічні розробки, а також науково-технічні програми, до складу яких входять об'єднані єдиною метою інноваційні проекти [2].

Для оцінки науково-технічного рівня результатів НДДКР дорожнього господарства варто відібрати декілька найбільш істотних технічних параметрів, у яких найбільш зацікавлені майбутні користувачі технології, продукції, послуг, способів виконання робіт. Зокрема, це може бути продуктивність, надійність в експлуатації, енерго- і матеріаломісткість, показники ергономічності та екологічності тощо. Інші параметри (особливо технічні) повинні знаходитися у межах певних стандартів чи загальноприйнятого рівня і використовуватися в оцінці як обмеження.

Результати визначення ефективності науково-

дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) дорожнього господарства мають використовуватися для вирішення наступних завдань:

- вибір основних напрямів досліджень і розробок та прогнозів ефективності від їх реалізації;
- відбір проектів і завдань для включення в галузеві науково-технічні програми та програми розвитку окремих підприємств;
- формування інноваційних програм та проектів, визначення масштабів використання завершених розробок у виробництві;
- визначення фактичної економічної ефективності використання науково-технічних розробок у виробництві, у тому числі їх впливу на соціально-економічний стан виробничих суб'єктів та економіку країни;
- оцінка діяльності науково-дослідних і проектних організацій [2].

В умовах ринкової економіки розширюється діапазон оцінки ефективності науково-технічних розробок, а отже збільшується кількість основних видів ефективності НДДКР, які необхідно визначити з метою цієї оцінки. До них належать:

- науково-технічний ефект (підвищення науково-

технічного рівня, поліпшення параметрів техніки і технологій, що впливає з відкриття нових законів та закономірностей у природі, а отже і нових технологічних засобів виробництва речовин, матеріалів та видів продукції);

- економічний ефект полягає в отриманні економічних результатів від науково-технічних розробок як в цілому для дорожнього господарства, так і для кожного виробничого суб'єкта;
- соціальний ефект – відображає зміни умов діяльності людини в суспільстві. Його вияв спостерігається в змінах характеру та умов праці, підвищенні життєвого рівня працівників, поліпшенні побутових умов, розширенні можливостей духовного розвитку особистості;
- екологічний ефект полягає в позитивних змінах навколишнього середовища, що зумовлені застосуванням технічних нововведень: зниження викидів в атмосферу, ґрунт, воду шкідливих речовин, підвищення екологічності продукції;
- економічна ефективність як економічна категорія характеризується відношенням корисного результату (ефекту) до витрат на його одержання;
- економічна ефективність створення та впровадження розробок характеризується відношенням суми усіх ефектів, а саме науково-технічного, економічного, соціального, екологічного, до загальних витрат на їх отримання.

Оцінка науково-технічного рівня результатів НДДКР підприємств дорожнього господарства містить виконання наступних етапів:

- визначення сукупності необхідних нормативно-правових документів, що відображають вимоги до нової продукції, особливо в частині екології, безпеки, які обов'язкові в країнах її можливого продажу та у фірмах-конкурентах, міжнародні вимоги;
- визначення переліку технічних і техніко-економічних показників, необхідних для оцінки науково-технічного рівня;
- формування групи аналогів, що реалізуються на світовому (вітчизняному) ринках, і встановлення значень їх техніко-економічних показників:

а) при оцінці науково-технічного рівня принципово нової продукції (техніки, технології), параметри якої можуть значно змінюватися порівняно з базовою, до групи аналогів включаються перспективні і експериментальні зразки, надходження яких на ринок прогнозується на період випуску оцінюваної продукції. Значення показників науково-технічного рівня перспективних зразків прогнозується на період випуску продукції, що розробляється в рамках НДДКР;

б) у разі оцінки продукції, яка створюється для модернізації тієї, що випускається та експлуатується, за аналогі беруться зразки, що вже реалізуються на ринку фірмами-конкурентами. Значення їх параметрів передбачені у відповідній технічній документації. При цьому не допускається використання в якості аналогів експериментальних чи рекламних зразків, ще не освоєних у виробництві;

в) аналогом для порівняння необхідно брати такий продукт, випуск якого лише розпочався, або (якщо мова йде про технологію чи матеріал) застосовується в останні 2 - 3 роки;

г) для кожного аналога повинні бути встановлені значення однакових оціночних показників;

д) похибки в значеннях кожного показника приймаються однаковими для всіх аналогів;

- зіставлення значень параметрів майбутньої нової продукції, що буде одержана в результаті виконання НДДКР, з вимогами нормативних документів (міжнародних, національних, галузевих стандартів) і параметрами аналогів. Невідповідність будь-якого з показників вимогам стандартів означає неможливість продажу продукції в зоні дії цього стандарту [2].

Для взаємозв'язку з показниками економічної ефективності визначається вплив змін у технічних параметрах на окремі поточні витрати виробництва, що призводить до отримання додаткового прибутку за рахунок економії витрат електроенергії, матеріальних складових, зменшення збитків під час простою за причиною несправності техніки, витрат на її ремонт, отримання додаткового прибутку за рахунок нецільового використання та здачі в оренду науково-технічних розробок при неповному завантаженні у виробничому процесі.

Основними видами соціальних наслідків проектів, що визначаються в межах його ефективності, є зміни:

- структури виробничого персоналу та його кваліфікації (зміни кількості робочих місць на об'єкті, де впроваджується технічне нововведення, зменшення чисельності працівників, зайнятих шкідливими видами праці; зміни чисельності працівників різної кваліфікації, та тих, які потребують її підвищення).
- санітарно-гігієнічних та психологічних умов праці (виробничого мікроклімату (температура повітря, вологість), стану повітряного середовища (запиленість, забрудненість хімічними речовинами), виробничого середовища (шум, вібрація, ультразвук, освітлення, контакт з водою, олівами, токсичними речовинами). психологічного та естетичного стану процесу праці (комфорт на робочому місці, виробнича естетика).
- рівня здоров'я працівників (характеризуються скороченням виплат допомоги з тимчасової непрацездатності, в зв'язку з безробіттям, на лікування працівників від професійних хвороб та хвороб, спричинених забрудненням навколишнього середовища, та з втратами потенційного доходу під час хвороби працівників) [2].

При оцінці науково-технічного рівня майбутнього використання результатів усієї сукупності НДДКР, виконаних науковою організацією, необхідно враховувати їх вплив на підвищення показників науково-технічного рівня виробництва в галузі, регіоні, економіці країни.

Виходячи з проведеного дослідження, ми вважаємо, що підприємства дорожнього господарства України терміново потребують розробки та впровадження системи оціночних показників, що дали б змогу визначити фінансовий стан та виявити власні фінансові резерви, спрямовані на підвищення рівня їх інвестиційно-інноваційної привабливості і, відповідно, сприяти залученню інвестиційних ресурсів необхідних як для розширення матеріально-технічної бази дорожнього господарства, так і інноваційних розробок. При цьому, до альтернативних джерел фінансування, що сприятимуть фінансовому зростанню автодорожніх підприємств України, слід зарахувати взаємовигідні можливості отримання банківських кредитів для

здійснення будівництва автомобільних доріг, надання пільгових цільових кредитів за рахунок державного бюджету, надання фінансових ресурсів за рахунок тимчасово вільних коштів страхових компаній, грошових вкладів населення, позики під гарантії держави, звільнення від орендної плати за користування земельною ділянкою для здійснення будівництва автомобільної дороги та надання певних переваг щодо сплати концесійних платежів, загальнодержавних податків і зборів.

Список літератури

1. Андел, І. В. Рейтингова оцінка інвестиційної привабливості галузей економіки регіонів з урахуванням фінансових показників функціонування підприємств [Текст] / І. В. Андел // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.4. – С. 172-179.
2. Методика оцінки ефективності інноваційних проектів М 218-02071168-603:2006 / Державна служба автомобільних доріг України (Укравтодор). – Київ. – 2006.
3. Охлопкава, Т. Л. Фінансовий стан як ключова складова інвестиційної привабливості підприємства [Текст] / Т. Л. Охлопкава // Вісник Нац. Ун-ту «Львівська політехніка». – Серія: Проблеми економіки та управління: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів, 2008. – № 628. – С. 253-258.
4. Про затвердження Державної програми розвитку автомобільних доріг загального користування на 2007 - 2011 роки / Постанова Кабінету Міністрів України від 3 серпня 2005 р. № 710 (назва із змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 14.02.2007 р. N 217) [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://delo.ua/wiki/pro-zatverdzhennja-derzhavno-p-110954/> — Назва з титул. екрана.
5. Рачинська, Г. В. Визначення та оцінювання інвестиційної привабливості підприємств [Текст] / Г. В. Рачинська, Л. С. Лісовська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2008. – Вип. 628. – С. 272-276.
6. Рожельюк, В. Аналіз інноваційно-інвестиційної привабливості підприємства [Текст] / В. Рожельюк, Н. Хархут // Економічний аналіз. – Випуск 2(18). – 2008. – С. 275-278.
7. Селецький, П. Автошляхи – європейський клас [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.ktm.gov.ua/control/publish/article?art_id=520367. - Назва з титул. екрана.
8. Терещенко, Э. Ю. Суцність інвестиційної привабливості суб'єктів реального сектора економіки [Текст] / Э. Ю. Терещенко, О. В. Коник // Економіка і організація управління. – Випуск № 1 (7). – 2010. – С. 72-80.
9. Хобта, В. М. Формування та підвищення інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання [Текст] / В. М. Хобта, А. В. Мешков // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. Випуск 36-1. – 2009. – С. 118-125.
10. Ястремська, О. М. Моделювання оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств в умовах трансформації економіки [Текст] / О. М. Ястремська // Проблеми науки. – №11. - 2005.– С. 20-27.

РЕЗЮМЕ

Фесенко Наталия

Иновационная деятельность предприятий дорожного хозяйства Украины как составляющая его инвестиционно-инновационной привлекательности

Рассмотрена необходимость внедрения, направления осуществления и особенности финансирования инноваций в дорожном хозяйстве Украины как неотъемлемой составляющей его инвестиционно-инновационной привлекательности.

RESUME

Fesenko Natalia

Innovative activities of enterprises of road industry in Ukraine as an integrated part of its investment and innovation attractiveness.

The implementation of realization direction and characteristics of financing innovation in road industry in Ukraine as an integrated part of its investment and innovation attractiveness is represented in the article.

Стаття надійшла до редакції 05.04.2011 р.

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗА ВИКОРИСТАННЯМ ПРИБУТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті визначено основні елементи формування механізму внутрішнього контролю за використанням прибутку торговельних підприємств; обґрунтовано рекомендації щодо побудови окремих елементів системи внутрішнього контролю з урахуванням особливостей об'єкта управління, що розглядається, та специфіки діяльності торговельних підприємств; визначено основні центри відповідальності в організаційній системі внутрішнього контролю прибутку торговельних підприємств.

Ключові слова: використання прибутку, внутрішній контроль, центри відповідальності, контролінг, об'єкти контролю, організаційна система контролю, система інструментів здійснення контрольних функцій.

Внутрішній контроль за використанням прибутку є одним із завершальних етапів загальної системи управління прибутком торговельного підприємства. Його сутність можна визначити як комплекс дій, спрямованих на реалізацію управлінських рішень із забезпечення повного та ефективного використання розподіленого прибутку на цілі розвитку торговельного підприємства.

Сучасні підходи до формування механізму внутрішнього контролю на підприємстві базуються на концепції і методичному апараті контролінгу як однієї з найголовніших його функцій. Ці питання досить широко висвітлюються в роботах як українських, так і зарубіжних авторів [2; 3; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11]. Деякі із означених дослідників взагалі розглядають контролінг виключно як систему управління прибутком. Так визнані німецькі фахівці з цієї проблеми – Р. Манн та Е. Майер трактують сутність контролінгу наступним чином: "Контролінг можна визначити як систему управління процесом досягнення кінцевих цілей і результатів діяльності фірми, тобто в економічному відношенні, з певною долею умовності, як систему управління прибутком підприємства" [8, с. 7].

Хоча переважна більшість науковців розглядають питання внутрішнього контролю прибутку в системі контролінгу, цей аналіз зосереджується переважно на проблемі контролю за його формуванням і лише інколи – на проблемі контролю за його розподілом. На проблему формування механізму контролю за використанням прибутку підприємств, на жаль, необхідну увагу не звертають. У той самий час, на нашу думку, із трьох основних блоків управління прибутком підприємства (управління його формуванням, розподілом та використанням) саме найбільшою мірою притаманна контрольна функція.

Невизначеність методологічних підходів і методичних принципів формування механізму внутрішнього контролю за використанням прибутку обумовлює низьку ефективність управлінських дій у цій галузі загальної системи управління прибутком. Проведене дослідження показало, що внутрішній контроль за використанням прибутку на цих підприємствах не носить системного характеру та організаційно не виокремлений. Це призводить до

неповного використання отриманого окремими торговельними підприємствами прибутку, внаслідок чого він знецінюється від інфляції і невикористаних альтернативних можливостей застосування.

Визначені недоліки обумовлюють необхідність поглиблення досліджень з проблеми формування механізму внутрішнього контролю за використанням прибутку торговельних підприємств.

Основні завдання розробки цієї проблеми були сформульовані нами наступним чином:

1. Визначити основні елементи формування механізму внутрішнього контролю за використанням прибутку торговельних підприємств.

2. Обґрунтувати рекомендації щодо побудови окремих елементів системи внутрішнього контролю з урахуванням особливостей об'єкту управління, що розглядається та специфіки діяльності торговельних підприємств.

3. Встановити центри відповідальності в організаційній системі внутрішнього контролю прибутку торговельних підприємств.

Формуючи систему внутрішнього контролю використання прибутку торговельних підприємств, необхідно в першу чергу визначити основні елементи механізму його організації. Склад таких елементів розглядається багатьма авторами [1, с. 101-102; 4, с. 176-177; 7, с. 102-103; 9, с. 76-77; 11, с. 72-73], але їх підходи, на наш погляд, потребують певного розширення.

Переважна більшість сучасних науковців визначає, що система основних елементів формування механізму внутрішнього контролю підприємства має містити наступні складові:

- об'єкти контролю (або його основні напрямки);
- організаційна система;
- інформаційна система;
- система інструментів здійснення контрольних функцій.

Кожна з цих складових механізму внутрішнього контролю підприємства принципових зауважень не викликає і у визначеній сукупності може розглядатись, на наш погляд, як основа формування цього механізму. Однак, ми вважаємо за необхідне розширити цю систему елементів додатковими складовими.

По-перше, ми пропонуємо поряд з об'єктами контролю у формі визначення його основних напрямків включити до механізму, що розглядається, і такий елемент як "система показників, що контролюються". Ці показники пропонується визначати за кожним з основних напрямів (об'єктів) внутрішнього контролю внесення до складу механізму, що розглядається, системи показників, що контролюються. А це зробить його більш цілеспрямованим і поглибить формування методичного апарату здійснення контрольних дій.

По-друге, ми пропонуємо внести до механізму, і такий елемент, як "форма узагальнення результатів внутрішнього контролю". Це, на наш погляд, дозволить підвищити результативність контролю за рахунок стандартизації таких форм і можливостей формалізації окремих факторів, що обумовлюють відхилення фактичних значень показників, що контролюються, від передбачених.

По-третє, ми вважаємо за необхідне ввести до системи елементів формування механізму внутрішнього контролю підприємства і такий елемент, як "система реагування на результати відхилень фактичних значень показників, що контролюються, від передбачених". Саме цей елемент має бути завершальним в механізмі внутрішнього контролю, бо він значною мірою формує його загальну результативність.

Визначальним елементом, що формує механізм внутрішнього контролю за використанням прибутку торговельних підприємств, є система об'єктів цього

контролю. У процесі побудови такої системи перш за все необхідно визначити, що процес розподілу і використання прибутку є взаємопов'язаним, в якому напрямку його використання обумовлені напрямками його розподілу. А тому первинними об'єктами внутрішнього контролю використання прибутку мають бути обрані основні напрями його розподілу. Крім того, слід зазначити, що кінцеві напрями розподілу прибутку, які було запропоновано інтегрувати за певними ознаками, можуть бути за цими ж ознаками інтегровані і як об'єкти внутрішнього контролю використання прибутку торговельного підприємства. Такими інтегрованими об'єктами контролю, зокрема, можуть виступати прибуток, що призначений до капіталізації, і прибуток, що призначений до споживання. Нарешті як найбільш узагальнений об'єкт контролю може виступати використання прибутку по підприємству в цілому.

Таким чином, система об'єктів внутрішнього контролю використання прибутку торговельних підприємств має мати багаторівневий характер, що дозволить відповідно покласти контрольні функції за цим напрямом на менеджерів різних рівнів управління. Запропонована система об'єктів внутрішнього контролю використання прибутку торговельних підприємств, побудована за таким ієрархічним принципом, наведена на рис. 1.

На великих торговельних підприємствах визначена на рис. 1 система первинних об'єктів контролю

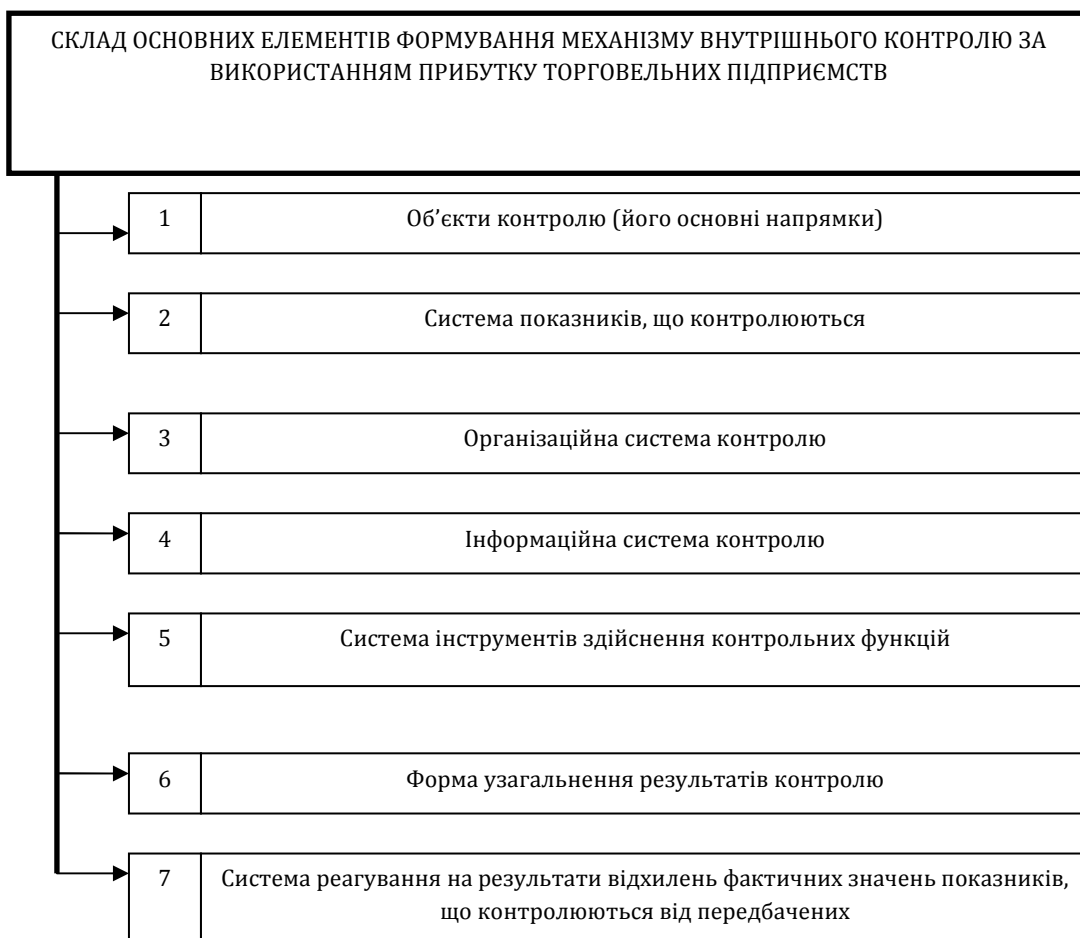


Рис. 1. Запропонований склад основних елементів формування механізму внутрішнього контролю за використанням прибутку торговельних підприємств

використання прибутку може бути при необхідності поглиблена більш детально (з диференціацією цих об'єктів по окремих проектах, статтях витрачання тощо). Головною вимогою до такого поглибленого визначення об'єктів контролю виступає можливість інтегрування його результатів за окремими первинними напрямками.

Поряд із об'єктами контролю використання прибутку торговельних підприємств в системі його механізму, що формується, необхідно визначити перелік основних показників, що контролюються. Ці показники слід поділяти на абсолютні та відносні.

Основним абсолютним показником контролю використання прибутку виступає його сума. Це обумовлено тим, що процес розподілу прибутку спрямовано перш за все на його визначення у показникові суми. Відповідно і плани розподілу прибутку торговельного підприємства, що мають контролюватись у процесі управління прибутком, також передбачають його визначення у сумі.

Серед відносних показників використання прибутку, перш за все заслуговує уваги визначення його структури за окремими напрямками. Ця структура використання прибутку може бути визначена у необхідному розрізі як за первинними, так і за агрегованими об'єктами його розподілу, що наведені на рис. 3.6.

Найбільш широкого застосування має отримати в процесі контролю такий показник як коефіцієнт використання прибутку, що розраховується шляхом співвідношення його використаної суми до запланованої.

Нарешті, певного розповсюдження в системі показників, що контролюються можуть отримати і відносні показники коливання використання прибутку у часі. Серед таких показників ми пропонуємо обирати в першу чергу коефіцієнт варіації, який може використовуватись у порівняльному аналізі рівномірності використання прибутку торговельного підприємства у часі.

Розглянута система основних показників, що контролюються дозволяє здійснювати контроль використання прибутку торговельних підприємств у різних ракурсах.

Значну увагу в процесі формування механізму внутрішнього контролю за використанням прибутку торговельних підприємств слід звернути на побудову організаційної системи цього виду контролю. Для того, щоб організаційна система внутрішнього контролю прибутку могла інтегруватись у загальну систему контролінгу торговельного підприємства, вона має будуватись на основі визначення відповідних центрів відповідальності.

Зважаючи на те, що об'єктом контролю виступає використання прибутку, здавалося б логічним організаційною основою цієї системи контролю обирати центри прибутку торговельного підприємства. Але ці центри відповідальності за сучасною теорією і практикою функціонування відповідають лише за формування прибутку підприємства. У той же час після розподілу, в процесі використання прибуток переходить в іншу економічну категорію – фінансові ресурси, тобто виступає як витратний (а не результативний) показник. У складі сукупних фінансових ресурсів прибуток, що витрачається, забезпечує розвиток торговельного підприємства. Тому основу організаційної системи внутрішнього контролю використання прибутку мають

становити такі центри відповідальності торговельного підприємства, як центри витрат і центри інвестицій. Що стосується центрів прибутку, то вони можуть включатись до організаційної системи внутрішнього контролю прямо, що розглядається лише в тому випадку, якщо вони задіяні у використанні прибутку торговельного підприємства. Якщо на певних торговельних підприємствах центри відповідальності не можуть бути створені з об'єктивних причин (це стосується в першу чергу малих підприємств торгівлі), таким центром відповідальності має виступати підприємство в цілому.

Крім визначення центрів відповідальності в організаційній системі внутрішнього контролю прибутку торговельних підприємств мають бути з'ясовані і суб'єкти цього контролю. На малих торговельних підприємствах обов'язки здійснення цього контролю мають покладатись на власника підприємства, його керівника або бухгалтера. На середніх торговельних підприємствах суб'єктами цього контролю можуть виступати функціональні фінансові менеджери або бухгалтери. Що стосується великих торговельних підприємств, то із впровадженням на них загальної системи контролінг функції внутрішнього контролю використання прибутку може бути покладені на спеціальних контролерів.

Список літератури

1. Бандурка, О. М. Фінансова діяльність підприємства / О. М. Бандурка. - К.: Либідь, 1998. - 312 с.
2. Бланк, И. А. Управление финансовыми рисками / И. А. Бланк. - К.: Ника-Центр, 2005. - 600 с.
3. Економічний аналіз / За ред. Ф. Ф. Бутинця. - Житомир: "Рута", 2003. - 620 с.
4. Козырь, Ю. В. Стоимость компании: оценка и управленческие решения / Ю. В. Козырь. - М.: Альфа, 2005. - 200 с.
5. Костина, Н. И. Финансовое прогнозирование в экономических системах : учебн. пос. / Н. И. Костина, А. А. Алексеев. - М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2002. - 285 с.
6. Котляров, С. А. Управление затратами / С. А. Котляров. - СПб.: Питер, 2001. - 160 с.
7. Крамеранко, Г. О. Финансовый менеджмент: підручник / Г. О. Крамеранко. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 500 с.
8. Манн, Р. Контролинг для начинающих. Система управления прибылью / Р. Манн, Э. Майер ; Пер. с нем. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 304 с.
9. Теплова Т. В. Финансовые решения: стратегия и тактика : учебн. пос. / Т. В. Теплова. - М.: ИЧП "Издательство Магистр", 1998. - 264 с.
10. Уткин Э. А. Контролинг - российская практика / Э. А. Уткин, И. В. Мартынюк. - М.: Финансы и статистика, 1999. - 271 с.
11. Шульга Н. П. Банківський контролінг: теорія, методологія, практика / Н. П. Шульга. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. - 326 с.

РЕЗЮМЕ

Хачатрян Валентина

Формирование механизма внутреннего контроля за использованием прибыли торгового предприятия;

В статье определены основные элементы формирования механизма внутреннего контроля по использованию прибыли торговых предприятий; обоснованы рекомендации по построению отдельных элементов системы внутреннего контроля с учетом особенностей объекта управления, который рассматривается, а также специфики деятельности торговых предприятий; определены основные центры

ответственности в организационной системе
внутреннего контроля прибыли торговых предприятий.

RESUME

Khachatryan Valentyna

The formation of internal control mechanism of trade company income usage

The main elements of internal control mechanism of trade company income usage are defined. The recommendations of separate elements formation of internal control system taking into consideration the peculiarities of management object of the company and the specific features of trade company activity are substantiated. The main centers of responsibility in organizational system of internal control of trade company income are determined.

Стаття надійшла до редакції 19.03.2011 р.

АНАЛИЗ ПОДХОДОВ И МЕТОДОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье обоснована необходимость оценки уровня финансовой безопасности предприятия, критически рассмотрено несколько подходов к оценке уровня финансовой безопасности субъектов хозяйствования.

Ключевые слова: финансовая деятельность, финансовая безопасность, уровень финансовой безопасности, методы оценки финансовой безопасности.

Современные условия хозяйствования характеризуются нестабильностью и неопределенностью в социально-экономической сфере Украины при одновременном развитии кризисных явлений мирового масштаба. Это ведет к росту экономических рисков. В результате перспективы спада производства и перехода предприятия в критическое или предбанкротное состояние приобретают реальные очертания. В таких условиях обеспечение финансовой безопасности предприятия является приоритетным направлением финансового менеджмента.

Как самостоятельный объект исследования финансовая безопасность предприятия стала рассматриваться сравнительно недавно. Теоретические основы финансовой безопасности, как составляющей экономической безопасности, занимают многие ученые-экономисты. Г. А. Андрущук, П. П. Крайнев, И. А. Бланк, О. О. Бородина, М. И. Бендиков, Е. А. Олейникова рассматривают как теоретические основы, так и практические подходы реализации финансовой безопасности на предприятии. К. С. Горячева, Т. Ю. Загорельская, Т. Б. Кузенко, О. И. Барановский, О. В. Арефьева, Р. С. Папехин анализируют способы и показатели оценки уровня финансовой безопасности хозяйствующего субъекта. Изучением проблем стратегического планирования финансовой безопасности на предприятии занимаются Е. М. Бойко, В. А. Василенко, С. С. Герасименко, Н. А. Головач, К. С. Горячева, А. В. Грачев.

Не смотря на то, что вопросы финансовой безопасности предприятия рассматриваются в учебной литературе, материалах периодических изданий, сборниках научных трудов, на данный момент отсутствует общепринятое определение категории «финансовая безопасность предприятия», в недостаточной степени изучены факторы, влияющие на финансовую безопасность, подходы к оценке её уровня для субъектов хозяйствования.

Целью исследования является авторское трактование понятия «финансовая безопасность предприятия», обоснование необходимости оценки уровня финансовой безопасности предприятия, критическое рассмотрение подходов к оценке её уровня.

В соответствии с Законом Украины «Об основах национальной безопасности Украины» от 19 июня 2003 года №964-IV понятие «финансовая безопасность

предприятия» определяется как один из главных факторов, влияющих на национальную безопасность страны. С законодательной точки зрения «финансовая безопасность предприятия – это защищенность жизненно важных интересов предприятия, при которой обеспечивается его стабильное развитие, своевременное определение, предотвращение и нейтрализация существующих и потенциальных угроз экономическим интересам» [1].

Ю. В. Лаврова под финансовой безопасностью предприятия понимает «составную часть экономической безопасности предприятия, которая состоит в существовании такого финансового положения, которое характеризуется: сбалансированностью финансовых инструментов, технологий и услуг; устойчивостью к угрозам; способностью предприятия обеспечивать реализацию финансовых интересов, миссии и задач, достаточными объемами финансовых ресурсов; а также направленностью на устойчивое развитие предприятия. Это, в свою очередь, позволяет обеспечить: финансовую устойчивость, платежеспособность, ликвидность и достаточную финансовую независимость предприятия в долгосрочном периоде; оптимальное привлечение и эффективное использование финансовых ресурсов предприятия; идентифицирование внешних и внутренних угроз финансовому состоянию предприятия и разрабатывать мероприятия по их предотвращению; самостоятельную разработку и проведение финансовой стратегии; достаточную финансовую независимость предприятия; защищенность финансовых интересов собственников предприятия» [2, с. 127].

И. А. Бланк в своей работе «Управление финансовой безопасностью предприятия» финансовую безопасность последних рассматривает с точки зрения количественного и качественного детерминированного уровня финансового состояния предприятия, который обеспечивает стабильную защищенность его приоритетных сбалансированных финансовых интересов от идентифицированных реальных и потенциальных угроз внешнего и внутреннего характера, параметры которого определяются на основании его финансовой философии и создают необходимые предпосылки финансовой поддержки его устойчивого роста в текущем и перспективном периодах [3, с. 24].

Другой подход предлагает Р. С. Папехин. Автор считает, что это предельное состояние финансовой устойчивости, в котором должны находиться предприятия для реализации своей стратегии. Финансовая безопасность характеризуется способностью предприятия противостоять внешним и внутренним угрозам. Сущность финансовой безопасности предприятия, по мнению автора, состоит в его способности самостоятельно разрабатывать и проводить финансовую стратегию в соответствии с целями общей корпоративной стратегии, в условиях неопределенной и конкурентной среды. Главное условие финансовой безопасности предприятия – способность противостоять существующим и возникающим опасностям и угрозам, стремящимся причинить финансовый ущерб или нежелательно изменить структуру капитала, или принудительно ликвидировать предприятие. Для обеспечения этого условия нужно поддерживать финансовую устойчивость, равновесие, обеспечивать достаточную финансовую независимость предприятия и гибкость при принятии финансовых решений [4].

Достаточно полное определение, охватывающее не только понятие финансовой системы, финансовых интересов, угроз, а и инструментов, необходимых для обеспечения финансовой безопасности предприятия предложено К. С. Горячевой. Она определяет финансовую безопасность предприятия как «такое

финансовое состояние, которое характеризуется, во-первых, сбалансированностью и качеством совокупности финансовых инструментов, во-вторых, устойчивостью к внутренним и внешним угрозам, в-третьих, способностью финансовой системы предприятия обеспечить реализацию его финансовых интересов и, тем самым обеспечить развитие всей финансовой системы» [5, с. 66].

Т. Б. Кузенко, В. В. Прохорова и Н. В. Саблина имеют другую точку зрения на понятие финансовой безопасности предприятия. По их мнению «финансовая безопасность предприятия – это наиболее эффективное использование информационных, финансовых показателей, ликвидности и платежеспособности, рентабельности капитала, которые находятся в пределах своих граничных значений» [6, с. 28].

Таким образом, обобщая определения финансовой безопасности, приведенные выше, можно сказать, что финансовая безопасность предприятия – это совокупность динамических количественных и качественных характеристик уровня финансового последнего предприятия, при котором обеспечена сбалансированность и защита его приоритетных финансовых интересов от угроз различного характера (рис. 1), а также финансовая поддержка устойчивого развития предприятия в текущем и перспективном периодах.

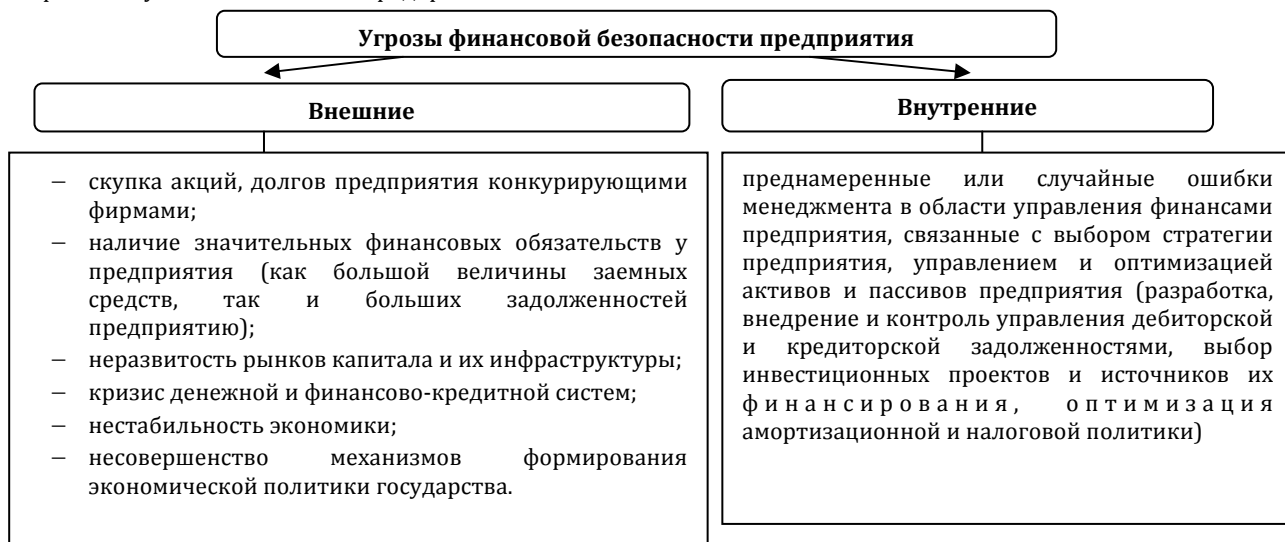


Рис. 1. Угрозы финансовой безопасности предприятия*

* (разработано на основании источника [7, с. 70])

Разработка методов определения финансовой безопасности предприятия имеет важное методологическое значение. Это связано с необходимостью получения информации о финансовом состоянии предприятия и, на основании этого, поддержание в рыночных конкурентных условиях его надлежащего уровня.

На уровне государства существует множество методов определения финансовой безопасности, а на уровне предприятия этот вопрос остается дискуссионным. Это, в первую очередь, касается выбора критериев оценки финансовой безопасности предприятия, системы индикаторов, характеризующих ее, и самих методологических подходов к определению финансовой безопасности. Проведенный анализ методов определения финансовой безопасности

предприятия, приведенных в научной литературе, позволил определить ряд подходов:

Ресурсно-функциональный подход к определению уровня финансовой безопасности включает такие методы:

а) измерение состояния финансовой безопасности на основе оценки уровня использования финансовых ресурсов по специальным критериям – собственные финансовые ресурсы и ссудные финансовые ресурсы;

б) оценка уровня выполнения функций – обеспечения высокой финансовой эффективности деятельности предприятия, его финансовой устойчивости и независимости. Такой подход является очень широким, поскольку, во-первых, в этом случае процесс обеспечения финансовой безопасности отождествляется фактически со всей деятельностью

предприятия и, во-вторых, сводится к оценке использования ресурсов на предприятии [8, с. 14-15].

Индикаторный подход, а именно - сравнение фактических значений показателей финансовой безопасности с граничными значениями индикаторов ее уровня. Под граничными значениями индикаторов финансовой безопасности понимают их предельные величины, несоблюдение которых приводит к возникновению угроз в сфере финансовой безопасности.

При таком подходе наивысший уровень финансовой безопасности предприятия достигается при условии, если вся совокупность индикаторов находится в пределах граничных значений, а граничное значение каждого из индикаторов достигается не в ущерб другим.

Для разработки системы граничных значений финансовой безопасности предприятия, необходимо определить показатели, характеризующие безопасность и выявить их количественные значения.

По мнению Р. С. Папехина, состояние финансовой безопасности предприятия можно оценить с помощью

системы показателей. К ним относятся финансовые коэффициенты, состояние дебиторской и кредиторской задолженности, темпы роста прибыли, реализации продукции, активов (таблица 1) [4].

Использование этого подхода зависит в основном от определения граничных значений, которые являются текучими в зависимости от состояния внешней среды, на какое предприятие почти не может влиять, а только приспосабливается. Кроме того, очень трудно определить для предприятий эти граничные уровни и к тому же, они будут разными для каждого отдельного предприятия [9, с. 295-297].

Однако, как показывают исследования, только 30% крупных компаний систематически обращаются к использованию данных коэффициентов.

При этом следует отметить, что простого расчета и контроля этих коэффициентов и показателей явно недостаточно для обеспечения финансовой безопасности предприятия. Как минимум для этого необходимо еще проводить их анализ и синтезировать управленческие решения. В части анализа хорошо зарекомендовали себя процедуры «скоринга», которые

Таблица 1. Индикаторы финансовой безопасности предприятия [4]

Показатели	Пороговое значение	Примечания
1. Коэффициент покрытия (Оборотные средства / краткосрочные обязательства)	1,0	Значение показателя должно быть не менее порогового
2. Коэффициент автономии (Собственный капитал / валюта баланса)	0,3	Значение показателя должно быть не менее порогового
3. Уровень финансового левериджа (Долгосрочные обязательства / собственный капитал)	3,0	Значение показателя должно быть не более порогового
4. Коэффициент обеспеченности процентов к уплате (Прибыль до уплаты процентов и налогов / проценты к уплате)	3,0	Значение показателя должно быть не менее порогового
5. Рентабельность активов (Чистая прибыль / валюта баланса)	$i_{инф.}$	Значение показателя должно быть не менее порогового ($i_{инф.}$ - индекс инфляции)
6. Рентабельность собственного капитала (Чистая прибыль / собственный капитал)	15 %	Значение показателя должно быть не менее порогового.
7. Средневзвешенная стоимость капитала (WACC)	Рентабельность инвестиций	Значение показателя должно быть не менее порогового
8. Показатель развития компании (Отношение валовых инвестиций к амортизационным отчислениям)	1,0	Значение показателя должно быть не менее порогового
9. Временная структура кредитов	Кредиты, сроком до 1 года < 30 %; Кредиты, сроком свыше 1 года < 70 %	Значение показателя должно быть не менее порогового
10. Показатели диверсификации: - диверсификация покупателей (доля в выручке одного покупателя); - диверсификация поставщиков (доля в выручке одного поставщика)	10 %	Значение показателя должно быть не более порогового
11. Темпы роста прибыли, реализации продукции, активов	Темпы роста прибыли > темпов роста реализации продукции > темпов роста активов	
12. Соотношение оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности	Период оборота дебиторской задолженности > период оборота кредиторской задолженности	

предусматривают сравнение наблюдаемых показателей с базовыми. При этом за базовые показатели принимаются:

- показатели предприятия за прошлые периоды - месяц, квартал, год;
- плановые показатели предприятия;
- показатели конкурентов;
- среднерыночные или среднеотраслевые показатели.

В условиях украинской действительности наиболее часто реализуется сравнение с показателями за прошлые периоды. Сравнения же с показателями конкурентов, среднеотраслевыми или среднерыночными показателями осложнено тем, что рынок непрозрачен, информация достается трудно, а в силу недостаточной развитости институтов статистики и значительного теневого сектора, достоверность отраслевых и рыночных показателей зачастую невелика.

Проведенный анализ проблем управления финансовой безопасностью предприятия позволяет сформулировать следующие принципы, которые должны быть положены в основу оценки и управления финансовой безопасностью: адекватность оценочных параметров сущности процессов, которые являются предметом анализа; комплексность (учет всех факторов, которые влияют на ту или иную опасность или угрозу); выделение главных элементов имеющихся или потенциальных опасностей и угроз; последовательность оценочных мероприятий; возможность употребления необходимых предварительных предупредительных, профилактических или корректирующих мероприятий по обнаруженным или потенциально возможным опасностям и угрозам.

С. Н. Ильяшенко предлагает оценку уровня финансовой составляющей экономической безопасности предприятия выполнять на основе анализа его финансовой устойчивости, степень которой определяется исходя из достаточности оборотных средств (собственных или заемных) для осуществления производственно-сбытовой деятельности [9, с. 16-17]. Это узкий подход к оценке уровня финансовой безопасности предприятия: кроме оборотных средств в финансовой деятельности предприятия задействованы собственный основной капитал, прибыль, инвестиции, ценные бумаги и многое другое. Кроме того, он выделяет пять её уровней: абсолютную (для функционирования предприятию достаточно собственных оборотных средств); нормальную (предприятие обходится собственными источниками формирования запасов и покрытия затрат); шаткую (предприятию недостаточно собственных оборотных средств и оно привлекает средне- и долгосрочные ссуды и кредиты); критическую (кроме собственных оборотных средств, средне- и долгосрочных ссуд и кредитов привлекаются и краткосрочные); кризисную (предприятие находится на грани банкротства) [9, с. 17-18]. Содержательный анализ показывает, что абсолютный и нормальный уровни финансовой безопасности в этом случае – это одно и то же и их нецелесообразно отделять один от другого, поскольку ничем между собой не отличаются “достаточность собственных оборотных средств” как абсолютный уровень и “предприятие обходится собственными источниками формирования запасов и покрытия затрат” как нормальный уровень.

Особенностью модели балльной оценки является

использование медианного (среднеотраслевого) критерия. Оценка проводится по каждому коэффициенту. Нормативные значения отдельных коэффициентов имеют определенные границы. Значения коэффициентов, выходящие за пределы диапазона нормативных значений, следует оценивать баллом «отлично» (5) или «неудовлетворительно» (2) в зависимости от специфики показателей (их экономического смысла). Значения коэффициентов, находящихся внутри нормативного диапазона, оцениваются баллом «хорошо» (4) или «удовлетворительно» (3) в зависимости от того, насколько они близки к «отличной» или «неудовлетворительной» оценке.

Далее по каждой группе финансовых коэффициентов рассчитывается групповой балл путем взвешивания балльных оценок показателей данной группы, причем сумма весов по каждой группе составляет 100%. Расчет итогового балла можно представить в следующем виде:

$$B = \sum_{i=1}^n P_i \cdot x \left(\sum_{j=1}^{k_i} Q_{ij} \cdot x BF_{ij} \right),$$

где B – итоговый балл по финансовой оценке на дату анализа; P_i – вес балла по i -й группе финансовых коэффициентов, или значимость отдельной группы финансовых коэффициентов в общей финансовой оценке; Q_{ij} – вес балла по j -му финансовому коэффициенту в i -й группе финансовых коэффициентов, или значимость отдельного коэффициента в соответствующей группе финансовых коэффициентов; BF_{ij} – балльная оценка j -го финансового коэффициента, входящего в i -ю группу финансовых коэффициентов; k_i – количество финансовых коэффициентов в i -й группе финансовых коэффициентов.

Как правило, расстояние между нижней границей и медианой меньше, чем между медианой и верхней границей значений коэффициента. В результате присвоение балла на основе лишь двух критериев – минимального и максимального значения – неэффективно, так как существенно занижает балльную оценку коэффициента.

Следующий класс моделей оценки финансового состояния предприятия основан на оценке вероятности его банкротства. Известны два основных подхода к предсказанию банкротства:

- первый базируется на финансовых данных (Z-коэффициент Альтмана);
- второй исходит из данных по обанкротившимся компаниям и сравнивает их с соответствующими данными исследуемой компании.

Кроме указанных количественных методов предсказания банкротства необходимо отметить также качественный подход, который основывается на изучении отдельных характеристик предприятия, и представляет собой, по сути, экспертное заключение о неблагоприятных тенденциях развития.

Простейшей моделью для предсказания банкротства предприятия является двухфакторная модель Альтмана, исходящая из двух ключевых показателей, от которых зависит вероятность банкротства предприятия (показатели текущей ликвидности и доли заемных средств). Эти показатели умножаются на весовые значения, полученные экспертным путем, в результате чего получается следующая формула расчета Z-коэффициента:

$$Z = -0,3877 + K_{мл}(-1,0736) + K_{зс} 0,0579.$$

Его значение интерпретируется по следующей шкале:

- если $Z < 0$, вероятность банкротства меньше 50% и далее снижается по мере уменьшения Z ;
- если $Z = 0$, вероятность банкротства равна 50%;
- если $Z > 0$, вероятность банкротства больше 50% и возрастает по мере увеличения рейтингового числа Z . В этом случае определяющее влияние имеет значение коэффициента $K_{зс}$.

Модификацией двухфакторной модели является пятифакторная модель Альтмана. Им был исследован ряд из 22 аналитических коэффициентов, из которых он отобрал пять наиболее значимых:

- ликвидность ($X1$) — рассчитывается как отношение оборотного капитала к валюте баланса;
- совокупная прибыльность ($X2$) - отношение чистой прибыли к валюте баланса;
- прибыльность ($X3$) - отношение прибыли до уплаты процентов и налогов к валюте баланса;
- финансовая структура ($X4$) - отношением рыночной стоимости собственного капитала к сумме краткосрочных и долгосрочных обязательств;
- уровень оборачиваемости капитала ($X5$).

В общий индекс кредитоспособности (Z -счет) имеет вид:

$$Z = 1,2 \cdot X1 + 1,4 \cdot X2 + 3,3 \cdot X3 + 0,6 \cdot X4 + 1,0 \cdot X5.$$

Результаты многочисленных расчетов по модели Альтмана показали, что обобщающий показатель Z может принимать значения в пределах $[-14, +22]$, при этом предприятия, для которых $Z > 2,99$ попадают в число финансово устойчивых, предприятия, для которых $Z < 1,81$, являются, безусловно, несостоятельными, а интервал $1,81 < Z < 2,99$ составляет зону неопределенности.

Применение Z -счета на практике в редких случаях сопровождается ошибками двух типов: при прогнозе сохранения платежеспособности наступает банкротство и, наоборот, при прогнозе банкротства предприятия способно сохранить платежеспособность. По мнению Альтмана, с помощью пятифакторной модели прогноз банкротства на горизонте в один год можно установить с точностью до 95 %. При этом ошибка первого типа возможна в 6 %, а ошибка второго типа — в 3 % случаев. Спрогнозировать банкротство на горизонте в два года удается с точностью до 83 %, при этом ошибка первого типа имеет место в 28 %, а второго — в 6 % случаев.

Еще одной моделью такого характера является модель Романа Лиса. Ее конструкция имеет вид:

$$Z = 0,063 X1 + 0,092 X2 + 0,057 X3 + 0,001 X4,$$

где, $X1$ – доля оборотных средств в активах: оборотный капитал/сумма, активов; $X2$ – рентабельность активов по прибыли от реализации: прибыль от реализации/сумма активов; $X3$ – рентабельность активов по нераспределенной прибыли: нераспределенная прибыль/сумма активов; $X4$ – коэффициент покрытия по собственному капиталу: собственный капитал/заемный капитал.

Для данной модели вероятность банкротства в зависимости от значения рейтингового числа

определяется следующим образом:

- если $Z > 0,037$ - вероятность банкротства высокая;
- если $Z < 0,037$ - вероятность банкротства малая.

Таким образом, использование модели прогнозирования банкротства в системе оценки финансовой безопасности в соответствии с описанными методиками следует применять осторожно, т. к. они разрабатывались для американской экономики, и не учитывают внешние факторы риска, свойственные отечественным условиям ведения хозяйственной деятельности.

По мнению некоторых ученых большей достоверности в оценивании финансового состояния предприятий можно достичь при использовании метода построения обобщающих показателей с использованием моделей дискриминантного анализа, а именно, разделение объектов на две группы:

- с хорошим финансовым состоянием (не банкроты);
- с плохим финансовым состоянием (банкроты).

Кроме того, при определении уровня финансовой безопасности предприятия целесообразно исходить из классификации рисков коммерческой деятельности:

- нерисковая зона;
- зона допустимого риска (риск потери расчетной прибыли);
- зона критического риска (риск потери расчетной выручки);
- зона катастрофического риска (риск потери всего имущества, то есть банкротство) [11].

В соответствии с таким подходом можно выделить четыре уровня финансовой безопасности предприятия:

- нормальный уровень – для обеспечения финансовой безопасности достаточно собственных финансовых средств;
- нестабильный уровень – для обеспечения финансовой безопасности предприятию нужны кроме собственных финансовых средств еще и привлеченные;
- критический уровень – для обеспечения финансовой безопасности предприятию недостаточно собственных и привлеченных финансовых средств;
- кризисный уровень – предприятие признано банкротом.

Для получения полной информации о состоянии финансовой безопасности предприятия необходимо применение совокупности методов, поскольку не один из них обособленно не представляет полную информацию для принятия решения, оценки текущего состояния и достижения полной финансовой безопасности.

Таким образом, финансовая безопасность предприятия – это совокупность динамических количественных и качественных характеристик уровня финансового состояния предприятия, при котором обеспечена сбалансированность и защита его приоритетных финансовых интересов от угроз различного характера, а также финансовая поддержка устойчивого развития предприятия в текущем и перспективном периодах.

Главным условием финансовой безопасности предприятия является способность противостоять существующим и возникающим опасностям и угрозам, стремящимся причинить финансовый ущерб предприятию, нежелательно изменить структуру капитала или принудительно ликвидировать

предприятие.

Для получения полной информации об уровне финансовой безопасности предприятия необходимо применение совокупности методов, поскольку обособленно ни один из них не предоставляет полную информацию для принятия управленческих решений.

Список литературы

1. Про основи національної безпеки України [Текст] : Закон України від 19 липня 2003 року №964-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. – № 39, із змінами, внесеними згідно із Законом № 2411-VI (2411-17) від 01.07.2010.
2. Лаврова, Ю. В. Механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства [Текст] / Ю. В. Лаврова // Вісник економіки і промисловості. – 2010. – №29. – С. 127-130.
3. Бланк, И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия [Текст] / И. А. Бланк. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 776с.
4. Папехин, Р. С. Факторы финансовой устойчивости и безопасности предприятия [Текст] : дис. канд. экон. наук. 08.00.10 / Р. С. Папехин. – Волгоград, 2007. – 176 с.
5. Горячева, К. С. Финансовая безопасность предприятия, сущность и место в системе экономической безопасности / К. С. Горячева // Экономист. – 2003. – №8. – С.65-67.
6. Кузенко, Т. Б. Управление финансовой безопасностью на предприятии [Текст] / Т. Б. Кузенко, В. В. Прохорова, Н. В. Саблина // Бизнес Информ. – 2008. – № 12 (1). – С. 27-29.
7. Папехин, Р. С. Внешние и внутренние угрозы финансовой безопасности предприятия [Текст] / Р.С. Папехин // Финансы и кредит. – 2007. – №16. – С. 68-75.
8. Гладченко, Т. М. Економічна безпека підприємницької діяльності [Текст] / Т. М. Гладченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин: збірник наукових праць. – Вип. 26. – К.: ВПЦ «Київський університет», Інститут міжнародних відносин, 2001. – С. 295-299.
9. Ильяшенко, С. Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке [Текст] / С. Н. Ильяшенко // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 3. – С. 12-19.
10. Герасименко С. С. Передбачення фінансового стану підприємства при оцінці його здатності до продовження діяльності [Текст] / С. С. Герасименко, Н. А. Головач // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 4. – С. 2-4.
11. Єрмошенко М. М. Комерційна діяльність посередницьких організацій [Текст] : навч. посібник / М. М. Єрмошенко. – К. : НАУ, 2003. – 345 с.

РЕЗЮМЕ

Храпкіна Валентина

Аналіз підходів та методів визначення фінансової безпеки підприємства

В статті обґрунтовано необхідність оцінки рівня фінансової безпеки підприємства, критично розглянуто кілька підходів до оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання.

RESUME

Khrapkyna Valentyna

Analysis of approaches and methods for determining of the financial security of business

In the article the necessity to assess the level of financial security of business has been substantiated. Critical consideration has been given to several approaches to assessing the level of financial security of the subjects of business

Стаття надійшла до редакції 25.02.2011 р.

Людмила ЧИЖ

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, фінансів та аудиту,
Одеський національний морський університет

Наталія ХОТЄЄВА

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри обліку, фінансів та аудиту,
Одеський національний морський університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ МОРСЬКИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПОРТІВ

У статті розглянуто порт як специфічну динамічну систему з інформаційної точки зору. Встановлено, що попит на інформацію, яка необхідна для аналізу діяльності, визначається ієрархічним рівнем портового підприємства. Пропонується перелік даних, які використовуються на рівні стратегічного управління, на рівні управління перевантажувальними комплексами, допоміжними підрозділами та на рівні обслуговування клієнтів.

Ключові слова: інформаційне забезпечення підприємством, морський порт, інформація по рівням портової діяльності, принципи організації інформації.

Найважливішими факторами виживання й успіху в сучасній економіці виступають не тільки розмір, географічне розташування або матеріальні ресурси, але і швидкість реакції і здатність до змін зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування кожного суб'єкта підприємницької діяльності. Пошук можливих варіантів реалізації рішень пов'язаний з необхідністю обробки значних обсягів економічної інформації, що, по суті, є етапом аналітичних досліджень і розробки прогнозів розвитку подій.

Дослідження інформаційних систем підприємств свідчить, що 40-50% всієї інформації є надмірною в інформаційному потоці. У той же час в обліку відсутні близько 50% необхідної інформації для ефективного управління, а прийняття рішень найчастіше базується на інтуїції, ніж на точній та об'єктивній інформації. Навіть на тих підприємствах, де встановлена велика кількість комп'ютерів, мережеве обладнання, сучасне програмне забезпечення, часто до 80% управлінських процесів не мають інформаційної підтримки [4].

З цих позицій раціональна організація інформаційного забезпечення економічного аналізу та управління в цілому є запорукою високої конкурентоспроможності підприємств. Перш за все, необхідно визначити інформаційні потреби керівництва на кожному рівні управління конкретного підприємства.

Удосконалення інформаційного забезпечення процесу управління підприємством стало предметом досліджень в роботах багатьох зарубіжних фахівців, таких як І. Ансофф, Л. Бернстайн, М. Гольцберг, М. Мескон, П. Драккер, А. Томпсон, Дж. Стрікланд, Б. Нідлз, Д. Колдуелл, Дж. Фрідман, Р. Холт, Дж. Ван Хорн і ін. вчені. Істотний внесок зробили у розробку теоретичних, методологічних та організаційно-управлінських аспектів інформаційного забезпечення діяльності підприємства російські вчені М. Баканов, І. Балабанов, О. Виханський, В. Глухов, В. Єрофеев, В. Єфімова, В. Ковальов, В. Новодворський, С. Сайфулін,

Я. Соколов, Е. Стоянова, А. Шеремет та ін., а також вітчизняні економісти В. Антонов, І. Бланк, Ф. Бутинець, М. Македонський, Є. Мних, Л. Кобилянська, В. Новак, М. Чумаченко. Однак у більшості робіт основну увагу звертають на формування інформаційного забезпечення та його використання в процесі управління підприємствами промисловості.

В економіці України особливе значення мають підприємства портової діяльності, кожне з яких є складною виробничо-економічною системою, в рамках якої здійснюються різні види діяльності. Серед підприємств портової діяльності слід виділити морські торгові порти.

Питанням змістової і якісної складової інформації, що характеризує порти, приділяється певна увага в роботах В. Жихаревої, О. Кібік, А. Котлубая, М. Прімачева, В. Чекалова та ін. Практично не вивчається проблема створення інформаційної системи управління морськими торговельними портами з точки зору уніфікації та інтеграції даних.

Мета дослідження – визначити специфічні види економічної інформації та джерела їх виникнення, які забезпечували б високу якість аналізу фінансово-господарської діяльності специфічного суб'єкта підприємництва – морських торговельних портів.

З інформаційної точки зору порт – складна динамічна система, яка характеризується великим обсягом, інтенсивністю і різноманітністю інформаційних зв'язків між підсистемами та окремими елементами, а також зовнішнім оточенням. «В умовах невизначеності ринку найважливішим стає інформаційне забезпечення розрахунків прогнозної та поточної ефективності підприємств морського транспорту. Необхідно виділити структуру, склад даних та джерела їх отримання». [2, с. 190].

Попит на інформацію різний на кожному ієрархічному рівні портового підприємства.

У процесі оцінки стратегічної переваги використовується інформація про рентабельність

послуг, клієнтів, поведінці конкурентів, можливості та тенденції ринку, технологічних інноваціях.

Прийняття стратегічних рішень, як правило, здійснюється на базі планових завдань. Інформація носить прогностичний характер. Частота надання такої інформації не висока. Вона формується за наступними напрямками:

- розробка нових видів послуг;
- шляхи оптимізації наявних послуг;
- планування вантажно-перевантажувального процесу;
- управління створеними резервами;
- управління витратами і т. д.

Однак останнім часом керівники [5, с. 52] хочуть бачити більш збалансовану систему показників.

На рівні управління структурними підрозділами (перевантажувальними комплексами, допоміжними підрозділами) формується інформація по:

- управлінню запасами;
- обліку відправлених та прийнятих вантажів;
- управлінню внутрішньовиробничими технічними засобами і т. д.

Інформація має як прогностичний, так і реальний характер.

Менеджери середньої ланки здійснюють моніторинг виконаних робіт і приймають рішення, що стосуються фінансових або інших видів ресурсів, послуг та клієнтів. Вони отримують інформацію частіше, ніж на стратегічному рівні. Інформація має агрегований характер і надається переважно у вигляді фінансових показників. Вона може бути використана для

вдосконалення планування.

На операційному рівні портової діяльності (рівень обслуговування клієнтів) інформація потрібна переважно для здійснення контролю виробничо-господарського процесу і для його вдосконалення. На цьому рівні корисною є інформація про обсяг наданих портових послуг та кількості спожитих ресурсів. В умовах підвищення інтенсивності конкуренції на ринках портових робіт і послуг важливою є інформація про якість послуг. Ця інформація достатньо деталізована і часто повторюється. Щодо такої інформації застосовуються натуральні, а не фінансові показники. Така інформація надається щодня з метою своєчасного визначення та відповідного реагування на відхилення фактичних показників від планових (нормативних). Таким чином, ця інформація є інструментом оперативної діагностики і планування:

- обсягів вантажно-розвантажувальних робіт;
- виконання допоміжних робіт та операцій.

Як правило, перші серйозні недоліки інформаційної системи виявляються саме на оперативному рівні управління портом. Можна погодитися з автором [1, с. 103], що «на рівні оперативного планування більше використовується інактивне планування, тобто використання достовірної інформації на короткий горизонт планування: зміна, доба, місяць, квартал. Цей вид планування найреальніший, конкретний і певний».

Портове підприємство розглядається як відкрита система. Тому рівновага відносно зовнішнього середовища може досягатися шляхом коригування параметрів системи (рис. 1).

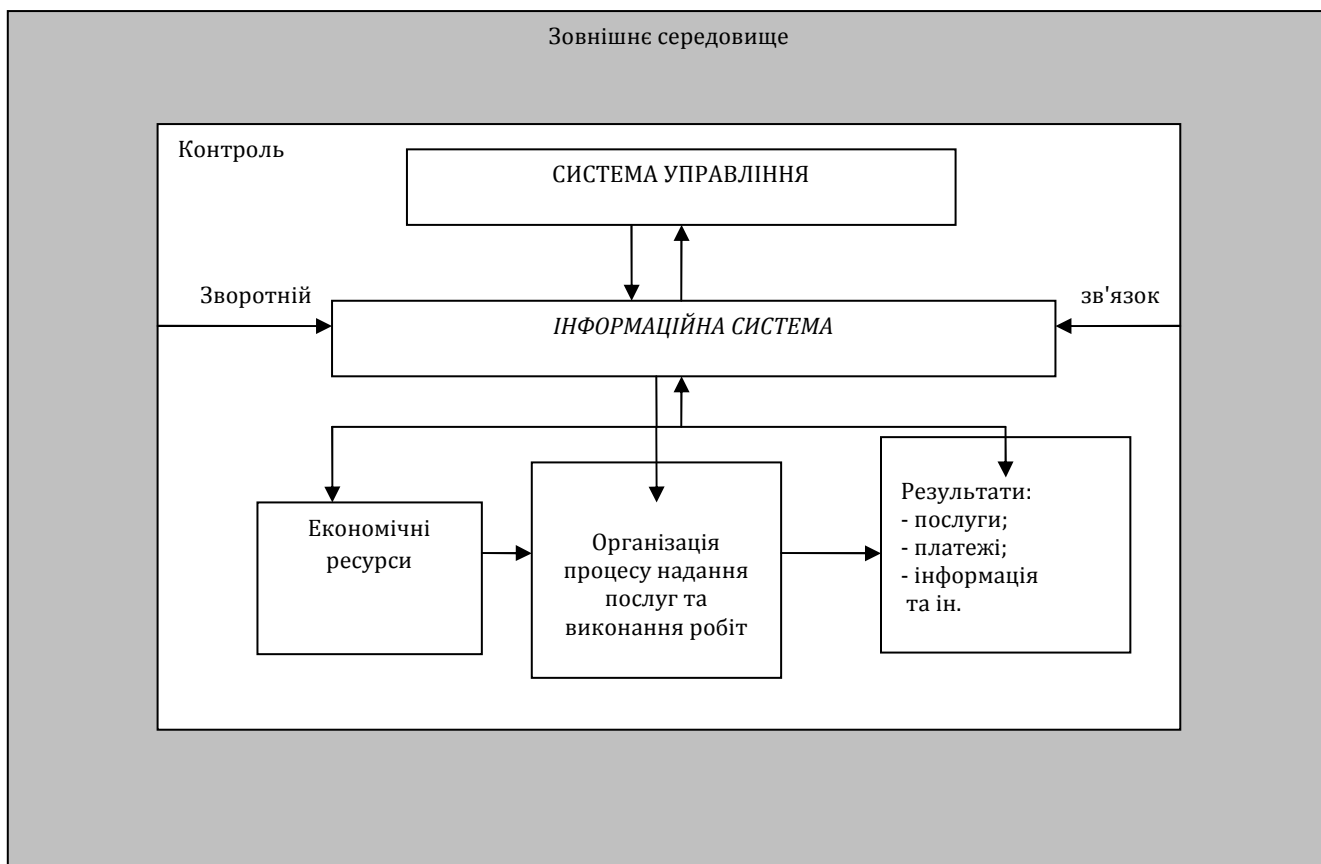


Рис. 1. Взаємозв'язок інформаційної системи порту з зовнішнім середовищем

Таким чином, необхідно звернути увагу на такі параметри, як технологія, що містить способи перетворення інформації для одержання корисного результату.

В порту система збору та обробки інформації повинна бути організована таким чином, щоб найбільш точно можна було оцінити реальний стан керованих процесів порівняно з очікуваним станом і прийняти оптимальне рішення.

В умовах динамічного конкурентного ринку потік оперативної інформації в порту дуже значний.

При цьому до слабких сторін українських портів з точки зору їх внутрішнього середовища фахівці відносять слабкі інформаційні технології, відсутність гнучкості організаційної структури управління [3].

Потоки інформації в системі управління порту набагато складніші, ніж матеріальні потоки, пов'язані з безпосереднім процесом виробництва. Жодна з функцій управління не може забезпечити підтримання заданих параметрів усієї системи без налагодження постійної прямого та зворотного зв'язку потоків інформації.

Обсяг інформації, використовуваної в системі, тісно пов'язаний зі ступенем централізації обробки інформації та прийняття рішень. Занадто сильна централізація може призвести до перевантаження системи обробки інформації і значно знизити швидкість прийняття рішень, а також адаптацію підприємства до мінливих умов функціонування. Крім того, при проходженні інформації через безліч адміністративно-управлінських ланок може відбуватися її спотворення. Централізація управління портовою діяльністю передбачає додаткові витрати при формуванні необхідного інформаційного середовища.

Надмірна централізація веде до тотальної залежності результатів функціонування підприємства від діяльності осіб вищого рівня управління. Це призводить до того, що особи, які знаходяться на більш низьких рівнях ієрархії, стають тільки лише провідниками і виконавцями рішень вищого керівництва. У результаті цього знижується рівень ініціативності та новаторства. Одночасно відносно вищого управлінського персоналу це обумовлює серйозні негативні наслідки, до яких належать:

- великі перевантаження, через що відбувається зниження ефективності роботи;
- виникнення необхідності в оперативному управлінні і т.п.

Децентралізація дозволяє вирішити зазначені проблеми. В процесі делегування повноважень слід передбачати необхідність передачі разом з додатковими обов'язками відповідних прав. Для стимулювання ефективної роботи управлінського персоналу слід формувати адекватну систему оплати праці з урахуванням компенсацій за більш складну і напружену роботу. Децентралізація управління передбачає розподіл повноважень і делегування відповідальності на різні рівні управління, що дозволить підвищити ініціативу менеджерів, активність окремих комерційних підрозділів портового підприємства. Для вибору ступеня децентралізації менеджерам вищого рівня управління необхідно максимально використовувати переваги децентралізації, але при цьому враховувати і її недоліки.

Порівняння інформаційних потоків, об'єктивно обумовлених процесом нормального функціонування

системи управління, з фактичним станом, характерним для структури управління морським портом, дозволило виявити наступні негативні явища:

- паралельне походження однакової інформації;
- відсутність єдиного підходу до формування інформації.

У наш час підприємствам портової діяльності в умовах жорсткої конкурентної боротьби доводиться шукати різні можливості залучення вантажопотоків, надання додаткових послуг з доопрацювання вантажів. Такі процеси збільшують кількість видів діяльності, що також ускладнює процес ефективного управління та аналіз результатів портової діяльності.

Ключові питання вирішуються на основі даних традиційного бухгалтерського обліку. Однак інформація, необхідна для забезпечення ефективного процесу управління в сучасних умовах, повинна бути орієнтована на конкретних користувачів, які приймають відповідні управлінські рішення в певній сфері діяльності.

Система управління портовою діяльністю повинна створюватися на основі поєднання принципів централізованої і децентралізованої обробки інформації. Інформаційна система обліку повинна бути складовою інтегрованої структури портового підприємства.

Важливу роль у використанні інформації відіграють:

- засоби її реєстрації, обробки, накопичення і передачі;
- систематизоване зберігання і видача інформації у необхідній формі;
- виробництво нової числової, графічної та іншої інформації.

Інформаційна система повинна будуватися на наступних принципах: типізація процесів, які відбуваються в порту; однократність введення і багаторазовість використання інформації; раціоналізація документообігу і каналів обміну інформацією; організація єдиної системи зберігання і пошуку інформації; стандартизований формат представлення даних (зручний користувальницький інтерфейс); стандартизація процедур введення, коректування, отримання інформації.

На відміну від програмно-технічного, обліково-методологічний та організаційний аспекти не можуть розглядатися як загальнотеоретичні. Облікова інфраструктура формується під впливом тих же факторів, що і сам контур управління, тобто до певної міри є унікальною, обумовленою поєднанням економічних, юридичних, організаційних, техніко-технологічних та інших факторів. Тому розгляд цих аспектів переходить, як правило, у площину прикладних досліджень для конкретного портового підприємства.

Таким чином, низька ефективність менеджменту на підприємствах актуалізує необхідність формування концепції обліково-інформаційної інфраструктури підприємства, адекватної новим економічним умовам. У сучасних умовах не в усіх великих морських торгових портах створені і ефективно діють інформаційні системи, які обслуговують виробничий процес, і надають інформацію хоча б за кількісними показниками.

У зв'язку з цим увагу варто звернути на точне формулювання питань, що виникають у сфері оперативного управління, та отримання інформації в найкоротші терміни для прийняття необхідних рішень.

Залежно від характеру і змісту потрібної інформації слід визначати відповідні технічні засоби і методи обробки інформації.

Список літератури

1. Олефир, И. М. Теоретические и организационно-методические основы управления стивидорной деятельностью в морских торговых портах [Текст] : Дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.04. / Олефир, И. М. – Одесса, 2007. - 194 с.
2. Примачев, Н. Т. Морские торговые порты в системе интермодальных сообщений [Текст] / Н. Т. Примачев, С. Н. Примачева. – Одесса : ИПРЭИ НАН Украины, 2001. – 214 с.
3. Степанов, О. Н. Мировая торговля, транспорт и тенденции развития портового хозяйства [Текст] : монография / О. Н. Степанов. – Одесса: Астропринт, 2001. – 124 с.
4. Эллот, А. Управленческий учет в условиях современных производственных технологий [Электронный ресурс] / Анита Эллот. – GAAP.Ru. – Режим доступа: <http://www.gaap.ru/biblio/mngacc/ideology/001.asp>.
5. Аткинсон, Э. Управленческий учет [Текст] / Энтони А. Аткинсон, Раджив Д. Банкер, Роберт С. Каплан, С. Марк Янг.; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. - 880 с.

РЕЗЮМЕ

Чиж Людмила, Хотеева Наталья

Особенности формирования информационного обеспечения анализа деятельности морских торговых портов

В статье порт как специфическая динамическая система, рассмотрена с информационной точки зрения. Установлено, что спрос на информацию, которая необходима для анализа деятельности, определяется иерархическим уровнем портового предприятия. Предлагается перечень данных, которые используются на уровнях стратегического управления, управления перегрузочными комплексами, вспомогательными подразделениями и на уровне обслуживания клиентов.

RESUME

Chyzh Lyudmyla, Khotyeyeva Natalia

Features of information of the analysis of sea ports

In this article the port is investigated from the informational point of view as a specific dynamic system. It was established that the demand for information that is necessary to analyze the activities, is determined by the hierarchical level of the port company. It is proposed a list of data that are used at the levels of strategic management, management of handling systems, management of auxiliary units and at the level of customer service.

Стаття надійшла до редакції 17.02.2011 р.

Ірина ЧМУТОВА

кандидат економічних наук,
доцент кафедри банківської справи,
Харківський національний економічний університет

Юнна ТИСЯЧНА

викладач кафедри банківської справи,
Харківський національний економічний університет

ОБҐРУНТУВАННЯ ЯКІСНИХ РІВНІВ ПОКАЗНИКІВ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВІДТВОРЮВАЛЬНИМИ ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Обґрунтовано якісні рівні показників ефективності управління відтворювальними процесами підприємства на основі побудови функцій приналежності з використанням експертних оцінок та положень теорії нечітких множин.

Ключові слова: відтворювальний процес підприємства, система управління, інтегральний показник, ефективність діяльності, функція приналежності, якісні рівні.

Економічний розвиток країни передбачає постійне розширення виробничого потенціалу, що головним чином забезпечується відтворювальними процесами підприємств. Це передбачає економічну життєздатність зумовлює можливість до подальшого розвитку. Ефективність протікання відтворювальних процесів залежить від ефективності управління поєднанням та використанням факторів виробництва: природних ресурсів, праці, капіталу, підприємницьких здібностей, науки та інформації. Дослідженню відтворювальних процесів присвячені роботи М. А. Золотарьова, А. Г. Вагонової, Н. А. Єфименко, С. М. Козьменка, Т. А. Васильєвої, І. Д. Скляра, Л. М. Ільїна, О. В. Кленіна, П. А. Лайко та Л. О. Березовської та ін. [1; 4-7; 9; 13], проте у більшості з них відтворювальний процес розглядається у розрізі окремого фактору виробництва, що не дає цілісного уявлення про їх рух та взаємодію.

На підприємстві поєднання факторів виробництва здійснюється у межах наступних функціональних підсистем: загального менеджменту, виробничої, логістичної, фінансової, маркетингу, менеджменту персоналу, інновацій, інформації, організаційної культури, які формують систему управління відтворювальними процесами підприємства (СУВП). Функціонування кожної з підсистем описується певною сукупністю часткових показників, які об'єднуються у інтегральні таксономічні показники для комплексної оцінки управління відтворювальними процесами.

Важливим для розробки управлінських впливів на останні є визначення взаємозв'язку між їх протіканням та загальною ефективністю діяльності підприємства, оскільки управляти ефективністю необхідно через вплив на відтворення [11, с. 71]. Більшість науковців вважають, що ефективність діяльності підприємства доцільно визначати через показник рентабельності виробництва [2; 3; 8; 10; 12; 14].

Проте висновки щодо здійснення відтворювальних процесів підприємства та якості управління ними можна робити тільки на основі розмежування та характеристики рівнів інтегральних показників та показника рентабельності виробництва. Недостатня розробленість окреслених питань обумовлює

актуальність теми даної статті.

Метою статті є обґрунтування якісних рівнів інтегральних показників складових системи управління відтворювальними процесами підприємства та показника ефективності діяльності підприємства (рентабельності виробництва).

Для досягнення поставленої мети пропонується використання функцій приналежності, побудованих на експертних оцінках, з використанням положень теорії нечітких множин. Теорія нечітких множин вже отримала застосування у економічних дослідженнях, проте, як зазначає О. М. Ястремська [15], недостатньо вирішеною лишається проблема переходу від якісних ознак економічних явищ та характеристик до їх кількісного визначення.

Теорія нечітких множин втілює собою підхід до описання бізнес-процесів, де присутньою є невизначеність, яка ускладнює і навіть виключає застосування точних кількісних методів та підходів. Точні значення вхідних змінних перетворюються в значення лінгвістичних змінних через застосування деяких положень теорії нечіткої множини, а саме – за допомогою певних функцій приналежності. Приналежність кожного точного значення до одного з термів лінгвістичної змінної визначається через функцію приналежності.

Основою для будування функції приналежності виступають експертні оцінки. Для проведення експертної оцінки параметрів рентабельності виробництва та оцінки стану системи управління відтворювальними процесами підприємства та її складових на основі інтегрального показника було опитано 15 експертів, до складу яких увійшли керівники та співробітники структурних підрозділів, зокрема планово-економічного відділу, відділу збуту і маркетингу, відділу кадрів 8 підприємств м. Харкова.

Якісний склад експертів визначався наступними характеристиками: 100 % експертів має вищу освіту, при цьому понад 60 % експертів працюють за фахом понад 10 років, середній вік респондентів – 40 років.

За допомогою експертних оцінок встановлюються значення параметрів рентабельності виробництва,

інтегральних показників оцінки системи управління відтворювальними процесами підприємства та її складових, де функція приналежності визначає залежність між частотою віднесення параметрів і кількісними характеристиками їх інтегральних показників до певного класу "низький", "середній", "високий". Частота визначається питомою вагою відповідей експертів щодо приналежності визначеному класу ефективності до загальної кількості відповідей.

Наступним етапом є будовання графіків функцій приналежності, які визначають залежність між значеннями рентабельності виробництва підприємства та відповідних інтегральних показників оцінки системи управління відтворювальними процесами підприємства та її підсистем (на осі X) та частоти віднесення значень рентабельності виробництва та інтегральних показників ефективності до певних класів на основі відповідей експертів. Отримані графіки функцій приналежності інтегральних показників оцінки системи управління відтворювальними процесами підприємства та її складових до якісних ознак відрізняються, проте графіки функцій приналежності інтегральних показників оцінки виробничої, фінансової, інформаційної підсистем, а також підсистеми

менеджменту персоналу мають однаковий вигляд – пряма, паралельна осі X, що обумовлено усіма віднесенням експертами інтегральних показників цих підсистем до першого класу із високим рівнем функціонування.

Побудовані графіки функцій приналежності дозволяють кількісно визначити межі виділених рівнів, при цьому спрямованість значень функцій приналежності рівнів досліджуваних показників до одиниці обумовлює вірогідність меж інтервалу цих рівнів, тобто чим більше значення функцій приналежності визначених рівнів прямують до одиниці, тим впевненіше можна стверджувати, що рентабельність виробництва та інтегральні показники оцінки системи управління відтворювальними процесами підприємства та її складових, належать до певного рівня.

За суворими умовами можна виділяти п'ять інтервалів якісних ознак рівнів досліджуваних показників: низький, низький або середній, середній, середній або високий, високий (табл. 1).

При розмежуванні інтервалів за перетином функцій приналежності, що характеризують різні рівні якісних ознак, реалізується помірною умова, і відповідно

Таблиця 1. Межі якісних ознак значень показників оцінки управління відтворювальними процесами підприємства згідно з побудованими функціями приналежності

Показники		Кількісні значення меж якісних ознак				
		низька	низька або середня	середня	середня або висока	висока
Рентабельність виробництва підприємства		-0,11; 0,3	0,3;0,339	0,339;0,497		
Інтегральний показник оцінки СУВП				0,578;0,696	0,696;0,702	0,702;0,767
Інтегральний показник оцінки складових системи управління відтворювальними процесами підприємства	підсистеми загального менеджменту	0,266;0,397	0,397;0,462	0,462;0,683	0,683;0,701	0,701;0,949
	підсистеми інновацій	0,282;0,399	0,399;0,4	0,4;0,599	0,599;0,626	0,626;0,762
	підсистеми маркетингу	0,234;0,629	0,629;0,706	0,706;0,929		
	логістичної підсистеми	0,33;0,39	0,39;0,53	0,53;0,695	0,695;0,703	0,703;0,98
	підсистеми організаційної культури	0,267;0,395	0,395;0,405	0,405;0,632	0,632;702	702; ∞

до неї інтервалів може бути три: низький, середній, високий. Межі інтервалів жорсткого розподілу визначаються за графіком відповідності певного інтервалу одиниці, а межі якісних ознак за помірними умовами доцільно визначити наступним чином.

З рис. 1. видно, що значення рентабельності виробництва підприємства у точках перетину графіків функцій приналежності низького та середнього рівня знаходяться у інтервалах [0,3; 0,339]. На цьому відрізку функції приналежності, що характеризують рівень рентабельності виробництва підприємства, є прямою, а тому у загальному вигляді може бути наведена у вигляді функції $y = k \times x + a$.

При переході з низького до середнього рівня рентабельності виробництва підприємства при $x = 0,3$, функція $y = 0,533$, якщо $x = 0,339$, то функція $y = 0,333$.

Для знаходження функції, що відображає значення середнього рівня рентабельності виробництва підприємства на відрізку [0,3;0,339] необхідно вирішити систему рівнянь:

$$\begin{cases} 0,533 = k \times 0,3 + a \\ 0,333 = k \times 0,339 + a \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} k = -5,128 \\ a = 2,071 \end{cases}$$

Таким чином, функція має наступний вигляд:
 $y = -5,128x + 2,071$.

Так само знаходиться функція, що характеризує на тому ж відрізку середній рівень рентабельності виробництва підприємства.

Якщо $x = 0,133$, то функція $y = 0,467$, якщо $x = 0,339$, то функція $y = 0,4$.

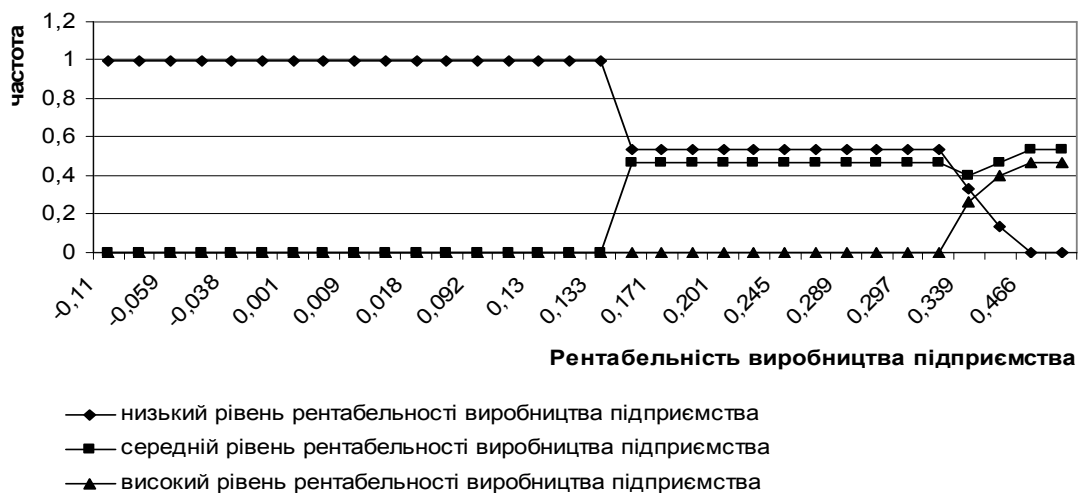


Рис. 1. Функція приналежності рентабельності виробництва підприємства до якісних ознак низького, середнього та високого рівнів

$$\begin{cases} 0,467 = k \times 0,3 + a \\ 0,4 = k \times 0,339 + a \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} k \approx -1,718 \\ a \approx 0,982 \end{cases}$$

$$y = -1,718x + 0,982.$$

Для того, щоб знайти точку перетину функцій приналежності рентабельності виробництва підприємства з низького до середнього рівня, необхідно вирішити наступну систему рівнянь:

$$\begin{cases} y = -5,128 \times x + 2,071 \\ y = -1,718 \times x + 0,982 \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} x \approx 0,319 \\ y = 0,434 \end{cases}$$

Значення рентабельності виробництва підприємства, яке дорівнює 0,319, є перехідним із низького рівня рентабельності виробництва підприємства до середнього.

Таким чином, якщо значення рентабельності виробництва підприємства знаходиться у інтервалі $[-0,11; 0,319]$, то рівень рентабельності виробництва підприємства є низьким, якщо у інтервалі $[0,319; 0,497]$ – середнім.

Аналогічно проводиться розмежування інтегральних показників оцінки системи управління відтворювальними процесами підприємства у розрізі її складових за якісними ознаками рівня на помірних умовах.

У роботі на основі положень теорії нечітких множин визначено межі якісних ознак інтегральних показників оцінки системи управління відтворювальними

процесами підприємства, її складових та рентабельності виробництва (табл. 2).

Розроблені шкали, що визначають відповідність між якісними і кількісними ознаками характеристик значень рентабельності виробництва підприємства та інтегральних показників оцінки системи управління відтворювальними процесами підприємства та її складових, можуть бути використані для обґрунтування комплексу заходів, спрямованих на забезпечення генерації прибутку від виробничої діяльності для здійснення розширеного безперервного відтворення.

Список літератури

1. Вагонова, А. Г. *Воспроизводство в угольной промышленности* [Текст] : монография / А. Г. Вагонова. – Донецк : НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти, 2004. – 160с.
2. Володькіна, М. В. *Економіка промислового підприємства* [Текст] : навчальний посібник для вузів / М. В. Володькіна. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 195 с.
3. Діденко, В. М. *Менеджмент* [Текст] : підручник для вузів / В. М. Діденко. – К. : Кондор, 2008. – 582 с.
4. Єфіменко, Н. А. *Управління процесами відтворення машинобудування* / Н. А. Єфіменко. – Черкаси, 2007. – 376 с.
5. Золотарев, А. Н. *Повышение продуктивности воспроизводственных процессов (на примере машиностроения)* [Текст] : монография / А. Н. Золотарев. – Харьков : Изд. Дом. «ИНЖЭК», 2004. – 172с.
6. Ільїн, Л. М. *Ефективність відтворення трудового*

Таблиця 2. Розмежування значень показників ефективності управління відтворювальними процесами підприємства за якісними ознаками рівня (помірні умови)

Показник	Якісна ознака показників			
	низький	середній	високий	
Рентабельності виробництва підприємства	$[-0,11; 0,319]$	$[0,319; 0,497]$		
Інтегральний показник оцінки СУВПП		$[0,578; 0,697]$	$[0,697; 0,767]$	
Інтегральні показники оцінки складових системи управління відтворювальними процесами	підсистеми фінансового менеджменту		$[0,765; 0,851]$	
	виробничої підсистеми		$[0,782; 0,822]$	
	підсистеми менеджменту персоналу		$[0,748; 0,858]$	
	підсистеми загального менеджменту	$[0,266; 0,4295]$	$[0,4295; 0,69]$	$[0,69; 0,949]$
	підсистеми інновацій	$[0,282; 0,399]$	$[0,399; 0,607]$	$[0,607; 0,762]$
	підсистеми маркетингу	$[0,234; 0,496]$	$[0,496; 0,662]$	$[0,662; 0,929]$
	логістичної підсистеми	$[0,331; 0,462]$	$[0,462; 0,698]$	$[0,698; 0,98]$
	інформаційної підсистеми			
підсистеми організаційної культури	$[0,263; 0,4]$	$[0,4; 0,635]$	$[0,635; 0,702]$	

-
- потенціалу України [Текст] : монографія / Л. М. Льїн. – К. : Енергія плюс, 2007. – 212с.
7. Кленін, О. В. Ефективність відтворення основного капіталу підприємств [Текст] / О. В. Кленін. – Донецьк, 2006. – 196с.
 8. Ковалев, В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст] : учебник для вузов / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М. : Проспект, 2004. – 421 с.
 9. Лайко, П. А. Ефективність використання та відтворення основного капіталу сільськогосподарських підприємств [Текст] / П. А. Лайко, Л. О. Березовська. – К. : ННЦ "Ін-т аграрної економіки", 2006. – 192с.
 10. Литвин, Б. М. Економіко-аналітична діяльність в організації [Текст] : підручник для вузів / Б. М. Литвин, Тернопільський національний економічний університет. – К. : Хай-Тек Прес, 2009. – 351 с.
 11. Павлюченко, В. И. Управление эффективностью экономических процессов [Текст] / В. И. Павлюченко. – М.: Мысль, 1986. – 259 с.
 12. Хмель, С. Н. Совершенствование методики расчета экономических показателей как условие обеспечения адекватной оценки результатов производственно-хозяйственной деятельности [Текст] / С. Н. Хмель, В. И. Хмель // Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Економічна серія. – 2009. – № 851. – С. 123-130.
 13. Циклы воспроизводства капитала [Текст] : монографія / С. Н. Козьменко, Т. А. Васильева, И. Д. Скляр и др. – Сумы : Деловые перспективы, 2005. – 221 с.
 14. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа [Текст] / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – М.: ИНФРА, 1996. – 176 с.
 15. Ястремська, О. М. Застосування теорії нечітких множин для якісного розмежування характеристик підприємств (на прикладі підприємств машинобудівної, харчової та легкої промисловості) [Текст] / О. М. Ястремська // Економіка розвитку. – 2006. – №3 (39). – С. 95-101.

РЕЗЮМЕ

Чмутова Ирина, Тысячная Юнна

Обоснование качественных уровней показателей эффективности управления воспроизводственными процессами предприятия

В статье обоснованы качественные уровни показателей эффективности управления воспроизводительными процессами предприятия на основе построения функций принадлежности с использованием экспертных оценок и положений теории нечетких множеств.

RESUME

Chmutova Iryna, Tysyachnaya Yunna

High-quality levels ground of indexes of reproduction processes management efficiency of enterprise

Efficiency managing must be done within impaction on reproduction. But conclusions about implementation company reproductive processes and their quality management must be done only on the base of delineation and characteristics of the levels of integrated performance and profitability of production. In this article levels of performance and quality control of the company reproductive processes based on accessory function of belonging using expert rates and the theory of fuzzy sets are justified.

Стаття надійшла до редакції 04.04.2011 р.

МОДЕЛЮВАННЯ НЕВІДЧУТНИХ АКТИВІВ ЯК ЛАТЕНТНИХ ПОКАЗНИКІВ

На основі аналізу підходів до дослідження невідчутних активів підприємств встановлено їх неоднозначність та відсутність єдиної методології. Обґрунтовано доцільність моделювання невідчутних активів підприємств як латентних показників. Запропоновано концептуальну модель невідчутного активу у якості останнього.

Ключові слова: нематеріальні активи, невідчутні активи, оцінка, латентні змінні.

На сучасному етапі розвитку світової економічної системи спостерігаються процеси переходу від індустріального до постіндустріального виробництва, глобалізації, інформатизації. Сьогодні підприємство для досягнення високих соціально-економічних результатів повинно акцентувати свою увагу не тільки на матеріальних ресурсах підприємства. Високорозвинута економіка змушує усвідомити необхідність формування нових понять і методології оцінювання її активів, оскільки основою такої економіки постають нематеріальні фактори розвитку, що потребує інших підходів до оцінювання. Останнім часом такі ознаки набувають важливого значення в розумінні тих економічних процесів, що відбуваються у так званій новій економіці, яка відома ще як „Невідчутна Економіка” – *Intangible Economy* [11].

Головна ідея цієї економічної концепції полягає у тому, що внутрішня вартість компаній значним чином заснована на невідчутних елементах, деякі з яких не можуть бути виміряні безпосередньо. Наприклад, концепції, подібні до іміджу, бренду, обслуговування споживачів, інтелектуального капіталу, інноваційного потенціалу є деякими з невідчутних складових фірми. На сьогодні відсутнє єдине означення невідчутних елементів бізнесу, у широкому розумінні вони можуть розглядатися як нефізичні і нефінансові ресурси організації, що підвищують її вартість [12].

Тому постає проблема розроблення адекватної методології вимірювання, оцінювання та аналізу факторів діяльності підприємства, що не окреслюються показниками фінансової звітності.

Як свідчать результати численних досліджень, у наш час пріоритетними стають “нематеріальні” фактори економічного розвитку – інтелектуальні, інформаційні, організаційні, управлінські та людські ресурси.

Для їх опису у науковому світі з’явився ряд нових економічних категорій – інтелектуальний капітал підприємства, людський капітал, бренд, імідж, задоволеність споживачів, лояльність тощо. Огляд наукових статей і практичних журналів вказує на те, що цим термінам приділяється все більше уваги. Деякі автори ототожнюють ці поняття з нематеріальними активами, інші розширюють означення цих категорій. Проблема удосконалення оцінювання нематеріальних активів присвячено багато наукових праць як західних економістів, серед яких Д. Андріссен, Р. Каплан, Д. Нортон, М. Портер, Дж. Стігліц, так і вітчизняних дослідників О. Кендюхова, Ж. Шульги,

А. Чухно та ін.

Аналіз сучасного стану найбільш відомих в літературі підходів щодо складу, структури та показників оцінювання невідчутних активів показав, що вони не завжди є узгодженими, а в деяких випадках і суперечать один одному.

Метою дослідження є обґрунтування доцільності моделювання невідчутних активів підприємств як латентних показників на основі відповідної статистичної методології.

Розвинений світ переживає перехід від індустріального суспільства, яке ґрунтувалося на сталі, автомобілях та машинах, до нового, що побудоване на кремнії, комп’ютерах і мережах. Відповідним чином протягом останніх 20-30 років відбуваються і значні зміни в структурі активів підприємств. Сформовані протягом століть підходи до управління підприємством, коли головною цінністю були матеріальні (речові, тілесні) ресурси, втрачають свої провідні позиції. За сучасних умов вони відіграють все меншу роль у забезпеченні ефективного функціонування підприємства, поступаючись інтелектуальному капіталу. Це зумовлює необхідність переорієнтації системи обліку та аналізу на забезпечення інформації про невідчутні фактори розвитку підприємства, які лише частково відображаються чинною обліковою системою – у формі надання інформації про нематеріальні активи [2 с. 34].

Зараз організації використовують різноманітні методів і підходів для отримання картини їх поточного стану і результативності. Традиційний підхід до вимірювання стану підприємства заснований на спостереженні фінансових та економічних показників, таких, як дохід, собівартість, грошові потоки та інше.

Фінансова звітність, яка формується на підприємствах, не містить репрезентативної інформації про різні аспекти діяльності підприємства, що визначають його конкурентні переваги і ринкову вартість. Цей факт підтверджується численними продажами компаній, ціна купівлі яких не збігається з балансовою вартістю. У той же час невідчутні елементи стають все більш важливими через швидке зростання сервісу протягом останніх двох десятиріч. Дійсно, існуючий тренд полягає у тому, що важливість фізичних товарів і основних активів послідовно зменшується порівняно із невідчутною діяльністю фірм [12].

Як зазначає І. Нападовська [5, с. 243], зарубіжна практика свідчить про те, що на сьогодні системи

оцінки таких категорій управлінської діяльності, як, наприклад, ефективність, які виходять тільки з фінансових показників звітності, втратили свою дієвість і не орієнтуються на досягнення стратегічних цілей інвестора. Як нефінансові показники, що часто мають вирішальне значення для оцінки становища підприємств, можна навести наступні:

- місце на ринку, динаміка частки ринку, яка належить підприємству, що аналізується;
- географічне розташування підприємства, близькість до ринків ресурсів і збуту;
- якість продукції, робіт, послуг, запропонованих клієнтам;
- мотивація та діловий імідж персоналу і менеджменту підприємства.

Кожен без винятку показник фінансово-господарської діяльності підприємства є результатом взаємодії дуже великої кількості факторів.

Для вивчення дій та впливу на показники, які досліджується, їх необхідно певним чином класифікувати.

За своїм змістом усі фактори, які вивчаються у фінансово-економічному аналізі, можна розділити на:

- матеріальні-невідчутні (нематеріальні);
- фінансові-нефінансові (соціально-економічні).

Такий принцип розподілу дає підстави утворення класифікації факторів розвитку, як показано в табл. 1 [13, с. 281].

Терміни «нематеріальні активи» та «інтелектуальна власність» чітко визначені і закріплені законодавчими

Таблиця 1. Класифікація основних факторів розвитку підприємства

Фактори розвитку			
Фактори розвитку		Фінансові	Нефінансові
	Відчутні	Прибутковість Рентабельність Ліквідність (I)	Якість продукту Продуктивність Часові витрати (II)
	Невідчутні	Вартість бренду Гудвіл Вартість нематеріальних активів (III)	Компетенції персоналу (знання та інтелектуальний капітал) Задоволеність споживачів Лояльність Мотивація та задоволеність працівників Інноваційність (IV)

актами, але не включають знань, компетенції, навичок працівників, формалізованих знань в інформаційних системах підприємства, взаємовідносин з клієнтами тощо. Таким чином, можна вважати, що категорія «невідчутні активи» складається з інтелектуального капіталу, нематеріальних активів та інших невідчутних факторів розвитку [1, с. 98].

Якщо теорія та методологія оцінювання відчутних факторів розвитку, і зокрема фінансових (квадрат I), розроблена доволі повно [4], то стосовно категорій, які утворюють квадрати II і III, існує ряд методологічних проблем. Ще більшою мірою це стосується показників, які утворюють квадрат IV – нематеріальних і нефінансових факторів. Як показує аналіз ряду джерел [6, 9], визначення та склад зазначених факторів або схожі в основному між собою, або доповнюють одне визначення іншим, однак жодне з них не дає чіткої і вичерпної характеристики невідчутних активів. Відсутність єдиного концептуального підходу до вимірювання розглянутих факторів розвитку підприємства, а також групових факторів, що впливають на їх рівень, означає, що будь-який дослідник у цій сфері зіштовхується з так званими латентними

(прихованими) показниками, про величину яких можна отримати оцінку на основі значень їхніх зовнішніх виявів – ознак-індикаторів [7, с. 274, 8].

Необхідність вимірювання таких гіпотетичних конструкцій, які є результатом людської думки, потребує їх операціоналізації, тобто утворення системи вимірювання. Співвідношення між теоретичними концепціями та їх відображенням за допомогою інструментарію спостережень наведено на рис. 1.

Оскільки жоден з типів латентних змінних не може спостерігатися безпосередньо, то вимірюються індикатори, що репрезентують їх різні властивості.

Поняття індикатора може бути використане в різних контекстах. Сам термін «індикатор» широко використовується в якості сучасного синоніму поняття «показник». Однак він також має і власне тлумачення: індикатор – це доступна спостереженню та вимірюванню характеристика (ознака) об'єкту, який досліджується, і яка в процесі дослідження представляє інші характеристики, що звичайно недоступні вимірюванню (латентні ознаки) [8].

Концепція невідчутних активів є економічним відображенням латентних показників. Це є головною

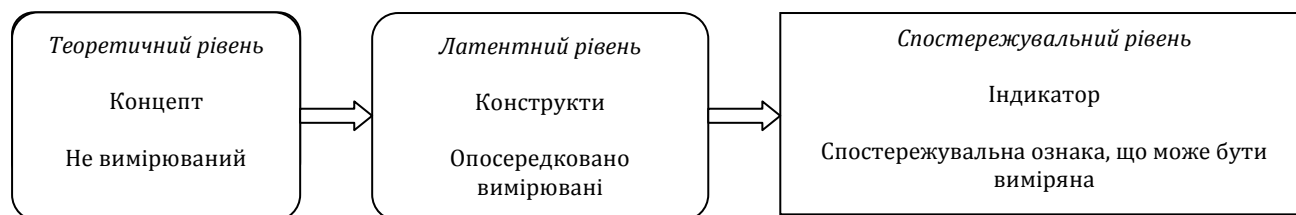


Рис. 1. Концептуальна схема співвідношення „теорія – інструментарій”.

причиною використання спеціальних статистичних методів при вимірюванні латентних ознак, моделюванні можливих причинно-наслідкових зв'язків між ними та дослідження їх структури.

Практичне оцінювання невідчутних факторів розвитку стає можливим завдяки застосуванню статистичної методології моделювання латентних змінних (англ. *latent variable modeling - LVM*).

Ця теорія ґрунтується на концептуальному означенні латентної змінної як такої, вплив якої знаходить своє відображення через інші ознаки-індикатори, які спостерігаються. Для такого відображення створюється спеціальна модель, що заснована на використанні спеціальних статистичних методів.

На сучасному етапі розвитку до моделей латентних змінних відносять наступні: моделі головних компонент; моделі факторного аналізу; моделі багатовимірних залежних латентних змінних; моделювання структурними рівняннями з латентними змінними; розширені моделі з взаємодією екзогенних ознак і латентні моделі динаміки [14, с. 83].

Аналіз підходів до представлення нематеріальних факторів вказує на те, що при цьому враховується достатньо великий набір ознак-індикаторів, які представляють групові фактори, і які в свою чергу характеризують різні сторони діяльності підприємства. На практиці невідчутні активи можуть мати різні складові: так бренд – найбільш важливий актив – часто утворюється як поєднання інноваційної складової і організаційної структури [3].

Це дозволяє дійти висновку про те, що значна кількість понять, які утворюють невідчутні активи, є не тільки складними, але й ієрархічними, тобто такими, структура яких містить кілька взаємопов'язаних та взаємно підпорядкованих рівнів показників.

Вирішення даної проблеми стає можливим завдяки застосуванню статистичної методології моделювання структурними рівняннями з латентними змінними.

Найчастіше припускається існування лінійних

зв'язків між латентними ознаками, тому найбільш поширеною моделлю у структурних рівняннях є так звана модель лінійних структурних зв'язків *LISREL* (англ. - *Linear Structural Relationships*).

Головними перевагами, які надає досліднику методологія моделювання латентних показників, є наступні [14]:

а) можливість оцінювання латентних змінних за їх вимірювальними ознаками;

б) аналіз зв'язків між латентними змінними без зміщень оцінок параметрів, спричинених помилками вимірювання;

в) одночасне конструювання структурної (теоретичної) та вимірювальної (спостережувальної) частин моделі.

Існує кілька причин для застосування моделювання структурними рівняннями при дослідженні невідчутних активів підприємств.

Перша полягає у використанні кількох спостережувальних ознак для об'єктивного відображення об'єкта дослідження. Використання незначної кількості ознак обмежує можливості розуміння складних явищ та процесів.

Друга причина закорінена у підвищенні надійності та валідності отриманих в результаті дослідження оцінок рівня явища. Помилки вимірювань є важливим питанням, але за традиційного підходу вони у статистичному аналізі даних розглядаються окремо. Моделювання структурними рівняннями безпосередньо враховує помилки вимірювань як складову моделі у своєму процесі.

Третя причина стосується у можливості моделювання структурними рівняннями зв'язків між латентними ознаками, наприклад, задоволеності споживачів підприємства та факторами її розвитку, які в свою чергу доцільно розглядати як латентні змінні [7, с. 274].

Концептуальна модель категорії, що є невідчутним активом, як латентного показника наведена на рис. 2.

Як залежна латентна змінна, виступає

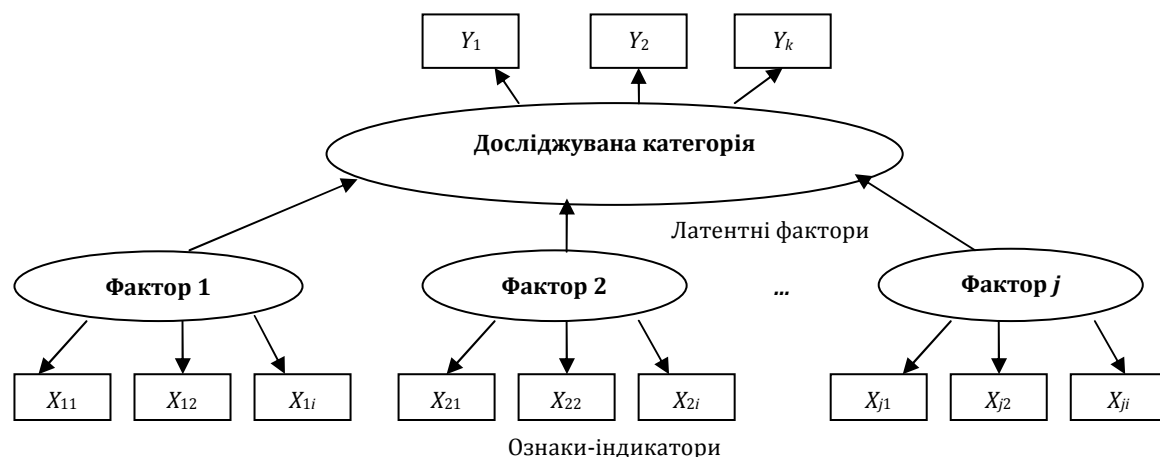


Рис. 2. Концептуальна модель невідчутного активу підприємства як латентного показника

досліджуваною категорією діяльності підприємства, незалежні латентні змінні – фактори розвитку цієї категорії. У свою чергу кожен фактор вимірюється через відповідні спостережувальні ознаки – індикатори.

На основі зв'язків між змінними, які спостерігаються, і латентними ознаками можна обчислити значення останніх. Оцінки латентних змінних розраховуються як середня зважена зі значень ознак-індикаторів. На

відміну від ваг, наданих експертним чи іншим шляхом, значення вагових коефіцієнтів визначаються за результатами моделювання і мають об'єктивний характер [7, с. 277].

Оцінки коефіцієнтів зв'язків між латентними змінними дозволяють визначити істотні фактори, дослідити їх вплив на категорію, яка досліджується.

Після отримання оцінок коефіцієнтів потрібно

перевірити адекватність запропонованої теоретичної моделі реальним даним. З цією метою використовується ряд показників [10]. Якщо модель, яка пропонується, незадовільно підтверджує теоретичні положення, покладені в її основу, потрібно здійснити моделювання на основі інших альтернативних моделей.

При теоретичному обґрунтуванні та оцінюванні невідчутних активів підприємств доцільно користуватися методологією моделювання латентних змінних. Методологія моделювання латентних показників дозволяє:

- створювати доволі складні моделі категорій невідчутних активів, і здійснювати їх верифікацію, що дозволяє практично підтвердити теоретичні положення, покладені в основу моделей;
- отримувати як інтегральні оцінки нематеріальних активів діяльності підприємства, так і оцінки їх окремих складових, що дозволяє вирішувати різноманітні завдання управління підприємством.

Список літератури

1. Білов, Г. О. Теоретичний аспект та класифікація інтелектуального капіталу підприємства [Текст] / Г. О. Білов // Наукові праці. Науково-методичний журнал ЧДУ імені Петра Могили. — 2008. — № 99. — с. 96-100.
2. Каплан, Р. С. Стратегические карты : трансформация нематериал. активов в материал. результаты [Текст] : [пер. с англ.] / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон. — М. : Олимп-Бизнес, 2005. — 482 с. : ил. ; 24 см. - Указ. имен. и предм.: с. 469-482.
3. Кендюхов, О. В. Брендинг : проблема схвалення оптимальних рішень [Текст] / О. В. Кендюхов // Економічний вісник Донбасу. — 2008. — №3. — С.93-99.
4. Малярець, Л. М. Вимірювання ознак об'єктів в економіці: методологія та практика [Текст] / Л. М. Малярець // Наукове видання. — Харків: ХНЕУ, 2006. — 384 с.
5. Нападовська, І. В. Аналіз аспектів інвестиційної привабливості промислових підприємств Одеської області [Текст] / І. В. Нападовська // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. статей. Вип. 27. — Одеса : ОДЕУ. — 2007. — С. 239-245.
6. Шульга, Ж. О. Інтелектуальний капітал як об'єктивна економічна категорія [Текст] / Ж. О. Шульга // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2010. — №2 (10). — С.106-111.
7. Чорний, А. Ю. Вітчизняний досвід моделювання латентних економічних категорій: індекс задоволеності споживачів [Текст] / А. Ю. Чорний // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 8. — С. 273-278.
8. Янковой, О. Г. Статистична оцінка латентних економічних ознак [Текст] / О. Г. Янковой // Теорія і методологія статистичного аналізу: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 100-річчю Пасхавера Й. С. — К. : КНЕУ, 2006. — С. 327-335.
9. Ярема, І. І. Інтелектуальний капітал підприємства: структурний підхід [Текст] / І. І. Ярема, А. О. Босак // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. — 2009. — № 657. — С.138-143.
10. Bentler, P. M. Comparative Fit Indexes in Structural Models [Text] / P.M. Bentler // Psychological Bulletin. — 1990. — № 107 (2). — P. 238-46.
11. Goldfinger, C. Intangible Economy and its Implications for Statistics and Statisticians [Text] / C. Goldfinger // International Statistical Review. — 1997. — vol. 65 — P. 191-220.
12. Lev, B. Intangibles: Management, Measurement, and Reporting [Text] / B. Lev. — Brookings Institution Press, Washington, DC. — 2001. — 228 p.
13. Lönnqvist, A. Measurement Of Intangible Assets [Text] / A. Lönnqvist // Frontiers A Journal of Women Studies. — 2002. — P. 275-294.

14. Muthen, B. O. Beyond Sem: General Latent Variable Modeling [Text] / Bengt O. Muthen // Behaviormetrika — 2002.— Vol.29, No.1. — P. 81-117.

РЕЗЮМЕ

Черный Антон

Моделирование неосязаемых активов предприятий как латентных переменных

На основе анализа подходов к исследованию неосязаемых активов предприятий установлена их неоднозначность и отсутствие единой методологии. Обоснована необходимость моделирования неосязаемых активов как латентных показателей. Предложена концептуальная модель измерения нематериального актива как латентного показателя.

RESUME

Chornyj Anton

Modeling of the Firm Non-financial Assets as Latent Variables

Different concepts related to the measurement of the intangible assets are analysed in this paper and no common methodology is found. The need for modeling of intangible assets as latent variable is established and its conceptual model of is proposed.

Стаття надійшла до редакції 04.04.2011 р.

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЕВООБРОБНОЇ ГАЛУЗІ НА ОСНОВІ ТЕОРІЇ НЕЧІТКИХ МНОЖИН

У статті розглянуто методи оцінки конкурентоспроможності підприємств. Наведено приклад побудови рейтингу інтегральних оцінок із застосуванням методу вибору на основі нечіткого відношення переваги. Проведено оцінку та аналіз конкурентоспроможності чотирьох підприємств деревообробної галузі Закарпатської області.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, рейтингова оцінка, нечіткі множини.

У ринкових умовах висока конкурентоспроможність підприємства є запорукою отримання високого та стабільного прибутку. У зв'язку з цим перед будь-яким суб'єктом господарювання постійно постає проблема оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства та визначення його місця серед конкурентів.

Категорії конкурентоспроможності приділяють увагу такі автори, як З. М. Андрушкевич, І. В. Багрова, Р. В. Волошин, Т. Г. Дудар, З. С. Каір, А. А. Лук'янченко, О. Г. Нефедотова, А. І. Омелянчук, В. А. Павлов А. В. Смирчинський, В. В. Смирчинський, К. М. Таньков [1; 5].

Значний внесок у дослідження фінансово-виробничої діяльності підприємств та розвиток теорії нечітких множин і лінгвістичного моделювання зробили зарубіжні вчені: Алексеев А. В., Беллман Р., Борисов А.Н., Ванг Д., Заранді М., Кофман А., Крумберг О.А., Орловський С.А., Такагі Т., Танг Дж., Сакава М., Сугено М., Фунг Р. та вітчизняні науковці: Вітлінський В. В., Вовк В. М., Волошин О. Ф., Геєць В. М., Зайченко Ю. П., Лисенко Ю. Г., Лондар С. Л., Матвійчук А. В., Наконечний С. І., Недосекін А. О., Ротштейн А. П., Сявавко М. С., Юринець В. Є. та ін.

Значний внесок у розвиток та застосування нечітких множин у фінансовому аналізі зробив Недосекін А. О. Він зазначає, що невизначеність – це неусувна властивість ринкового середовища, навіть якщо б вдалося врахувати усі істотні ринкові фактори, залишається невизначеність відносно реакції ринку на ті чи інші процеси. Одним з інструментів її моделювання виступає нечітко-множинний опис. Обґрунтування та приклади застосування такого опису, підходи до постановки та розв'язування нечітких оптимізаційних задач досліджували такі вчені, як Зайченко Ю. П., Матвійчук А. В., Недосекін А. О. [3; 4].

Метою статті є вивчення методів рейтингової оцінки конкурентоспроможності підприємств із застосуванням теорії нечітких множин.

Показник конкурентоспроможності має на меті віддзеркалення найістотніших підсумків діяльності і потенційні можливості всіх служб і підрозділів підприємства, а також його здатність реагувати на зміни чинників зовнішнього середовища.

Існує багато методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, але ми будемо використовувати інтегральний. Інтегральні методи передбачають формування і кількісну оцінку єдиного

інтегрального критерію. Оцінка конкурентоспроможності підприємств повинна ґрунтуватися на певному наборі показників обґрунтування складу яких будується виходячи з цілей оцінки і потреб суб'єктів управління. Оцінка конкурентоспроможності може бути проведена на основі розробки рейтингу підприємств, з урахуванням сукупного впливу складових конкурентоспроможності на основі сукупного впливу чинників конкурентоспроможності. Важливою вимогою до такої оцінки є базування на даних офіційної звітності. Також важливим етапом є оцінка вагомості критеріїв.

Дослідження показують, що у наш час запропоновано чимало методик рейтингової оцінки підприємств, кожна з яких вирізняється цілями оцінки, що проводиться, набором початкових параметрів і показників, ступенем застосування автоматизованих баз даних, алгоритмами отримання стандартизованих показників, згортки критеріїв і розрахунку рейтингової оцінки, можливістю використання в динаміці.

Однак, погоджуючись із твердженням Волошина О. Ф., що: «"Нечіткість", як правило, є проявом суб'єктивності осіб, що приймають рішення, експертів та аналітиків, які формулюють задачу прийняття рішень. Тому, як множина альтернатив, множина наслідків, так і зв'язок між ними можуть бути нечіткими. Такі задачі прийняття рішень називаються ЗПР в умовах нечіткої інформації» [2], ми пропонуємо використовувати методи побудови інтегральної функції належності, яка є згорткою функцій належності нечітких множин, що відповідають критеріям, за якими вони оцінюються із врахуванням вагових коефіцієнтів.

Опишемо цей метод детальніше.

Нехай $A = \{a_1, a_2, \dots, a_n\}$ – множина підприємств, конкурентоспроможність яких потрібно визначити. $C = \{c_1, c_2, \dots, c_m\}$ – множина критеріїв, які використовуються для оцінки множини A . Задача полягає у розташуванні (впорядкуванні, ранжуванні) елементів множини A в порядку переваг за значеннями критеріїв множини C .

Оцінки критеріїв, в якості яких виступають значення функцій належності, можна отримувати безпосередньо від експерта (прямий метод), або, якщо у нього виникають труднощі із заданням значень функції належності, можна використовувати деякі опосередковані методи. Наприклад метод вибору альтернатив на основі нечіткого відношення переваги.

Ранжування варіантів відбувається на основі значень функцій належності випуклої комбінації \bar{C} нечітких множин,

$$\mu_{\bar{c}}(a_i) = \sum_{j=1}^m \beta_j \cdot \mu_j(a_i),$$

де $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_m$ - невід'ємні числа $\left(\sum_{j=1}^m \beta_j = 1\right)$, що характеризують відносну важливість критеріїв

C_1, C_2, \dots, C_m . Таким чином, якщо $B = [\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_m]^T$ - матриця коефіцієнтів вагомості використовуваних

параметрів, $M = \begin{bmatrix} \mu_1(a_1) & \dots & \mu_m(a_1) \\ \dots & \dots & \dots \\ \mu_1(a_n) & \dots & \mu_m(a_n) \end{bmatrix}$ - матриця значень функцій належності, то матриця $M_{\bar{c}}$ елементів $\mu_{\bar{c}}(a_1), \dots, \mu_{\bar{c}}(a_n)$, які визначають перевагу підприємств з точки зору конкурентоспроможності, має вигляд

$$M_{\bar{c}} = M \cdot B \quad (1)$$

Підприємством з найкращим рівнем конкурентоспроможності вважається варіант з максимальним значенням функції належності

$$\mu_{\bar{c}}(a^*) = \max_{a_i \in A} \mu_{\bar{c}}(a_i). \quad (2)$$

Важливим етапом у розв'язку задачі вибору виробника є побудова функції належності. У нашій роботі значення функції належності знаходиться опосередкованим методом на основі думки експерта.

Розглянемо метод вибору на основі нечіткого відношення переваги[3]. За допомогою цього методу формуються матриці відношень переваги R_1, R_2, \dots, R_m з функціями належності $\mu_{R_j}(a_i, a_j)$ по кожному критерію. Потім будується згортка відношень R_1, R_2, \dots, R_m у вигляді $Q_1 = \bigcap R_j$, з функцією належності

$$\mu_{Q_1}(a_i, a_j) = \min\{\mu_{R_1}(a_i, a_j), \mu_{R_2}(a_i, a_j), \dots, \mu_{R_m}(a_i, a_j)\}. \quad (3)$$

Визначається множина недомінованих альтернатив Q_1^{no} на множині (A, Q_1)

$$\mu_{Q_1^{no}}(a_i) = 1 - \sup_{a_j \in A} \{\mu_{Q_1}(a_j, a_i) - \mu_{Q_1}(a_i, a_j)\} \quad (4)$$

Використовуючи згортку вихідних відношень R_1, R_2, \dots, R_m у вигляді суми

$$Q_2 = \sum_{j=1}^m \omega_j f_j(x), \quad \sum_{j=1}^m \omega_j = 1, \quad \omega_j \geq 0, \quad \text{будуємо нечітке}$$

відношення переваги Q_2 :

$$\mu_{Q_2} = \sum_{j=1}^m \omega_j \mu_{R_j}(a_i, a_i) \quad (5)$$

Знаходимо нечітку підмножину недомінованих альтернатив по відношенню Q_2

$$\mu_{Q_2^{no}}(a_i) = 1 - \sup_{a_j \in A} \{\mu_{Q_2}(a_j, a_i) - \mu_{Q_2}(a_i, a_j)\} \quad (6)$$

А потім перетин множин Q_1^{no}, Q_2^{no} , і загальну множину недомінованих альтернатив $Q_{no} = Q_1^{no} \cap Q_2^{no}$ з функцією належності

$$\mu_{no}(a_i) = \min\{\mu_{Q_1^{no}}(a_i), \mu_{Q_2^{no}}(a_i)\} \quad (7)$$

Раціональним вважається вибір альтернатив із множини

$$A_{cho} = \left\{ a^* : \mu_{no}(a^*) = \sup_a \mu_{no}(a), a \in A \right\} \quad (8)$$

Приклад побудови рейтингу інтегральних оцінок із застосуванням методу вибору на основі нечіткого відношення переваги.

Для прикладу розглянемо чотири підприємства деревообробної галузі Закарпатської області, зокрема товариство з обмеженою відповідальністю «К'ЛЕН», товариство з обмеженою відповідальністю «Перспектива», товариство з обмеженою відповідальністю «ЕВК» та товариство з обмеженою відповідальністю «РОСИ»-1. Усі підприємства розташовані у Іршавському, Рахівському та Міжгірському районах, а також у м. Мукачево.

Опишемо побудову рейтингу підприємств поетапно.

Насамперед, маючи дані офіційної звітності, будемо систему параметрів та показників конкурентоспроможності підприємства. Таким чином для деревообробної галузі ми пропонуємо систему із п'яти параметрів (фінансова стійкість, ділова активність, ефективність господарської діяльності, ринкова активність, ліквідність та платоспроможність), кількісне вимірювання яких проводиться з допомогою 37 показників.

На другому етапі проводяться обчислення цих показників для кожного підприємства. Наведемо рейтингову таблицю конкурентоспроможності підприємств на основі значень параметрів конкурентоспроможності (таблиця 1).

На третьому етапі проводиться оцінка вагомості параметрів, тобто визначення впливу кожного із них на інтегральний показник. Нами була проведена оцінка за допомогою методу експертного опитування і отримані наступні вагові коефіцієнти для кожного параметра:

- фінансова стійкість підприємства - 0,2;
- ділова активність підприємства - 0,12;
- ефективність господарської діяльності підприємства - 0,33;
- ринкова активність підприємства - 0,11;
- ліквідність та платоспроможність підприємства - 0,24.

На четвертому кроці розраховуємо інтегральну рейтингову оцінку.

Згідно з проведеними обчисленнями на другому етапі формуємо матриці відношень переваги R_1, R_2, \dots, R_5 з функціями належності $\mu_{R_j}(a_i, a_j)$ по кожному параметру:

- фінансова стійкість підприємства

$$\mu_{R_1}(a_i, a_j) = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 & 1 \\ 1 & 1 & 1 & 1 \\ 1 & 0 & 1 & 1 \\ 0 & 0 & 0 & 1 \end{pmatrix};$$

Таблиця 1. Рейтинг конкурентоспроможності учасників деревообробної галузі Закарпатської області за 2009 рік

	ТОВ «К'ЛЕН»	ТОВ «Перспектива»	ТОВ «ЕВК»	ТОВ «РОСИ»-1
Фінансова стійкість	3	1	2	4
Ділова активність	4	3	2	1
Ефективність господарської діяльності	3	1	2	4
Ринкова активність	4	3	2	1
Ліквідність та платоспроможність	1	3	2	4

ділова активність підприємства

$$\mu_{R_2}(a_i, a_j) = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 \\ 1 & 1 & 0 & 0 \\ 1 & 1 & 1 & 0 \\ 1 & 1 & 1 & 1 \end{pmatrix};$$

коефіцієнти обчислені на третьому етапі:

$$\mu_{Q_2}(a_i, a_j) = \begin{pmatrix} 1 & 0,24 & 0,24 & 0,77 \\ 0,76 & 1 & 0,53 & 0,77 \\ 0,76 & 0,47 & 1 & 0,44 \\ 0,23 & 0,23 & 0,23 & 1 \end{pmatrix}$$

ефективність господарської діяльності підприємства

$$\mu_{R_3}(a_i, a_j) = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 & 1 \\ 1 & 1 & 1 & 1 \\ 1 & 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 1 \end{pmatrix};$$

Наступним кроком є знаходження підмножини невідомінованих альтернатив по відношенню Q_2 :

$$\mu_{Q_2}^{no}(a_1) = 1 - \sup\{0,76 - 0,24; 0,76 - 0,24; 0,23 - 0,77\} = 0,48$$

ринкова активність підприємства

$$\mu_{R_4}(a_i, a_j) = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 \\ 1 & 1 & 0 & 0 \\ 1 & 1 & 1 & 0 \\ 1 & 1 & 1 & 1 \end{pmatrix};$$

$$\mu_{Q_2}^{no}(a_2) = 1 - \sup\{0,24 - 0,76; 0,47 - 0,53; 0,23 - 0,77\} = 1$$

$$\mu_{Q_2}^{no}(a_3) = 1 - \sup\{0,24 - 0,76; 0,53 - 0,47; 0,23 - 0,44\} = 0,94$$

ліквідність та платоспроможність підприємства

$$\mu_{R_5}(a_i, a_j) = \begin{pmatrix} 1 & 1 & 1 & 1 \\ 0 & 1 & 0 & 1 \\ 0 & 1 & 1 & 1 \\ 0 & 0 & 0 & 1 \end{pmatrix}$$

$$\mu_{Q_2}^{no}(a_4) = 1 - \sup\{0,77 - 0,23; 0,77 - 0,23; 0,44 - 0,23\} = 0,56$$

Таким чином, $\mu_{Q_2}^{no}(a) = [0,48; 1; 0,94; 0,56]$.

А потім будемо згортку відношень згідно з формулою (3)

$$\mu_{Q_1}(a_i, a_j) = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 1 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 1 \end{pmatrix}$$

Далі знаходимо перетин множин Q_1, Q_2^{no} , і загальну множину невідомінованих альтернатив (формула(7)) $\mu_{no}(a) = [0,48; 1; 0,94; 0,56]$

Отже, згідно з формулою (2) отримаємо наступний рейтинг досліджуваних підприємств (табл. 2).

Отже, найбільш стійку конкурентну позицію серед аналізованих підприємств посідає ТОВ «Перспектива», а останнє місце за рівнем конкурентоспроможності займає ТОВ «К'ЛЕН».

У конкурентоспроможності підприємства відбиваються сукупні результати роботи всіх його підрозділів, стан їх матеріальної бази, надійність кадрового і фінансового забезпечення, рівень управління і здатність підприємства реагувати на зміну зовнішніх чинників дії, здатність адекватно і оперативно реагувати на зміну в поведінці покупців, їх смаків і переваг. Посилення конкуренції на товарному ринку можливо тільки при наявності на ньому конкурентоздатних і фінансово стійких підприємств.

Проведене дослідження не вичерпує постановленої проблеми та потребує подальших досліджень у теоретичних та практичних аспектах щодо застосування методів теорії нечітких множин до оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Далі за формулою (4) знаходимо підмножину невідомінованих альтернатив:

$$\mu_{Q_1}^{no}(a_1) = 1 - \sup\{0 - 0; 0 - 0; 0 - 0\} = 1$$

$$\mu_{Q_1}^{no}(a_2) = 1 - \sup\{0 - 0; 0 - 0; 0 - 0\} = 1$$

$$\mu_{Q_1}^{no}(a_3) = 1 - \sup\{0 - 0; 0 - 0; 0 - 0\} = 1$$

$$\mu_{Q_1}^{no}(a_4) = 1 - \sup\{0 - 0; 0 - 0; 0 - 0\} = 1$$

Таким чином $\mu_{Q_1}^{no}(a) = [1; 1; 1; 1]$.

Будемо нечітке відношення переваги Q_2 використовувачи формулу (5) або (1) та вагові

Таблиця 2. Рейтинг конкурентоспроможності підприємств деревообробної галузі Закарпатської області за інтегральним показником, 2009 рік

Підприємства	Рейтинг за інтегральним показником
ТОВ «К'ЛЕН»	4
ТОВ «Перспектива»	1
ТОВ «ЕВК»	2
ТОВ «РОСИ»-1	3

Список літератури

1. Багрова І. В., Складові та фактори конкурентоспроможності / І. В. Багрова, О. Г. Нефедова// Науковий журнал „Вісник економічної науки України”. – 2007. – № 1(11). – С. 11–16.
2. Волошин О. Ф. Моделі та методи прийняття рішень./ О. Ф. Волошин, С. О. Мащенко – К.: Видавничо-поліграфічний центр «київський університет», 2010. – 336с.
3. Зайченко Ю. П. Нечеткие модели и методы в интеллектуальных системах. / Ю. П. Зайченко – К.: «Издательский дом «Слово», 2008. – 344с
4. Матвійчук А. В. Моделювання економічних процесів із застосуванням методів нечіткої логіки: Монографія. / А. В. Матвійчук – К.: КНЕУ, 2007.- 264с.
5. Павлов В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення.: Монографія / В. А. Павлов. – Д.: Вид-во ДУЕП, 2006. – 276 с.

РЕЗЮМЕ

Шаркади Марианна

Рейтинговая оценка конкурентоспособности предприятий деревообрабатывающей отрасли на основе теории нечетких множеств

В статье рассмотрены методы оценки конкурентоспособности предприятий. Но так как "нечеткость", как правило, является проявлением субъективности лиц, которые принимают решение (экспертов и аналитиков), то нами рассмотрен пример построения рейтинга интегральных оценок, применяя метод выбора на основе нечеткого отношения преимущества. Проведена оценка и анализ конкурентоспособности четырех предприятий деревообрабатывающей отрасли Закарпатской области.

RESUME

Sharkadi Marianna

Rating estimation of woodworking industry enterprises competitiveness based on theory of fuzzy sets

The methods of estimation of competitiveness of enterprises are considered in the article. But so as "unclearness", as a rule, is the display of subjectivity of persons which make a decision (experts and analysts), we consider the example of construction of integral estimations rating, applying the method of choice based on the unclear relation of advantage. The estimation and analysis of competitiveness of four woodworking industry enterprises of the Transcarpathion region is conducted.

Стаття надійшла до редакції 16.03.2011 р.

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Розкрита суть проведення аналізу конкурентної стратегії компанії. Показані основні процеси та методики здійснення аналізу стратегічного напрямку. Проаналізовано сутність та чинники, що впливають на проведення аналізу бізнес-процесів.

Ключові слова: конкурентна перевага, конкурентна стратегія, компанія, аудит, оцінка, аналіз, галузь.

Забезпечення довготривалого успіху компаній в жорстких умовах світового ринку зумовлює необхідність конкурентного стратегічного вибору, підпорядкованого закономірностям зовнішнього середовища та умовам ринку. Актуальним питанням є не лише вибір та формування конкурентної стратегії підприємства для досягнення конкурентних переваг; важливого значення набули процеси оцінки, аудиту, аналізу та впровадження змін до вже вибраної стратегії.

Проблемам дослідження особливостей проведення оцінки та аудиту конкурентних стратегій присвячені праці вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких найзмістовніший внесок зробили Н. Горбаль, Ч. Гілл, К. Гуерра, К. Конрад, А. Кузнецов, О. Кузьмін, А. Літл, М. Олін, І. Піддубний, М. Портер, І. Спірідонов, П. Шукла, Н. Ячеїстова, та інші [2-10]. У своїх працях вони розглядали питання конкуренції в сучасних умовах, аналізували передумови та процеси визначення конкурентних стратегій для досягнення конкурентних переваг. Найбільше зацікавлення викликали питання утворення та визначення конкурентних стратегій. Однак питання сутності оцінки, аудиту, аналізу та адаптації існуючих стратегій до постійних змін ринку досліджені недостатньо.

Визначення, класифікація та аналіз конкурентних стратегій компанії для досягнення конкурентних переваг представляє собою достатньо складний процес. Наявність великого різноманіття процесів оцінки та аналізу стратегій, якими користуються різні автори, диктує необхідність їх подальшого дослідження.

Метою статті є вивчення сутності процесу та процедури оцінки, аудиту і аналізу конкурентних стратегій, їх імплементація та внесення необхідних змін залежно від вимог ринку. Об'єктом дослідження виступають ринкові відносини та зовнішнє середовище для впровадження конкурентних стратегій, що виникають у діяльності.

Майже всі основні ініціативи вищого керівництва компаній сьогодні називаються "стратегічними". З усім, що має велике стратегічне значення, дедалі важче стає провести різницю між різними пріоритетами та заходами, що ініціюються в організаціях. Коли будь-які завдання вважаються стратегічними, то дуже важко визначити стратегічний напрямок [14]. Коли будь-які проекти будуть визнані високопріоритетними, то

насправді не буде визначено жодних пріоритетів взагалі.

Проте, коли основний стратегічний напрямок зрозумілий кожному працівнику в організації, підприємство отримує наступні переваги:

- організаційні можливості будуть адаптовані до вимог та сприятимуть в підтримці та реалізації стратегії;
- ресурси будуть спрямовані на різні бізнес-процеси в пріоритетному порядку, тобто в залежності від важливості цього процесу та його внеску для досягнення конкурентної переваги;
- компанія може досягти значного успіху на ринку в цілому або у конкретному сегменті.

Мета аудиту стратегії полягає в забезпеченні менеджерів необхідними засобами, інструментами та інформацією для оцінки ступеня переваг та недоліків поточних стратегій. Аналіз визначає дані, які потрібні для окреслення необхідних змін щодо стратегії, та встановлює які саме зміни повинні бути зроблені.

Аналіз стратегії включає в себе оцінку фактичного напрямку бізнесу й порівняння цього курсу до потрібного напрямку досягнення успіху в умовах постійних змін на ринку. Фактичний напрямок діяльності компанії складається з того, що вона робить, і з того, що не робить, наскільки добре внутрішньо сформована та адаптована до підтримки даної стратегії, а також наскільки життєздатна певна стратегія порівняно із зовнішнім ринком, конкурентами та фінансовими реаліями. Саме ці дві категорії, внутрішня та зовнішня оцінки, складають основні елементи аудиту стратегії.

Далі розглянемо процес проведення аналізу стратегії на підприємстві. Він дозволить дати чітке уявлення про те, як приступити до проведення самооцінки та аналізу стратегії в організації без необхідності здобуття додаткових навиків та навчання персоналу чи залучення послуг консалтингових компаній.

Основна місія будь-якої компанії полягає в наданні клієнтам різних товарів чи послуг, що мають вищу вартість (якість, ціна, дизайн, потреба), ніж ті, що пропонують конкуренти. Без відповідної стратегії основні ресурси компанії будуть розпорочені, робота співробітників буде поза фокусом, а самотність так і

не буде досягнута. Оцінка зовнішнього середовища забезпечує будь-який бізнес важливим зовнішнім зв'язком між конкурентами, клієнтами, а також товарами і послугами, які пропонує компанія.

Для вивчення навколишнього середовища компанії визначаються основні тенденції вдосконалення стратегії:

- Переконалися, що компанія задовольняє потреби на ринку;
- Запобігання задоволення цих потреб конкурентами у кращий спосіб;
- Створення та визначення шляхів для задоволення майбутніх або виникаючих потреб на ринку.

Успіх чи невдача компанії часто залежить від її здатності здійснювати постійний моніторинг змін у навколишньому середовищі та задоволення потреб своїх існуючих і потенційних клієнтів.

Зовнішнє середовище компанії ніколи не є постійним, а весь час змінюється. Те, що розглядається сьогодні як щось нове чи унікальне, вже завтра буде розглядатися як звичайне. Це відбувається з приходом нових конкурентів на ринок або зміною зовнішнього середовища та зміною правил, за якими компанії конкурують. Отже, ефективна стратегія зможе сприяти чомусь більшому, ніж просто дозволити компанії залишатися на ринку. Вона допоможе їй створити нові правила гри, які будуть вигідними для неї. Успішні компанії завжди роблять набагато більше, ніж просто аналізують середовище. Вони впливають саме на форму та обставини середовища. Компанії, які не в змозі так впливати, автоматично віддають можливість зробити це своїм конкурентам.

Оцінка зовнішнього середовища проводиться за такими етапами [6].

Перший етап - розробка базового розуміння тенденцій і проблем, що призведуть до істотних змін та впливу на галузь діяльності. Загальна оцінка галузі відбувається шляхом аналізу елементів, які впливають на навколишнє середовище. Вони включають у себе:

- Ринки капіталу;
- Потенціал галузі;
- Технологічні фактори;
- Тиск з боку товарів-замінників;
- Загроза нових учасників, конкурентів;
- Економічні чинники;
- Політичні чинники;
- Нормативні чинники;
- Географічні чинники;
- Соціальні чинники.

Важливою та цінною основою для повного розуміння цих питань стануть відповіді на наступні запитання:

- Якою є довгострокова життєздатність галузі в цілому і як ринки капіталу реагують на нові розробки?
- Які тенденції можуть змінити правила гри на ринку?
- Хто є лідери галузі? Що вони роблять по-іншому? Чому?
- Які є ключові чинники успіху в галузі?
- Які події можуть дозволити чи змусити компанію змінити правила гри?
- Хто буде переможцем в галузі через п'ять років і як він буде діяти?

- Які є винагороди (витрати), якщо бути переможцем чи переможеним?

- Як утворилася вказана галузь і що цьому передувало?

Ці питання повинні завжди прямо ставитися як при використанні в інтерв'ю та отриманні даних, так і побічно при аналізі результатів.

На другому етапі вивчаються основні компоненти галузі чи сектори діяльності. Вони, як правило, розглядаються наступним чином: конкуренти, клієнти та зацікавлені сторони. Далі окреслимо перелік питань, що повинні зазвичай ставитися про кожного ключового конкурента, клієнта тощо. До них належать такі підкатегорії оцінки та аналізу:

1. Економічний аналіз:

Питання щодо стратегії:

- Яка стратегія кожного з конкурентів? Що вони роблять і куди рухаються?

- Що вони планують робити і на чому концентрують свою увагу?

- Вони конкурують за якістю, вартістю, швидкістю або обслуговуванням?

- Вони є глобальні гравці чи вузькоспеціалізовані?

Питання про можливості:

- Що вони роблять краще, ніж хто-небудь інший?

- Де вони слабші за інших?

- Де вони роблять те ж саме, що й інші?

Питання про бізнес-цілі:

- Хто є їхніми основними клієнтами?

- Якими видами бізнесу вони не займаються або відмовляються від виконання?

- Хто є їхніми основними партнерами? Чому вони вступили в це партнерство?

- Що вони отримують від нього?

- Що вони роблять таке, що є новим та цікавим?

2. Фінансовий аналіз:

Аналіз внутрішніх ресурсів та фінансової стійкості:

- Яка величина поточних коштів та доходів щорічно?

- Які основні чинники їхнього фінансового успіху (з точки зору наявних поточних коштів)?

- Як вони розподіляють свої ресурси (кошти)?

- Як швидко вони зростають фінансово і в яких областях (частка ринку)?

Зовнішній фінансовий аналіз з погляду ринку капіталів:

- Наявність фінансової підтримки (кредити, акції, трансї) з боку фінансових установ чи обмеженість лише власними ресурсами?

- Сприйняття та співвідношення зовнішнього фінансового стану порівняно з внутрішнім? Чому так або чому ні?

- Яким чином поводить себе компанія на зовнішніх фінансових ринках? Чому так?

- Які є обмеження чи можливості їх діяльності на фінансових ринках? Чому?

3. Організаційний та структурний аналіз:

Питання про керівництво:

- Чи керівництво компанії утримує лідерські позиції в галузі? Чому так або чому ні?

- Чи ключові гравці керівництва компанії спрямовують її до розвитку і процвітання?

Питання про саму компанію:

- Компанія є централізованою чи децентралізованою?

– Чи власники компанії беруть активну участь в її управлінні, чи виступають лише в ролі холдингової компанії?

– Чи організація сприймається як оптимально структурована і чи може вона досягти своєї мети?

Питання про персонал:

– Скільки людей працює в компанії? Чи достатньо є людських ресурсів в компанії, чи забагато?

– Чи управління персоналом зводиться лише для досягнення бізнес-цілей, людських цілей, чи обох? Як це впливає на компанію?

– Які навички і професійні якості вважаються головними і визначальними при наймі персоналу на роботу?

Питання про культуру компанії:

– Чи культура компанії орієнтована на досягнення конкретних результатів?

– Наскільки культура є бюрократичною і залежною від внутрішніх процесів?

– Наскільки культура є гнучкою і змінною?

Перелік подібних запитань повинен бути розроблений для аналізу клієнтів та зацікавлених сторін.

На третьому етапі вивчається можливість інтеграції компонентів зовнішнього середовища. Після отримання результатів аналізу зацікавлених сторін, клієнтів та конкурентів, члени команди з проведення аналізу конкурентної стратегії повинні інтегрувати ці дані в єдине ціле. Інтеграція різних компонентів допоможе команді зрозуміти загальний стан зовнішнього середовища, в якому перебуває і працює компанія.

Така інтеграція повинна відбуватися на двох рівнях:

– оцінка напрямку розвитку галузі та його можливого впливу на діяльність компанії;

– поєднання оцінки стану розвитку компанії з оцінкою стану розвитку зовнішнього середовища.

Аналіз конкурентної стратегії дозволяє визначити основу для оцінки отриманих даних. Тобто він повинен виділити важливі зміни в навколишньому середовищі, та визначити їх вплив на конкурентні позиції компанії в галузі. Окрім цього, аналіз та аудит конкурентних стратегій повинен виокремити та визначити основні вимоги і можливості, які необхідні всередині компанії для задоволення поточних та майбутніх вимог зовнішнього середовища. Ці вимоги і потреби потрібно порівняти з поточним станом існуючих можливостей, що відображені в результатах організаційної та структурної оцінки. Це дозволить визначити загальний рівень співвідношення стратегії компанії до зовнішнього середовища.

Після детального розгляду та аналізу зовнішнього середовища компанії, менеджери повинні розглядати якості та характеристики самої організації, які впливають на те, що може бути досягнуто з точки зору конкурентної стратегії. Подальші етапи оцінки та аналізу зможуть дати відповідь на питання про ефективність поточної стратегії компанії та розробити керівні принципи для підвищення її ефективності.

Роз'яснення стратегії. Роз'яснення стратегії допомагає керівництву визначити суть самого виду діяльності компанії, напрямку його розвитку, а також визначити рамки та критерії для прийняття стратегічних рішень у майбутньому. Якщо персонал компанії на будь-якому рівні діяльності не може дати чіткі відповіді на питання з цих трьох областей, то їм

буде дуже важко зосередити свою увагу та співпрацювати з іншими відділами всередині компанії; також буде важко організувати свої зусилля для досягнення конкурентних переваг компанії на ринку.

Життєздатність і міцність компанії. Вимірювання життєздатності і стійкості компанії допомагає керівництву випробувати стратегії та ідеї щодо майбутніх сценаріїв розвитку ринку, а також для визначення ефективності впровадження та збереження цих стратегій. Аналізуючи ринкову та фінансову життєздатність компанії при різних сценаріях керівництво може побачити, що саме буде створювати переваги в майбутньому і які основні заходи повинні бути реалізовані для моніторингу змін умов ведення діяльності.

Бізнес-процеси. Визначення терміну бізнес-процесів звертається до визначення основних процесів роботи в компанії і включає в себе такі елементи, як дизайн продукту, виробництво та постачання. Проведення якісного аналізу основних процесів допоможе керівництву визначити загальні зміни, які потрібно зробити для реалізації певної стратегії, а також визначити ті процеси, які можуть бути покращені.

Оцінка можливостей. Можливості компанії можна визначити як суму окремих дій, навичок та ресурсів, необхідних для виготовлення продуктів чи послуг, що надають компанії конкурентну перевагу. Оцінка можливостей компанії складається з двох частин. По-перше, повинні бути визначені можливості та ресурси, які необхідні для виконання стратегії. По-друге, потрібно оцінити поточний рівень здатності виконання та можливостей реалізації стратегії. Дуже важко досягти конкурентної переваги, не знаючи, які саме можливості та ресурси потрібно покращити, чи внести якісь зміни.

Структура організації та ресурси. В цій частині аналізу потрібно дивитися на зіставлення та співвідношення проблем зовнішнього середовища, конкурентної стратегії, навичок, що необхідні для досягнення цієї стратегії, а також організаційної структури. На цьому етапі команда менеджерів може конструювати організацію, яка вирівнює та адаптує системи і процеси таким чином, який дозволить їм виконати цю стратегію. У протилежному випадку досягнення залишиться тільки на папері.

Культура. Культура компанії відображається набором загальних цінностей та принципів, які впливають на поведінку та напрямок її діяльності через довгий проміжок часу. З метою забезпечення погодження та виконання конкурентної стратегії компанія повинна чітко визначити свій стиль культури управління та набір цінностей, що притаманні її персоналу.

Після завершення кожної з цих оцінок, результати повинні бути інтегровані в єдине ціле.

Також слід звернути увагу на найпоширеніші помилки, які трапляються при здійсненні аналізу та аудиту конкурентної стратегії:

– Припущення, що всі отримані дані будуть однаково якісні та корисні;

– Не ухвалення жодних рішень на основі отриманих результатів аналізу;

– Не залучення інших відділів компанії для визначення основних засад побудови конкурентної стратегії;

– Ігнорування стратегічного значення тих процесів та ресурсів, що відбуваються внутрішньо і того, що

здійснюють інші компанії;

- Неспроможність визначити важливість та пріоритетність тих процесів, де потрібно отримати найкращу якість результатів;
- Неспроможність поєднати внутрішні можливості та ресурси з вимогами ринку;
- Неспроможність пояснення та донесення результатів аудиту стратегії і необхідних змін до людей у рамках всієї організації.

При проведенні процесу оцінки напрямку розвитку, аудиторська комісія повинна відповісти на одне головне питання: чи стратегія компанії відповідає стану розвитку зовнішнього середовища?

Для цього потрібно розглянути та врахувати наступні чинники:

- Чи можливості компанії відповідають вимогам клієнтів?
- Чи пропонуємо ми щось якісно краще нашим клієнтам, ніж пропозиції наших конкурентів?
- Яким чином наші клієнти вимагають зміни в товарах чи послугах?
- Як змінюються наші конкуренти?
- Яким чином наші внутрішні можливості реагують та розвиваються, як адаптуватися до цих змін?

Залежно від відповідей на ці та подібні запитання, керівництво може здійснювати зміни, що продиктовані результатами аналізу. Під час прийняття та застосування цих змін, потрібно розглянути та врахувати три наступні чинники:

Структура компанії відповідає вибраній стратегії. Це означає, що поточна організаційна структура та її обмеження не повинні впливати на визначення та вибір конкурентної стратегії. Швидше, саме проведена оцінка зовнішнього середовища та організаційний аналіз повинні визначати та впливати на вибір конкурентної стратегії.

Якісне впровадження управління змінами. Весь персонал колективу є прямо чи відносно задіяний у виконанні стратегії. Всі процеси щодо нових змін повинні бути чітко застосовані і впроваджені на усіх ділянках діяльності. В іншому випадку тимчасові або часткові зміни не приведуть до успішної реалізації вибраної конкурентної стратегії.

Впровадження стратегії повинно починатися з того, що є основою для отримання конкурентної переваги. Іншими словами, потрібно почати з основних бізнес-процесів. Слід внести ті зміни, які будуть найефективнішими і найпомітнішими та сприятимуть отриманню конкурентної переваги.

Проведення оцінки, аудиту та аналізу стратегії компанії повинне відбуватися на постійній основі. Таким чином його результат повинен дати відповідь на фундаментальне питання про те, як компанія може впливати на своє зовнішнє середовище та змінювати його в майбутньому, а також якою повинна бути діяльність компанії, якщо вона прагне до процвітання в майбутньому.

Список літератури

1. Кузнецов А. В. Конкурентные стратегии международного бизнеса. [Текст] : [краткий курс лекцій] / А.В. Кузнецов // Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси; Международный ин-т трудовых и социальных отношений. — Минск : Асобны Дах, 2004. — 79с.
2. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. [Текст] : [навч.

посібник] / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна // Х. : ВД "Інжек", 2006. — 270 с.

3. Портер М. Е. Стратегія конкуренції. [Текст] / Майкл Е. Портер // [пер. з англ. А. Олійник, Р Сільський]. - К.: Основи, 1997. - 390 с.
4. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. [Текст] / Майкл Е. Портер // [пер. с англ. И. Минервин]. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. - 454 с.
5. Спиридонов И.А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России [Электронный ресурс] : [учебное пособие] / И. А. Спиридонов // М. : ИНФРА-М, 1997. - 170 с. - Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/book/preview/BBF1AC91FB054690BE7C28664385D35C>
6. Guerra, Kate. From Corporate Cop to Corporate Strategy – The Future of Internal Audit. [Электронный ресурс] / K.Guerra // Режим доступа: <http://cebviews.com/2010/04/23/from-corporate-cop-to-corporate-strategy-the-future-of-internal-audit/>
7. Gunther, S. When people strategy drives business strategy. [Электронный ресурс] / S. Gunther // The Boston Consulting Group, 2006. - Режим доступа: <http://www.bcg.com/documents/file14856.pdf>
8. Kachaner, N. Does your strategy need stratching? [Электронный ресурс] / N. Kachaner // The Boston Consulting Group, 2008.- Режим доступа: <http://www.bcg.com/documents/file15347.pdf>
9. Olin, Meike. The Changing Face of Risk Management. [Электронный ресурс] / M.Olin // Rimas. - Режим доступа: <http://www.rimas.org.sg/files/The%20Changing%20Face%20of%20Risk%20Management.pdf>
10. Porter, M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. [Текст] / M.E. Porter // Simon & Schuster Adult, 2008.- 592с. - ISBN-13: 9781416595847
11. Porter, M.E., Kramer, M.R. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility [Текст] / M.E. Porter, M.R. Kramer // Harvard Business Review, December 2006, pp. 78-92.
12. Porter, M.E., The Five Competitive Forces That Shape Strategy. [Текст] / M.E. Porter // Harvard Business Review, January 2008, pp. 79-93.
13. Shukla, Paurav. External and Internal Audits in B2B and B2C context. [Электронный ресурс] / P.Shukla // Режим доступа: <http://www.pauravshukla.com/marketing/customer-relationship-marketing/external-internal-audit.pdf>
14. The Strategic and Competitive Intelligence Professionals. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://scip.org/index.cfm>.

РЕЗЮМЕ

Шеремета Михаил, Шеремета Татьяна

Анализ конкурентных стратегий предприятия

Раскрыта суть проведения анализа конкурентной стратегии компании. Показаны основные процессы и методики осуществления анализа стратегического направления. Проанализирована сущность и факторы, которые влияют на проведение анализа бизнесовых процессов.

RESUME

Sheremeta Mykhaylo, Sheremeta Tetyana

Analysis of the competitive strategies of the enterprise

This article defines main principles needed to perform competitive strategy assessment and analysis. It shows necessary processes and methods required to implement strategic direction audit and analysis. It also explains main factors and aspects that influence the business processes assessment.

Стаття надійшла до редакції 01.04.2011 р.

КАПІТАЛІЗАЦІЯ: ІСТОРИЧНИЙ ЕКСКУРС ТА ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ

В статті через історичний екскурс бухгалтерського обліку представлено основні етапи розвитку процесу капіталізації. Розглянуто еволюцію поняття «капіталізація». Названо основні напрямки сучасних наукових досліджень в області капіталізації.

Ключові слова: капіталізація економіки, капіталізація прибутку, капіталізація ринкової вартості.

В умовах перетворення фінансової сфери в самодостатній сегмент економіки та її домінування над реальним сектором і товарними ринками все частіше став проявлятися практичний інтерес до поняття «капіталізації». Багатогранність, теоретична та методична неоднозначність капіталізації обумовлює необхідність подальших досліджень як з точки зору поглиблення теоретичних основ, визначення онтологічних особливостей, розробки понятійного апарату так і обґрунтування інструментарію щодо управління даним процесом.

Важливим питанням становлення концепції капіталізації є її теоретичні витоки. У цьому контексті заслуговує на увагу дослідження капіталізації, проведене Дедковою М. В., яке підтвердило, що в генезі концепції капіталізації велика роль відводиться:

- теорії вартості та її різновидам (трудова чи класичній теорії вартості, теорії витрат, теорії корисності, теорії граничної корисності, теорії цінності блага тощо);
- теорії капіталу і його трактуванням (речовому, факторів виробництва або класичній теорії капіталу; грошовому чи міжчасовому трактуванню; об'єднаному трактуванню фізичного і людського капіталу; маржиналістському підходу; теорії граничної продуктивності та ін.);
- теоріям вартісного управління (концепції підвищення вартості бізнесу, теорії цінності фірми, концепції вартості бізнесу, теорії управління вартістю компанії; концепції маркетингу, орієнтованого на вартість; концепції вартість - орієнтованого управління; концепції ланцюжка факторів створення вартості; концепції "акціонерної вартості" і ін.);
- теоріям економічного зростання, які, перш за все, орієнтовані на макроекономічне зростання [1].

Еволюція поняття «капіталізація» характеризує розвиток і диференціацію цього економічного явища. На сьогоднішній день існують кардинально протилежні точки зору – від коректного економічного визначення ще у Стародавньому Римі до признання капіталізації як атрибута капіталістичного способу виробництва в радянську епоху та замовчування в пострадянський період. І лише в XXI ст. економісти знову звернули увагу на капіталізацію, розглядаючи її як одну з реальних ринкової економіки без ідеологічного підтексту [2].

Сучасне трактування капіталізації як системи

економічних відносин з приводу нагромадження капіталу шляхом спрямування частки прибутку на збільшення обсягів капіталу, яке призводить до збільшення вартості національної економіки, формує рамки розгляду процесу капіталізації на макро-, мезо-, мікро- рівнях національної економіки з приводу нагромадження капіталу шляхом не тільки капіталізації прибутку, але й капіталізації ринкової вартості [3].

У наукових дослідженнях в області капіталізації російські фахівці, наприклад, виділяють декілька напрямів: по-перше, це роботи, які мають фінансово-орієнтований характер, де капіталізація розглядається як внутрішньо-господарська функція капіталу по його приросту (праці Бектенової Д. Ч., Вароко А. Ш., Пальцевої Е. В., Овсепяна Д. Е., Пермякова А. С.). Другий напрям – капіталізація ринкового характеру, де акцент робиться на ринкову вартість компанії. В цю групу відносяться роботи присвячені оцінці вартості компаній та оцінці ефективності акціонерної вартості капіталу: це дослідження Бабихіна П. В., Бубнової А. В., Козинцева В. В., Таранкової Е. А. Третій напрямок – маркетингова капіталізація, може бути представлений роботами Берберяна А. Г., Волкова А. Т., Зотова В. В. [2]

Українські вчені, зокрема, Башнянин Г. І., Туринський Ю. І., Чупик І. О., Дубовий Б. В., враховуючи двоїстість капіталізації як процесу виділяють два типи капіталізації (формаційну та функціональну) та розглядають її як процес розширення приватного сектору економіки і відповідного звуження суспільного (квазісуспільного) або інвестування чистого грошового доходу в певну економічну діяльність [4].

Комплексне дослідження процесу капіталізації проведено в Інституті економіки та прогнозування НАН України під керівництвом Гриценка А. А. Фахівці визначили капіталізацію як багатоаспектний і багаторівневий процес, що має своєю сутністю перетворення вартості в джерело створення додаткової вартості та виражається в багатоманітних формах залежно від сфер та рівнів функціонування економіки [5].

Не дивлячись на значну кількість робіт, в той же час методологічні основи капіталізації залишаються ще мало дослідженими, що визначило мету даної статті – розгляд розвитку поняття капіталізація в історичному аспекті.

Початкову точку відліку дає нам аналіз історичного розвитку бухгалтерського обліку, основним завданням якого завжди було інформування власника про його

багатство (або в сучасній термінології про його фінансовий стан). Для всіх часів основним об'єктом бухгалтерського спостереження й предметом бухгалтерського обліку вважається капітал організації в різних його проявах (метаморфозах) на стадіях інвестування, використання, капіталізації результату і споживання [6].

Виникнення звітності про майнове положення пов'язано із Древнім Римом, де один раз в п'ять років кожен голова сім'ї (окрім рабів) був зобов'язаний представляти для фіскальних цілей цензову звітність, що характеризувала величину сімейного капіталу [7, С.17]. Це був опис майна в натуральному вимірі, а з 312 р. до н.е. – в грошовій формі. У звіті розкривались дані щодо нерухомості, землі, інвентаря, дорожочінностей та одягу [8, С.139].

Виробництво та торгівля були, як правило, сімейною справою, якою керував голова сім'ї (*personaе sui juris*) і тому в Древньому Римі визнання отримала модель «сімейного обліку» [9, С.34-35]. Римська бухгалтерія визначалась етапами життя людини і ці етапи розпочинались із смерті, а не з народження. При житті голови сім'ї не було прийнято проводити переоцінку майна: обмежувалися лише відмітками про надходження та вибуття тих чи інших предметів. І тільки після смерті глави сім'ї проводилась інвентаризація, пов'язана із переоцінкою всього майна (у відповідності з усіма особливостями які виникали при передачі права власності). Складався перелік наявного майна, що передавалось спадкоємцю у власність. Кожен об'єкт рухомого та нерухомого майна оцінювався тільки по ціні можливого його продажу [3].

На основі опису, окрім вартості власного майна (багатства), можна було визначити приріст сімейного майна за період життя померлого. У випадку виникнення претензій з боку кредиторів частина майна могла піти на погашення боргів (або такий признався). Спадкоємці не розподіляли майно, отримане ними у спадок, а продовжували справу своєї родини, використовуючи нагромаджене головою сім'ї добро, отже у наявності – зростання власного капіталу за рахунок його приросту. Тобто на цьому етапі виникає капіталізація у формі визначення вартості підприємства на базі отриманого прибутку (у вигляді приросту сімейного майна). Але поки ще капіталізація є не періодичною (щорічною, наприклад), а тотальною, після закінчення життєвого шляху глави сім'ї [3], оскільки основу римської моделі складала «фіктивна ліквідація» майна при переході права власності й оцінка майна по ціні можливого продажу [10].

Другий етап в історичному розвитку «капіталізації» пов'язаний із появою у Древньому Римі товариства як інституту приватного права для об'єднання господарських зусиль декількох осіб з метою досягнення спільної цілі (*societas*). Якщо в результаті діяльності товариства утворювався матеріальний прибуток або цінне майно, то вони розглядались як спільна власність товариства (*condominium*); при цьому ніхто не переставав бути власником свого майна, яке в нього було до вступу до товариства [6].

Як зазначають дослідники Кутер М. І. та Гурська М. М., головною метою товариства було отримання кінцевого прибутку. Розподіл його був предметом особливої угоди між членами товариства: він міг розподілятися пропорційно майновому внеску кожного, вкладеним зусиллям й т.п. За відсутності спеціальної угоди прибуток розподілявся рівними

долями; збитки від діяльності також розподілялись або порівну, або пропорційно вкладам. На цьому етапі поняття капіталізації існувало в неявній, прихованій формі й мало безумовний характер. Операційний прибуток від угод накопичувався впродовж всього терміну договору й до кінця не вилучався, і тільки загальний (кінцевий) прибуток повністю, без залишку розподілявся між учасниками по закінченню діяльності організації [6].

В епоху середньовіччя товариства отримали новий поштовх до розвитку – нагромадження капіталу, поява повноцінних грошей, розвиток торгівлі свідчить, що економіка все більше набувала товарного характеру і потребувала різного роду об'єднань. У середньовічній Італії, наприклад, дуже строго дотримувалась відроджена рецепцією римського права вимога: учасники товариства розподіляють майно та прибуток тільки при ліквідації товариства і після погашення усіх боргів. Це призвело до практики періодичного закриття компаній з погашенням боргів, часткового вилучення прибутку для винагороди й перезаключення договору товариства на новий термін без розподілу майна або з таким при виключенні окремих компаньйонів. Такі дії вимагали складання ліквідаційних звітів та розрахунку капіталізації [6].

Новий етап у розвитку процесу капіталізації можна пов'язати із виникненням подвійної бухгалтерії. Якщо на початку не було поточних рахунків (кожна операція оформлялась окремо), то з часом всі розрахунки які стосувались однієї особи почали групувати разом, що згодом (за рахунок застосування двосторонньої форми та розміщення дебета й кредиту поруч або на двох протилежних сторінках, чи на одній сторінці розділеній вертикально на дві колонки) набуло форми поточного рахунку [11, с. 13-14].

При виникненні практики подвійної бухгалтерії спочатку баланс складався лише з метою перевірки для забезпечення правильності застосування подвійного запису. Збільшення компаній за рахунок створення мережі філіалів затребувало необхідність надання в центральний офіс фінансової звітності у вигляді балансу (звіту про майнове положення) й виписки з рахунків про прибуток й збитки (звіт про формування фінансового результату). Однак ці вимоги застосовувались лише всередині однієї компанії й не мали загальноприйнятої законної сили.

Дослідники одностайні - перехід на подвійну бухгалтерію дозволив вирішити накопиченні проблеми, оскільки вона забезпечила:

- створення системи з надійним логіко-арифметичним контролем і підвищення ролі бухгалтерських книг для розглядів у суді;
- виведення на рахунках періодичного фінансового результату;
- перевірку банкрутства без загальної фізичної інвентаризації (на рахунку власного капіталу) [6].

Це дало змогу прийти до важливого висновку: спочатку виявлення достовірного поточного фінансового результату не було самоціллю подвійної бухгалтерії. Для середньовічного торговця розрахунок фінансового результату за даними операційного обліку доходів і витрат був методичним прийомом розрахунку приросту (проїдання) капіталу, тієї самої величини яка збільшила його багатство. Отже, головною метою подвійної бухгалтерії, що зароджувалась, було виявлення прибутку та його безумовна капіталізація. З

цієї причини питання: на яку дату виявити приріст капіталу чи коли саме буде повністю списана книга, для купців не були суттєвими. Ця проблема досягне свого апогею, коли виникне потреба складання звітності і у всій повноті проявиться необхідність порівнянності звітних даних. Це призведе до формування звітного періоду. І вже не підлягає сумніву, що роль періодичного фінансового результату виросте до домінуючих позицій при відмові від розподілу загального прибутку та переході до використання періодичного прибутку на винагороду й податки [6].

Подальший розвиток бухгалтерського обліку та капіталізації російські вчені Кутер М. І. та Гурська М. М. пов'язують із модифікацією правового забезпечення. Особливо важливо, що при цьому відбулась відмова від принципу закінчення діяльності, що орієнтується на розподіл загального прибутку і заявлено принцип допущення безперервної діяльності. В умовах відособлення майна, коли приватні витрати власників-партнерів не покриваються за рахунок поточних витрат суб'єктів господарювання, часткове використання періодичного прибутку на винагороду власників капіталу стає основним джерелом не тільки власного збагачення, але й поточного споживання [6].

Із розвитком ринкової економіки капіталізація як система економічних відносин стає складнішою, з'являються нові форми зв'язків, нові суб'єкти цього процесу, ускладнюється об'єкт. Як зазначає Малова Т.А., закономірність капіталізації прибутку є дійсною лише для приватнокапіталістичної фірми, в умовах коли нагромадження капіталу відбувалось упродовж життя декількох поколінь власників, що визначало претензії власників на отримання частки прибутку. З переходом від індустріальної до постіндустріальної форми організації виробництва, великий капітал може бути створений при незначних капіталовкладеннях для кожного окремого власника і практично миттєво. Як приклад, експерти часто наводять компанії-учасники ринку інформаційних технологій, значна ринкова вартість яких відображає еволюцію форми нагромадження капіталу у вигляді капіталізації ринкової вартості. Як результат, в ринковій економіці процес капіталізації виглядає як двоїсте явище: з одного боку, це процес нагромадження реального капіталу, з другого - це процес збільшення вартості функціонуючого капіталу, що проявляється на фондовому ринку [3].

Експерти одностайні: незалежно від того в якій сфері - виробничій чи грошовій, в якій формі - капіталізації прибутку чи капіталізації ринкової вартості, відбувається цей процес, результатом є приріст вартості як головна мета господарського розвитку. Це дає підґрунтя до висновку, що капіталізація - це система економічних відносин з приводу нагромадження капіталу шляхом направлення частки прибутку на збільшення обсягів використовуваного капіталу, що веде до приросту вартості національної економіки [3].

Сьогодні структурна перебудова світового господарства у зв'язку із зрушенням від виробництва товарів до виробництва ідей; масштабного зростання трансграничних потоків капіталу; заміна менш ефективних технологій більш ефективними, підвищують роль капіталізації не прибутку, а ринкової вартості як механізму максимізації не поточного, а майбутнього прибутку, дуже необхідного для постійного інноваційного оновлення виробництва [1].

Особливості сучасного етапу економічного розвитку, нові тенденції, що сформувались внаслідок останньої системної світової кризи привнесли нові акценти у розгляд процесу капіталізації, однак залишили актуальними питання онтологічних особливостей і генези концепції капіталізації, оскільки проблеми систематизації, типологізації, методології оцінки стримують процеси управління капіталізацією на усіх рівнях економіки.

Список літератури

1. Дедкова, М. В. Онтологическое исследование теории капитализации [Текст] / М. В. Дедкова // Вестник Самарского государственного экономического университета. - 2007. - № 7 (33).
2. Христофорова, И. В. «Капитализация»: эволюция и классификация [Текст] / И. В. Христофорова, М. В. Дедкова // Сервис plus. - 2007. - № 3. - С. 38-48.
3. Малова Т. А. Капитализация в условиях российской экономики: Теоретические и практические аспекты [Текст] / Т. А. Малова. - Изд. 2-е. - М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. - 208с.
4. Башнянин, Г. І. Ефективність капіталізації і лібералізації економічних систем в умовах ринкової транзиції: методологічні проблеми метрологічного аналізу [Текст] / Г. І. Башнянин, Ю. І. Туринський. - Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. - 480с.
5. Капіталізація економіки України / За ред. акад. НАН України В. М. Гейця, д-ра екон. наук А. А. Гриценка. - К.: Ін-т екон. та прогнозув., 2007. - 220 с.
6. Куттер, М. И. Капитал - исторический предмет бухгалтерского учета [Текст] / М. И. Куттер, М. М. Гурская // Учет и аудит, 2009. - № 6. - С. 79-86.
7. Бауэр, О. О. Мемуары к истории бухгалтерии и памятники священной старины [Текст] / О. О. Бауэр. - М.: Печатня С.П. Яковлева, 1911. - 340 с.
8. Малькова, Т. Н. История бухгалтерского учета [Текст] : учеб. пособие / Т. Н. Малькова. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005. - 352с.
9. Ришар, Ж. Бухгалтерский учет: теория и практика [Текст] / Ж. Ришар. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 160с.
10. Куттер, М. И. Теория бухгалтерского учета [Текст] : учебник / М. И. Куттер. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 592 с.
11. Рувер, Р. де. Как возникла двойная бухгалтерия [Текст] / Р. де Рувер. - М.: Госфиниздат, 1958. - 68 с.

РЕЗЮМЕ

Шумская Светлана

Капитализация: исторический экскурс и эволюция понятия

В статье через исторический экскурс бухгалтерского учета представлены основные этапы развития процесса капитализации. Рассмотрена эволюция понятия «капитализация». Названы основные направления современных научных исследований в области капитализации.

RESUME

Svitlana Shums'ka

Capitalization: historic overview and evolution of the concept

The article through historic overview of accounting presents the main stages of the process of capitalization. The evolution of the concept of "capitalization" is presented. The main directions of modern research in capitalization are named.

Стаття надійшла до редакції 05.04.2011 р.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК СТРАТЕГІЧНОГО І СИТУАЦІЙНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті здійснено класифікацію методів стратегічного управління, проаналізовано їх взаємозв'язок з ситуаційним управлінням з метою забезпечення ефективної діяльності підприємства та своєчасного реагування на дію зовнішніх і внутрішніх чинників. Розглянуто характерні риси ситуаційного та стратегічного управління.

Ключові слова: стратегічне управління, ситуаційне управління, циклічність, розвиток підприємства.

Високий ступінь динамічності зовнішнього середовища, в якому функціонують і розвиваються суб'єкти господарювання, стохастичність вияву різноманітних факторів, незаплановані події та постійні нововведення визначають вкрай слабку передбачуваність майбутнього, що істотно знижує визначеність і досяжність цілей розвитку підприємства.

Існує проблема невідповідності методів з позиції їх практичного застосування, неузгодженості методів, що застосовуються, і засобів при розробці процесу стратегічного управління, а також відсутності розуміння значення взаємозв'язків в області, що розглядається.

Актуальною стає розробка теоретичних засад адаптації методів стратегічного управління на українських підприємствах з використанням ситуаційного управління.

В економічній літературі питанню вдосконалення методів стратегічного управління підприємством присвячена низка наукових робіт, серед яких роботи І. Ансоффа, Ю. Дегтяревої, Н. Каниськіна, Р. Лепи, Д. Маргшвілі, А. Небієрідзе, А. Полянської, В. Пономаренко, О. Пушкар, О. Старікова, О. Тридід, З. Шершньової та ін. [1, с. 17-21; 2, с. 191-197; 3, с. 174].

Ускладнення та збільшення рівня непередбачуваності потребує постійного розвитку системи управління. За таких умов стає очевидною важливість подальшого розвитку теоретичних надбань, вирішення актуальних, проте не досліджених проблем у сфері стратегічного управління розвитком підприємств.

Метою нашої статті є дослідження методів стратегічного управління розвитком підприємства, їх класифікація та визначення взаємозв'язку з ситуаційним управлінням.

Стратегічне управління є безперервним процесом розвитку підприємства, який пов'язаний з постановкою цілей і задач, базується на людському капіталі та необхідності врахування зовнішнього і внутрішнього середовища для забезпечення конкурентних переваг.

Стратегічне управління розвитком можна уявити як послідовність етапів, кожен з яких спрямований на розв'язання протиріччя відповідного рівня. В синтезованому вигляді воно містить стратегічний аналіз, розробку стратегії (стратегічний синтез-розвиток), реалізацію стратегії та стратегічний контроль. Зазначена послідовність характеризує стратегічне управління організацією як органічну

систему, в якій усі елементи є взаємопов'язаними, взаємодоповнюючими та взаємозалежними. А зміни чи імпульс в окремому елементі викликають певну ланцюгову реакцію усєї системи в цілому [4].

Процес стратегічного управління розвитком підприємства крім безперервності та динамічності характеризується циклічністю [5, с. 72], що передбачає оптимальний розподіл високопрофесійної управлінської діяльності та забезпечення максимальної ефективності управління. Характер зв'язків підприємства з численними факторами зовнішнього та внутрішнього середовища в сучасній теорії організації показує, що на сьогодні передовим в управлінському мисленні є ситуаційне управління [6, с. 154].

З точки зору динаміки процесу управління цикл ситуаційного управління може складатися з двох стадій. Перша стадія здійснюється в об'єкті управління і поєднує в собі: надходження інформації про стан об'єкта, отримання регулюючої дії від системи управління і виконання команди. Друга стадія циклу здійснюється системою управління і передбачає отримання, обробку вихідної інформації про стан об'єкта, підготовку проектів рішення і його прийняття, оформлення результатів прийняття рішення і передання регулюючої дії на нижчу ланку системи.

Основою ситуаційного управління є структурно-логічна схема проведення діагностики проблемної ситуації. Алгоритм ситуаційного управління містить: попередній аналіз ситуації та складання плану аналітичної роботи; вибір методів аналізу та створення інформаційної бази для дослідження; процес діагностики ситуації з використанням різних методів аналізу; систематизацію інформації про ситуацію та узагальнення результатів; оцінку результативності ситуації та підготовку звіту. Декомпозиція процесу діагностики ситуацій дозволить виявити слабкі місця в управлінні діяльністю при здійсненні структурних перетворень для створення результативної та адекватної системи управління на підприємствах.

Для ситуаційного управління характерні такі риси: адекватне відображення суб'єктом управління основних рис об'єкта управління і його зовнішнього середовища, в тому числі суттєвих ситуацій; відповідні перегрупування сил, нову тактику його поведінки, що відповідає зміненим умовам; активну та ефективну взаємодію керівників і працівників усіх рівнів у процесі з'ясування проблеми та прийняття рішень.

У свою чергу стратегічне управління розвитком має наступні риси: базується на поєднанні системного, ситуаційного та цільового підходів до діяльності підприємства (відкритої соціально-економічної системи); орієнтує на вивчення умов, у яких функціонує підприємство та дозволяє створювати адекватні цим умовам системи стратегічного управління, які відрізняються одна від одної залежно від особливостей підприємства та характеру зовнішнього середовища; концентрує увагу на необхідності збору та застосуванні баз стратегічної інформації [7].

Стратегічний розвиток передбачає об'єднання стратегічного та ситуаційного видів управлінні і поєднує цільову функцію з критеріями оцінки ефективності. Здійснення цільової функції забезпечують методи управління. Метод є систематизованою сукупністю кроків, дій, які необхідно почати, щоб вирішити певне завдання або досягти певної мети на основі використання специфічних засобів. Метод управління характеризує, перш за все, яким чином суб'єкт управління діє на об'єкт управління, як втілює своє прагнення здійснити вплив на об'єкт з тим, щоб він діяв відповідно до бажань суб'єкта.

В економічній літературі до методів управління зараховують: організаційні – комплекс способів і прийомів впливу на працівників, заснованих на використанні організаційних відносин та на адміністративній владі керівництва; соціально-психологічні – реалізація мотивів соціальної та психологічної поведінки людини під впливом чинників; економічні – реалізують матеріальні інтереси участі людини у виробничих процесах через використання товарно-грошових відносин; мотиваційні – види і форми спонукання людей до праці; координаційні – забезпечення безперервності та ефективності перебігу всіх процесів, що відбуваються на підприємстві; контролю – застосовуються під час виконання функцій контролю [8, с. 126].

Зазначені методи органічно взаємопов'язані і використовуються підприємствами не ізольовано, а комплексно.

Наявна множинність методів управління, їх неоднорідна структура та різні підходи до класифікації ускладнюють задачу вибору тих із них, які будуть більш ефективними при вирішенні конкретних управлінських задач. Тенденція до зростання числа та різноманіття методів управління вимагає впорядкування всієї їх сукупності шляхом класифікації за окремими критеріями. На думку автора, методи стратегічного управління можна класифікувати за окремими ознаками, серед яких:

конкретне призначення:

- імітаційне моделювання - моделювання прямого та зворотного процесів й оцінка необхідних змін параметрів ситуації за власними ресурсами;
- вибір стратегічних позицій - аналіз відхилень від цілей, підприємство вибирає ту стратегію, яка найкраще відповідає його цілям;
- індустріальне планування на базі матриць “продуктивність зростання виробництва і зростання імпорту-експорту” - використовується на етапах стратегічного аналізу стану ресурсів, оцінці можливостей, а також стратегічного планування зміни власних ресурсів;
- сценарій майбутнього розвитку - встановлюється логічна послідовність подій з метою показати, як

може крок за кроком розгортатись майбутній стан об'єкта дослідження, з урахуванням ситуації, що склалася.

тип інформації, що використовується:

- ранжування стратегічних задач - постійне спостереження за всіма тенденціями в зовнішньому середовищі, надання вищому керівництву інформації про результати аналізу цих тенденцій й оцінці ступеня терміновості рішень, розподіл всіх завдань за категоріями терміновості вирішення;
- “мета – потреба – база спостереження – джерело” - використовується на етапах стратегічного моніторингу, аналізі зовнішнього середовища та стратегічному аналізі зовнішнього середовища для вирішення стратегічних задач;
- фактор часу:*
- динамічний аналіз ієрархій - математичний інструмент управління складними проблемами прийняття рішень, що застосовується для стратегічного планування зміни власних ресурсів, синтезу ієрархій та моделювання прямого процесу;
- управління за слабкими сигналами - будь-які несприятливі явища або перспективи зростання можливостей виникають не раптово, а зумовлюються появою “слабких сигналів”;
- ступінь невизначеності:*
- управління в умовах стратегічних несподіванок - нові проблеми слабо передбачені і розвиваються дуже швидко, виникають практично раптово, не маючи під собою очікуваного прогнозу.

Запропонована класифікація методів сприятиме швидкому реагуванню господарюючих суб'єктів і адаптації за рахунок зіставлення з цільовими орієнтирами, місією, стратегією підприємства, використанням відповідно до ситуацій.

В теоретичному плані значна увага звертається на проблеми розробки та прийняття управлінських рішень, в тому числі і стратегічних. Процес прийняття останніх залежить від забезпечення інформаційно-аналітичними даними для організації системи управління стратегічним розвитком підприємств. Вибір ефективних управлінських рішень передбачає всебічний аналіз комплексу взаємозалежних чинників, визначення і порівняльної оцінки можливих альтернатив і допустимих планів дій [9, с. 9]. Оскільки у економічній системі число можливих ситуацій як об'єктів аналізу велике, а число прийнятих рішень, навпаки, порівняно невелике, то для раціонального пошуку рішень у процесі моделювання доцільно оперувати не конкретними ситуаціями, що спостерігаються, а узагальненими. Тому попередньо визначається належність ситуацій певному класу управлінських рішень і на цій основі формуються узагальнені групування ситуацій. До кожної окремої групи можуть бути включені тільки такі числа конкретних ситуацій, для яких рішення щодо управління однакові. Звідси заздалегідь установлений детермінований зв'язок станів узагальнених ситуацій і управлінських рішень [10, с. 130].

Ситуаційне управління враховує вплив невизначеності на прийняття рішень, називаючи такі рішення обмежено раціональними і забезпечує стратегічне управління альтернативними рішеннями проблемних ситуацій, у результаті чого відбуваються структурні зміни та адаптація підприємства.

Застосування прогресивних інструментальних

методів стратегічного управління на відповідних етапах ситуаційного управління забезпечує композиційний

взаємозв'язок, що демонструє рис. 1. Зображений на схемі взаємозв'язок полягає у тому,

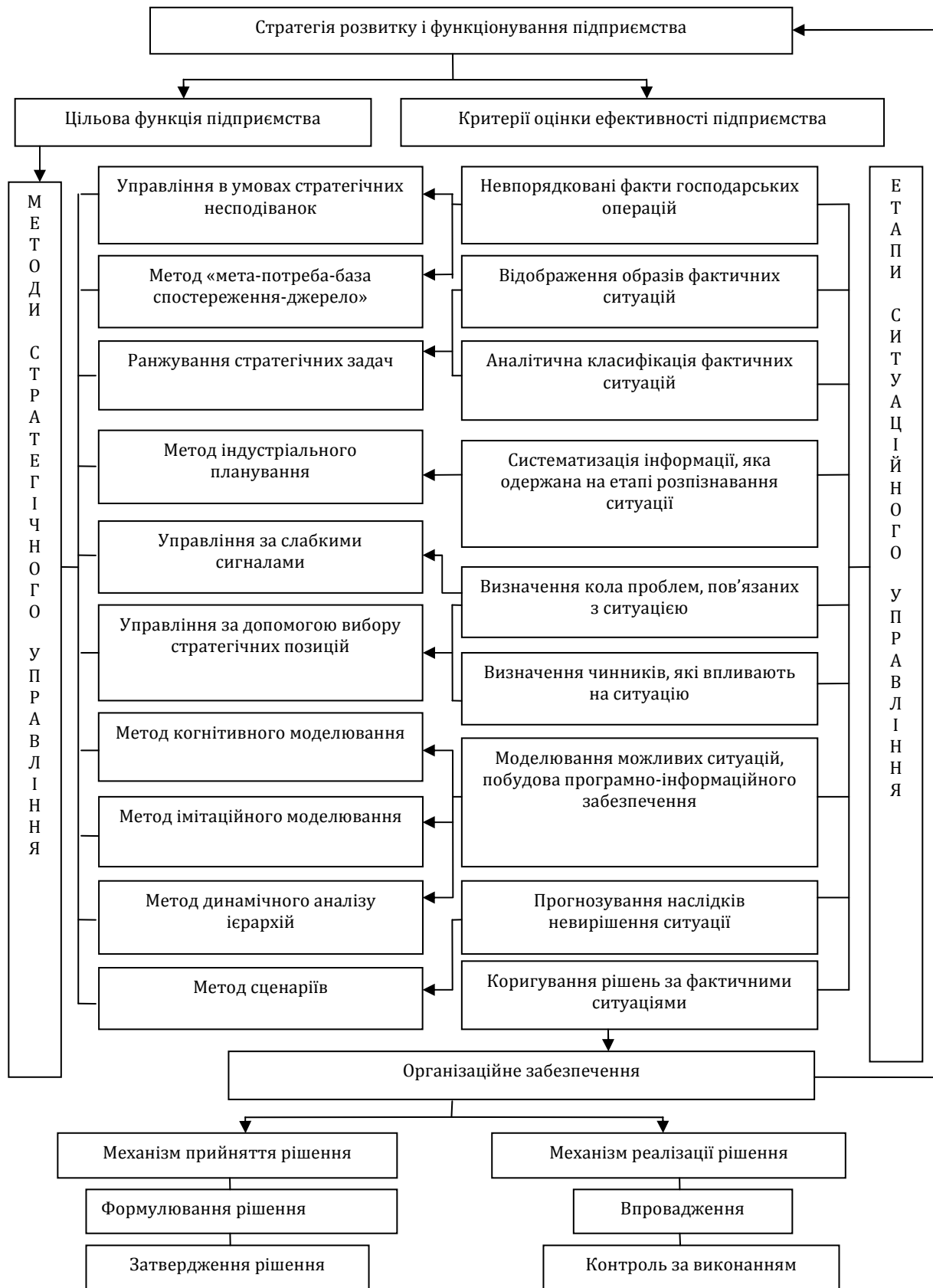


Рис. 1. Схема взаємозв'язку методів стратегічного управління з етапами ситуаційного управління

що на певному етапі ситуаційного управління використовуються відповідні методи стратегічного управління. Так управління в умовах стратегічних несподіванок і метод "мета - потреба - база спостереження - джерело" пов'язані з фактами невпорядкованих господарських операцій. Відображення образів фактичних ситуацій та їх аналітична класифікація забезпечуються ранжуванням стратегічних задач. Стратегічні задачі є стратегічними ситуаціями, які викликані множиною змін зовнішнього середовища та сприймаються системою управління підприємства. Метод індустріального планування використовується для систематизації інформації, яка одержана на етапі розпізнання ситуації. Поступовий аналіз ситуацій з використанням методів стратегічного управління призводить до коригувальних рішень, що за рахунок ефективного організаційного забезпечення вносять корективи в стратегію розвитку підприємства.

Запропонована класифікація методів стратегічного управління з урахуванням фактору часу, конкретним призначенням, ступенем невизначеності та типом інформації, що використовується, дозволить обирати серед методів управління ті, які будуть найбільш ефективними при вирішенні конкретних управлінських задач.

Перспективним напрямком в управлінні, заснованому на використанні змістовної інформації про ситуації, що виникають на об'єктах управління і відображають динаміку їх функціонування, є ситуаційне управління.

З впровадженням ідеології і практики стратегічного управління в поєднанні з етапами ситуаційного управління стає можливим зниження інформаційної невизначеності. В результаті чого відпрацьовуються обґрунтовані управлінські рішення та забезпечується стабільна та успішна діяльність у нестабільних умовах. В цьому полягає композиційний взаємозв'язок стратегічного управління з ситуаційним.

Список літератури

1. Ансофф, И. А. Стратегический менеджмент. Классическое издание [Текст] / И. А. Ансофф. - СПб.: Питер, 2009. - 344 с. — ISBN: 978-5-388-00077-4.
2. Шершньова, З. Є. Стратегічне управління: підручник [Текст] / З. Є. Шершньова. - К.: КНЕУ, 2004. - 699 с. — ISBN 966-574-615-4.
3. Пономаренко, В. С. Стратегічне управління розвитком підприємства [Текст] : навч. посіб. / В. С. Пономаренко, О. І. Пушкар, О. М. Тридід. - Харківський держ. економічний ун-т. — Х.: ХДЕУ, 2002. — 640с.: іл., табл. — ISBN 966-676-051-7.
4. Сутність системи стратегічного управління та методика її впровадження на підприємстві [Електронний ресурс] / Журило І. В. // Зб. наук. пр. кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. — 2009. — № 15. — Режим доступу до журн.: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Npkntu_e/2009_15/.
5. Огієнко, С. О. Стратегічне управління підприємством у сучасних економічних умовах [Текст] / С. О. Огієнко, В. О. Письмак // Економіка розвитку. - Х: ХНЕУ, 2009. - №.3 (51).
6. Федулова, Л. І. Взаємозв'язок ситуаційного управління і стратегічного управління в теорії організацій [Текст] / Л. І. Федулова // Стратегія економічного розвитку України. - К., 2003. - Вип. 14. - С. 151-155.
7. Сучасні тенденції стратегічного управління підприємством [Електронний ресурс] / Л. М. Романюк. // Зб. наук. пр. кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. — 2009. — № 15. — Режим доступу до журн.: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Npkntu_e/2009_15/.

8. Кузьминчук, Н. В. Ситуаційне управління: теоретичне узагальнення підходів до визначення економічної сутності [Текст] / Н. В. Кузьминчук // Управління розвитком. ХНЕУ. - 2005. - № 1'2005. - С. 123 - 131.
9. Кігель, В. Р. Методи і моделі підтримки прийняття рішень у ринковій економіці [Текст] / В. Р. Кігель, Київський економічний ін-т менеджменту (ЕКОМЕН). — К.: ЦУЛ, 2003. — 200с.: табл. — ISBN 966-8253-13-2.
10. Пантелеев, В. Д. Ситуаційний аналіз в управлінні економікою (концепція і перспективи практичних застосувань) [Текст] / В. Д. Пантелеев // Зб. наук. пр. - Миколаїв, 2003. - №1 (387). - С. 125-133.

РЕЗЮМЕ

Якименко Елена

Взаимосвязь стратегического и ситуационного управления развитием предприятия

В статье осуществлена классификация методов стратегического управления, проанализировано их взаимодействие с ситуационным управлением с целью обеспечения эффективной деятельности предприятия и своевременного реагирования на действия внешних и внутренних факторов. Рассмотрены характерные черты ситуационного и стратегического управлений.

RESUME

Yakymenko Olena

Correlation between strategic and situational management of company's development

In article classification of strategic management's methods is done. Their correlation with Situational Management to ensure effective activity of the company and timely response to the actions of external and internal factors is analyzed. The characteristics of situational strategic management are examined.

Стаття надійшла до редакції 20.03.2011 р.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

УДК 657

Леся БАБІЙ

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри бухгалтерського обліку
ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана"

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ

Розглянуто механізми поліпшення процесу обліку операцій з експорту продукції з урахуванням моменту передачі права власності на неї відповідно до сучасних умов господарювання.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, операції з експорту, облік.

Зовнішньоекономічна діяльність зумовлює якісні зміни в міжнародних відносинах. Особливого значення набуває ефективність здійснення операцій з експорту товарів, що характеризує адаптацію підприємств до умов суворої міжнародної конкуренції та є необхідною умовою їх успішного функціонування в ринковому середовищі, визначає ступінь інтегрованості у світову економіку.

Розвитком теорії та практики бухгалтерського обліку операцій з експорту товарів займалась значна кількість науковців, в тому числі: Ф. Ф. Бутинець, А. М. Герасимович, Г. М. Дроздова, І. В. Жиглей, М. В. Кужельний, Ю. А. Кузьмінський, В. Г. Козак, Ю. М. Лисенков, Л. І. Лук'яненко, М. Р. Лучко, О. В. Небільцова, І. В. Педь, М. Я. Остап'юк, К. В. Романчук, О. В. Рура, В. В. Сопко, О. І. Степаненко, а також зарубіжні вчені Д. Р. Аріфулін, С. А. Бороненкова, О. О. Кірова, О. Ф. Мухін, М. І. Овсійчук, Д. М. Усаєв.

Розвиток зовнішньоекономічних відносин, їх форм та напрямків потребує мобільного реагування обліково-контрольної складової їх забезпечення для діючих суб'єктів української економіки. Залучаються закордонні інвестиції, зростає частка експорту у зовнішньоторгових відносинах. Отже, постає коло питань у системі бухгалтерського обліку і аудиту операцій з експорту, вирішення яких пов'язане з опрацюванням методики і організації обліку операцій з експорту.

Низка питань, пов'язаних з теоретичною розробкою і обґрунтуванням практичних положень обліку і аудиту операцій з експорту товаровиробників, в умовах сучасних інтеграційних процесів підтверджують необхідність розробки механізмів поліпшення процесу обліку операцій з експорту продукції товаровиробників України відповідно до сучасних умов господарювання, дослідження теоретичних аспектів та практичних положень обліку операцій з експорту продукції з урахуванням моменту передачі права власності на неї.

Під методикою бухгалтерського обліку операцій з експорту слід розуміти сукупність способів відображення таких операцій в обліку, починаючи від відображення у первинних документах і до формування фінансової звітності, для прийняття ефективних

управлінських рішень.

Основу методології операцій з експорту товаровиробників України визначають принципи, закладені в Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1], зокрема принцип нарахування та відповідності доходів та витрат, відповідно до якого доходи та витрати відображаються в обліку і звітності в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати грошей, а для визначення фінансового результату звітного періоду необхідно порівнювати доходи звітного періоду з витратами, здійсненими для одержання цих доходів.

На основі вищезазначених принципів формується методика процесу реалізації і методика визначення фінансових результатів за операціями з експорту.

Методика процесу реалізації визначає період, в якому має бути визнаний дохід, а також порядок встановлення суми доходу від реалізації.

Методика фінансових результатів полягає у порівнянні доходів та витрат за операціями з експорту.

Операції повинні відображатись в обліку відповідно до їх сутності, а не виходячи з юридичної форми. З огляду на це потрібно визначити критерій та основні принципи визнання доходів. Поняття доходу визначено в П(С)БО 15 "Дохід" [2]: дохід - це збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, яке приводить до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників, засновників).

У процесі визнання доходу від операцій, пов'язаних з реалізацією товарів на експорт, існують певні особливості.

Реалізація товарів на експорт прямо залежить від базисних умов поставки товарів, які так чи інакше враховують транспортний чинник не лише у експортній ціні, а й у відображенні моменту визнання доходу від реалізації товарів на експорт.

Дохід відображається, коли він визнаний або може бути визнаний (тобто існує можливість його визнання).

Визнання доходу за товари, продані за готівку чи в обмін на інші товари, підтверджується моментом переходу права власності на них від продавця до покупця. Отже, очевидно, що найбільш чітко відповідають критеріям визнання доходу, операції,

пов'язані з реалізацією товарів, і одержання доходу у вигляді оплати за відвантажені товари. У бухгалтерському обліку такий дохід пов'язаний із датою продажу товарів. Подібний метод називається відображенням на дату відвантаження.

Існує ряд ситуацій, коли дотримання названих вище критеріїв визнання доходу стає можливим лише після моменту відвантаження товару.

Відповідно до п. 8 П(С)БО 15 «Дохід», момент визнання доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, інших активів) настає у разі наявності таких умов: покупець передані ризики й вигоди, пов'язані з правом власності на продукцію (товар, інший актив); підприємство не здійснює надалі управління та контроль за реалізованою продукцією (товарами, іншими активами); сума доходу (виручка) може бути достовірно визначена; є впевненість, що в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигод підприємства, а витрати, пов'язані з цією операцією, можуть бути достовірно визначені [2].

Відповідно до п. 8 П(С)БО 15 «Дохід», момент визнання доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, інших активів) настає у разі наявності таких умов: покупець передані ризики й вигоди, пов'язані з правом власності на продукцію (товар, інший актив); підприємство не здійснює надалі управління та контроль за реалізованою продукцією (товарами, іншими активами); сума доходу (виручка) може бути достовірно визначена; є впевненість, що в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигод підприємства, а витрати, пов'язані з цією операцією, можуть бути достовірно визначені. Оскільки перші два критерії впливають з права власності на цінності (майно), то важливим є визначення саме моменту переходу права власності від суб'єкта господарювання (власника) до іншої особи.

А тому, враховуючи особливості визнання переходу прав власності на товарно-матеріальні та нематеріальні цінності від продавця до покупця у момент їх передачі, відповідно до ст. 334 Цивільного кодексу України [4], необхідно уточнити порядок обліку цінностей (майна), що вибувають (відчужуються) для реалізації з підприємства продавця.

Такими моментами можуть бути як передача (вручення) цінностей (майна) безпосередньо покупцю, так і перевізникові у разі його відчуження без зобов'язання доставки (до передання цінностей (майна) прирівнюється вручення коносаменту або іншого товарно-розпорядчого документа). Тобто передача (вручення) цінностей (майна), що відчужені для виконання договорів купівлі-продажу може відбуватися за місцем знаходження продавця, або покупця, або перевізника, або іншим встановленим договором місцем. А тому у всіх випадках (крім за місцем знаходження продавця) складається ситуація коли відчужені цінності (майно) відсутні, а момент передачі прав власності на них покупцю ще не настав. Така ситуація ускладнює як облік самих відчужених цінностей за рахунками, на яких вони обліковуються у разі своєї наявності, так і облік доходів, витрат, інших активів, заборгованостей, капіталу та інших чинників, пов'язаних з їх відчуженням.

Це стосується всіх господарських операцій, що впливають з договорів купівлі-продажу продукції, товарів, робіт, послуг та інших активів (постачання, оптова, роздрібна торгівля, міна (бартер), консигнація, агентські договори тощо). У разі, коли мова йде про

передачу до прийняття результатів робіт та послуг, слід зупинитися на визнанні доходу від їх реалізації.

Так у ПСБО 15 «Дохід»[2], відсутня вимога щодо критеріїв, які витікають з прав власності на цінності (активи), у разі передачі до прийняття результатів робіт та послуг, і це коли більшість виконаних робіт і послуг мають матеріальну форму, і для їх виробництва споживаються різні активи (ресурси). Тому доцільно додати до критеріїв визнання доходу від реалізації робіт, послуг вимогу передачі контролю, ризиків і вигод, пов'язаних з правом власності на результати праці з їх виконання.

Крім того, відсутність активів відбувається в результаті здійснення операцій з надання власником у користування, розпорядження, володіння цінностей (майна) без передачі права власності (інші типи вибуття активів) за договорами передачі у тимчасове користування (оренду), у переробку, під заставу тощо, які передбачають право цього власника на отримання певного доходу. Зазначені економічні принципи отримання доходу без передачі права власності на активи закріплені у п. 20 П(С)БО 15 «Дохід», де до такого належить дохід, що виникає в результаті використання активів підприємства іншими сторонами. Такий дохід визнається у вигляді процентів, роялті та дивідендів, якщо є: імовірне надходження економічних вигод, пов'язаних з такою операцією; дохід може бути достовірно оцінений. Як видно, наведені критерії практично збігаються з двома останніми критеріями визнання доходу від реалізації продукції (товарів, інших активів), що підтверджує законодавчо встановлене право власності на цінності приносити дохід.

Також в діяльності підприємств існують ситуації, коли на активи підприємства накладається арешт або різні застереження щодо їх використання (обмеження) у разі порушення митного, цивільного, господарського та іншого законодавства, а також підприємство добровільно обтяжує свої активи, що передаються під заставу (іпотека, заклад) у разі здійснення господарських операцій з залучення коштів інших суб'єктів господарювання.

Враховуючи вищезазначене ми вважаємо, що необхідно внести зміни до порядку обліку оборотних активів, за ознакою «оборотні активи, що відсутні та обтяжені без передачі права власності». Це обґрунтує визнання та оцінку таких активів в обліку та дозволить, використовуючи метод «система рахунків» внести зміни до діючого плану рахунків бухгалтерського обліку і порядку його застосування.

До оборотних активів, що відсутні (з відчуженням чи без нього) без передачі права власності автором, належать оборотні активи, що фактично відсутні у наявності підприємства (власника) але право власності на які за ним зберігається і може бути юридично (документально) підтверджене.

До обтяжених оборотних активів, належать активи, на які накладено арешт або застереження щодо обмеження у використанні та активи, що перебувають під заставою, але за ними збережено права власності до прийняття виконавчого рішення.

Для цього пропонується ввести рахунок 29 «Відсутні та обтяжені оборотні активи». Оцінка і визнання в обліку таких оборотних активів (що містять готову продукцію, товари, результати робіт і послуг (закінчені витрати з виконання робіт, послуг), інші активи здійснюється за балансовою вартістю тих оборотних активів, що переведені до них з інших рахунків другого

класу. Такі оборотні активи поділені на дві групи.

Перша група - це відсутні оборотні активи, що мають два підвиди. До першого відносять відсутні оборотні активи, що підлягають відчуженню у власника, але до певного терміну (визначеної дати або події) право власності на них не передано іншій особі, як це очікується, тобто зміна власника ще не відбулася хоча передбачається. Ця підгрупа поділяється на оборотні активи, що відчужуються на платній (компенсаційній) основі (купівля-продаж, міна (бартер), фінансова оренда (лізинг), внесок до статутного капіталу) або на безоплатній (без компенсаційній) основі (дарування). Для цього пропонується ввести наступні субрахунки: 291 «Відсутні оборотні активи до передачі права власності за плату» для обліку операцій з реалізації продукції, товарів, робіт, послуг за договорами купівлі-продажу, комісії, консигнації, агентськими договорами, до моменту передачі зазначених активів покупцю або уповноваженій особі, або перевізнику та (або) до моменту його реалізації комісіонером, агентом (посередником); 292 «Відсутні оборотні активи до передачі права власності на іншій компенсаційній основі» для обліку операцій міни (бартеру), у разі якщо першою подією є передача активу до моменту отримання іншого активу, фінансової оренди (лізингу) на час її строку дії, внесків до статутного капіталу до моменту отримання акцій (оформлених часток) від учасника спільної діяльності; 293 «Відсутні оборотні активи до передачі права власності на безоплатній основі» для операцій з безоплатної передачі активів (дарування).

До другої підгрупи першої групи відносяться відсутні оборотні активи, що надаються власником іншій особі в користування, розпорядження, володіння, за якими передача права власності не відбувається. До них належать активи, передані у тимчасове користування (оперативну оренду) на час дії її строку, у переробку давальницької сировини до моменту її завершення. Для цього пропонується ввести наступні рахунки: 294 «Оборотні активи, передані для тимчасового використання» для операцій з оперативної оренди та переробки давальницької сировини; 295 «Інші відсутні оборотні активи без передачі права власності» для операцій з передачі активів за господарськими договорами на збереження (схорон) та у всіх інших випадках реалізації власником його права володіння, користування розпорядження активом без передачі прав власності до кінця строку дії зазначених договорів.

Активи другої групи - це оборотні активи, що мають правове обтяження, перебувають у наявності або відсутні і поділяються на дві підгрупи: добровільно обтяжені активи за договорами застави до моменту закінчення строку дії договорів обтяження - рахунок 296 «Оборотні активи добровільно обтяжені» для операцій з добровільного обтяження активів (застава - іпотека, заклад) та на активи, що примусово обтяжені до моменту прийняття виконавчого рішення уповноваженим органом щодо права власності на них (арешт, конфіскація, реквізиція, обмеження у використанні) - рахунок 297 «Оборотні активи примусово обтяжені» для операцій примусового обтяження активів.

Введення рахунку 29 «Відсутні та обтяжені оборотні активи» передбачає внесення змін у порядок відображення в бухгалтерського обліку вищезазначених операцій, у тому числі - пов'язаних з експортом товарів

(продукції, робіт, послуг, інших активів), а саме: в момент відокремлення активів здійснювати запис за кредитом рахунків 26 (28, 23, 22, 20, 10, 11, 12) у дебет рахунку 29, а у момент визнання доходу, витрат (операції, постачання, оптово-роздрібною торгівлі, консигнація, тощо) надходження іншого активу в обмін на переданий актив (операції міни, переробки (давальницька сировина)) або повернення активів з оренди, зняття застави або арешту, здійснюються відповідні записи у кредит рахунку 29 та дебет рахунків витрат (90 - у разі реалізації продажу, 94 у разі не відповідності іншим ознакам визнання доходу, втрати, примусового відчуження) або рахунків різних активів, що надходять у результаті операцій міни, повернення з оперативної оренди, застави, арешту, зберігання тощо або рахунків витрат у разі їх не повернення. Тобто використання цього рахунку не суперечить оцінці доходу і за всіма іншими критеріями, а не тільки критеріям, що впливають з передачі прав власності.

Під час дослідження визначено необхідність у доповненні критеріїв визнання доходу від реалізації робіт, послуг (п.10 П(С)БО 15) вимогу передачі контролю, ризиків і вигод, пов'язаних з правом власності на результати праці з їх виконання. Враховуючи особливості визнання переходу прав власності на товарно-матеріальні та нематеріальні цінності (майно) від продавця до покупця у моментом їх передачі, уточнено порядок обліку цінностей (майно), що вибувають (відчужуються) для реалізації з підприємства продавця.

Список літератури

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV — Режим доступу :
2. <http://portal.rada.gov.ua> — Назва з титул. екрана.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 "Дохід" ; затверджено Наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р. № 290 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua> — Назва з титул. екрана.
4. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс] : закон України від 16.04.1992 р. № 959-XII (із змінами і доповненнями). - Режим доступу :
5. <http://portal.rada.gov.ua> — Назва з титул. екрана.
6. Цивільний кодекс України із змінами і доповненнями, внесеними Законом України від 19.06.2003 р. № 980-IV. — К. : Парламентське вид-во, 2009. — 552 с.

РЕЗЮМЕ

Бабий Леся

Совершенствование учета экспортных операций

Рассмотрены механизмы улучшения процесса учета экспортных операций продукции, с учетом момента передачи права собственности на нее, в соответствии с современными условиями хозяйствования.

RESUME

Babiy Lesya

The accounting improvement of export operations

The mechanisms of the improvement of process for recording the export products, taking into account the time of transfer of ownership of it, in accordance with current economic conditions are examined.

Стаття надійшла до редакції 11.03.2011 р.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ПІДСОБНО-ДОПОМІЖНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Визначено недоліки побудови обліку витрат підсобно-допоміжної діяльності залізничного транспорту. Обґрунтовано необхідність класифікації підсобно-допоміжної роботи за напрямками її здійснення, відповідно до яких запропоновано порядок обліку витрат, розроблено форми управлінської звітності.

Ключові слова: витрати, облік, управління, звітність, залізничний транспорт, вантажні перевезення.

На третьому етапі реформування Укрзалізниці, який розпочався у 2011 році, та за умов стабільного зростання конкуренції на ринку вантажних перевезень, важливим завданням є створення інформаційного середовища для управління залізничним транспортом на якісно новій основі, що дасть можливість обирати найбільш ефективні стратегічні напрями розвитку галузі.

Проведені дослідження показали, що на сьогодні існує чимало недоліків у побудові обліку витрат підсобно-допоміжної діяльності залізничного транспорту, які не дають можливості отримувати якісну інформацію, необхідну для прийняття ефективних управлінських рішень. Більше того, вони є основною причиною постійного зростання собівартості послуг, що надає галузь, за одночасної відсутності належної якості обслуговування клієнтів, унаслідок чого залізничний транспорт України стає неконкурентоспроможним.

Незважаючи на актуальність, це питання залишається найменш дослідженим, відсутні будь-які публікації у цьому напрямку. Остання праця, видана у 1986 році економістом Сілаєвим Н. І. [9], детально описує послідовність здійснення підсобно-допоміжної діяльності залізниць, однак відображені особливості вже не відповідають сучасності.

Метою написання статті є вивчення побудови обліку витрат підсобно-допоміжної діяльності залізничного транспорту та виявлення існуючих недоліків, а також обґрунтування пропозицій щодо підвищення якості інформації, яку надає фінансовий облік для прийняття управлінських рішень.

Сьогодні в галузі виділяють таких два напрями підсобно-допоміжної роботи:

- обслуговування експлуатаційної діяльності;
- обслуговування сторонніх відносно залізничного транспорту юридичних і фізичних осіб.

При цьому до складу витрат останнього напрямку фактично відносять не лише витрати з обслуговування сторонніх юридичних і фізичних осіб, котрі не мають відношення до процесу перевезення (підключення до мережі енергопостачання Укрзалізниці окремих населених пунктів чи підприємств, виконання ремонтних робіт тощо), але й з надання послуг вантажовласникам чи пасажиром, що відшкодовуються за рахунок додаткових зборів та платежів. Усі ці витрати не розмежовують, не відображають у калькуляціях і

звітності

Подібне групування витрат не сприяє достовірності та повноті їх обліку.

Витрати з обслуговування експлуатаційної діяльності та витрати з обслуговування процесу перевезення, котрі відшкодовуються за рахунок додаткових зборів та платежів, передусім необхідно обліковувати за видами перевезень: вантажними та пасажирськими (зараз у галузі це не проводиться). Витрати з обслуговування сторонніх юридичних та фізичних осіб, що не стосуються перевезень або пов'язані з обслуговуванням приватного рухомого складу, повинні обліковуватись відокремлено.

Отже, для побудови якісного обліку доцільно виділяти такі напрями підсобно-допоміжної діяльності:

- обслуговування експлуатаційної діяльності;
- обслуговування процесу перевезення, що відшкодовуються за рахунок додаткових зборів та платежів;
- обслуговування сторонніх відносно залізниць юридичних і фізичних осіб.

Витрати слід формувати відповідно до запропонованих вище напрямів підсобно-допоміжної роботи.

Основним документом, який відображає структуру витрат галузі, є Номенклатура витрат з основних видів економічної діяльності залізничного транспорту, розроблена відповідно до нових умов господарювання та затверджена Наказом Укрзалізниці від 21.08.2008 р., № 417-Ц (далі – Номенклатура витрат). Вказаний документ відіграє важливу роль у формуванні інформаційного середовища обліку та управління. Зокрема на його основі в галузі проводиться:

- розробка калькуляції собівартості перевезень;
- обґрунтування визначення потреби в трудових, матеріальних і фінансових ресурсах у грошовому вираженні за видами діяльності для виконання запланованих обсягів перевезень;
- розробка системи відображення витрат у внутрішній та зовнішній звітності.

У Номенклатурі витрат передбачено розділ 1.2 «Прямі витрати підсобно-допоміжного виробництва», у якому статті витрат віднесені за господарствами без виділення описаних напрямів підсобно-допоміжної роботи. Також не відмежовуються статті витрат на виконання господарських операцій з обслуговування

сторонніх відносно залізниць юридичних і фізичних осіб, в тому числі з обслуговування процесу перевезення, що відшкодовуються за рахунок додаткових зборів та платежів [4]. Особливості формування витрат підсобно-допоміжної діяльності у Номенклатурі витрат практично не розкриті. Внаслідок цього не забезпечується якісне відображення інформації

у внутрішній звітності.

Отже, необхідно удосконалити структуру розділу 1.2 «Прямі витрати підсобно-допоміжного виробництва» чинної Номенклатури витрат, і виділити у ньому запропоновані види підсобно-допоміжної діяльності (рис. 1).



Рис. 1. Запропонована структура розділу 1.2 «Прямі витрати підсобно-допоміжного виробництва» Номенклатури витрат

У документі слід виділити запропоновані напрями підсобно-допоміжної діяльності та внести виробничі дільниці як допоміжні місця виникнення витрат, вказавши господарства та структурні підрозділи, до яких вони належать, а також перелік господарських операцій, котрі виконуються у цих дільницях, та відповідні статті витрат. Враховуючи сказане, у таблиці 1 ми наведемо зміни до розділу 1.2 «Прямі витрати підсобно-допоміжного виробництва».

Також пропонуємо згідно з показаними на рис. 1 пунктами 1.2.1, 1.2.2 та 1.2.3 складати окремі звіти.

Впровадження описаних пропозицій дозволить започаткувати нормування витрат, пов'язаних з обслуговуванням експлуатаційної діяльності, а отже забезпечить належне планування та контроль. Більше того, статті витрат, диференційовані за усією різноманітністю виконуваних робіт, пов'язаних з виготовленням продукції, виконанням ремонтів та наданням інших послуг, дільницями та цехами підсобно-допоміжної діяльності сприятимуть більш обґрунтованій калькуляції їх собівартості.

Необхідно відповідним чином організувати синтетичний облік витрат підсобно-допоміжного виробництва галузі. У Плані рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій залізничного транспорту України, затвердженому наказом Укрзалізниці від 03.07.2000 р., № 251-Ц (далі – План рахунків), для відображення виготовленої продукції, виконаних робіт чи наданих послуг в підсобно-

допоміжній діяльності передбачено субрахунки II порядку 237 «Допоміжне виробництво» та 238 «Допоміжне виробництво». До них відкрито субрахунки III та IV порядків (рис. 2).

Структурні підрозділи та підприємства залізничного транспорту залежно від характеру виконуваних робіт використовують потрібні їм рахунки. Дослідження показали, що подібна схема віднесення витрат на виробництво має суттєвий недолік. На практиці різні виробничі дільниці одні і ті ж господарські операції відображають на різних рахунках. Крім того, субрахунки III та IV порядків передбачені не для всіх господарств та напрямів виконуваних робіт.

У вагонному господарстві Львівської залізниці, наприклад, надаються послуги вантажовласникам, виготовляється продукція власного споживання, виконуються ремонтні роботи для інших залізниць, обслуговуються сторонні відносно залізниць фізичні і юридичні особи. Однак у Плані рахунків цьому господарству не присвоєний субрахунок. Витрати на виконання всіх зазначених господарських операцій відображають на рахунку 2387 «Інші види робіт по всіх господарствах».

За такої організації обліку втрачається можливість здійснювати належний контроль витрат підсобно-допоміжної діяльності.

Для побудови ефективної системи обліку пропонуємо використати ще незадіяні у допоміжному виробництві рахунки V порядку. Для цього спочатку потрібно сформувати рахунки II порядку відповідно до

Таблиця 1. Запропонована структура розділу 1.2 «Прямі витрати підсобно-допоміжного виробництва»

Напрямок робіт (якщо виділяють)	Господарство	Структурний підрозділ, дільниця	Найменування статті витрат
Витрати, що прямо відносять до перевезення вантажів			
1.2.1. Обслуговування експлуатаційної діяльності			
Міжнародні перевезення	Господарство станцій (вокзалів)	_____	Місцеві витрати вантажного господарства
	Вагон не господарство	Вагонні депо	Утримання вантажних вагонів, що знаходяться в користуванні залізниць інших держав
	Локомотивне господарство	Локомотивні депо	Утримання контейнерів, що знаходяться в користуванні залізниць інших держав
	Господарство вантажної та комерційної роботи	Станції	Маневрова робота локомотивів
	Вагонне господарство	Пункт технічного обслуговування з відчепленням вагонів	Обслуговування передавальних поїздів
1.2.2. Обслуговування процесу перевезення, що відшкодовуються за рахунок доплаткових зборів та платежів	Господарство вантажної та комерційної роботи	Механізовані дистанції вантажно-розвантажувальних робіт	Перевантаження вантажів
	Господарство вантажної та комерційної роботи.	Станції	Перестановка вантажних вагонів
	Локомотивне господарство	Локомотивні депо	Інші роботи та послуги
	Вагонне господарство	Вагонні депо	Порізка вантажних вагонів на металобрухт
1.2.3. Обслуговування сторонніх залізниць юридичних і фізичних осіб			
Транспортно-експедиторські операції	Господарство електропостачання	Дистанції електропостачання	Перероблення вантажів вручну
	Колійне господарство	Дистанції колії	Перероблення вантажів механізмами
	Локомотивне господарство	Локомотивні депо	Безтоннажні роботи
	Вагонне господарство	Вагонні депо	Зважування вантажу
1.2.3. Обслуговування сторонніх залізниць юридичних і фізичних осіб	Господарство електропостачання	Дистанції електропостачання	Довідково-інформаційні операції
	Колійне господарство	Дистанції колії	Подача збирання вагонів на під'їзних коліях, що не належать залізниці
	Локомотивне господарство	Локомотивні депо	Пропарка, промивка, дезінфекція цистерн
	Вагонне господарство	Вагонні депо	Промивка, дезінфекція вагонів
Торгівля, громадське харчування	Господарство електропостачання	Дистанції електропостачання	Реалізація електроенергії стороннім юридичним та фізичним особам
	Колійне господарство	Дистанції колії	Поточне утримання та ремонт під'їзних колій, зданих в оренду
	Локомотивне господарство	Локомотивні депо	Послуги важких колійних машин
	Вагонне господарство	Вагонні депо	Робота інших підймальних кранів
			Поточний ремонт локомотивів, які не належать залізниці
			Технічне обслуговування локомотивів, які не належать залізниці
			Обслуговування локомотивів, зданих в оренду
			Робота локомотивів на коліях, які не належать залізниці
			Робота інших підймальних кранів
			Послуги машин та механізмів
			Послуги з обкатки приватних цистерн
			Перетрафаретування приватних вагонів
			Перестановка приватних вагонів
			Послуги з технічного обслуговування приватних вагонів
			Промивка приватних вагонів
		Пропарка приватних цистерн	
		Витрати торгівлі	
		Витрати громадського харчування на виготовлення продукції	

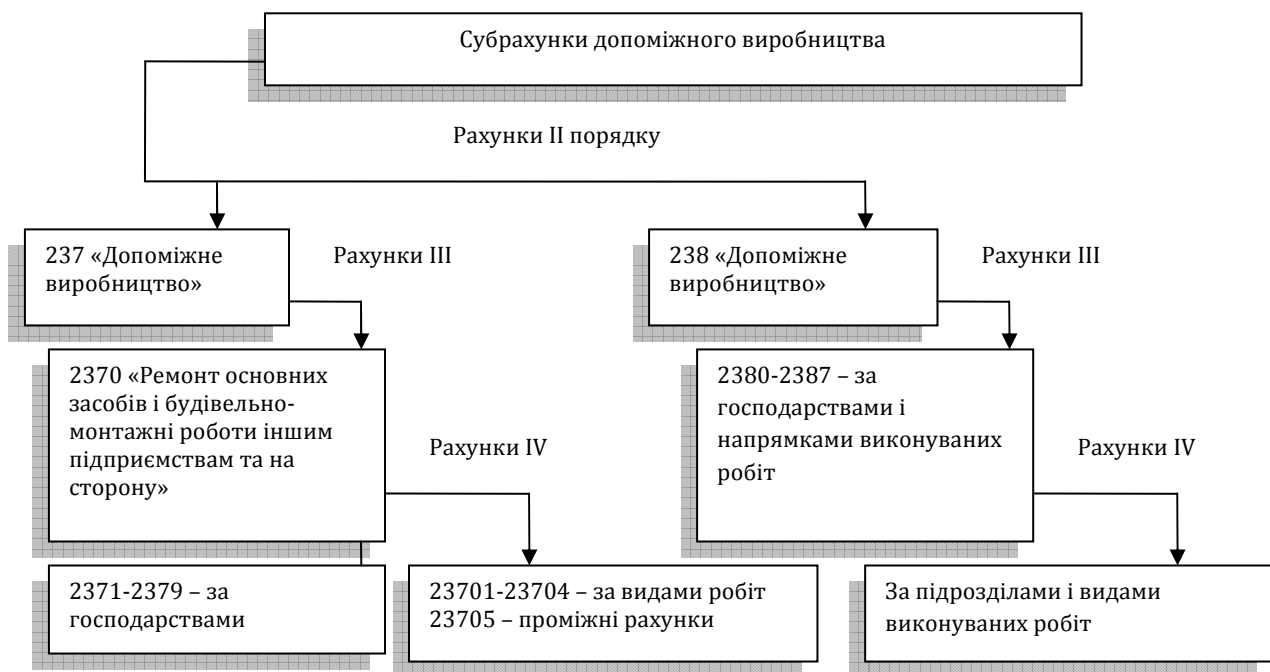


Рис. 2. Ієрархія субрахунків допоміжного виробництва на залізничному транспорті

запропонованих напрямів підсобно-допоміжної роботи. Вони матимуть такий вигляд:

- 237 «Допоміжне виробництво з обслуговування експлуатаційної діяльності залізничного транспорту»;
- 238 «Допоміжне виробництво з обслуговування процесу перевезення, що відшкодовуються за рахунок додаткових зборів та платежів»;
- 239 «Допоміжне виробництво з обслуговування сторонніх відносно залізниць юридичних і фізичних осіб».

Надалі необхідно сформувати перелік рахунків III, IV та V порядків, враховуючи їх діючу ієрархію, та передбачити субрахунки для всіх господарств, в яких виконуються підсобно-допоміжні роботи.

Запропонована організація обліку допоміжного виробництва сприятиме достовірному відображенню витрат за видами підсобно-допоміжної діяльності залізничного транспорту, що є передумовою ефективного управління. Отже, будуть створені необхідні умови для пошуку ефективних напрямів підвищення конкурентоздатності галузі на ринку вантажних перевезень.

Список літератури

1. Боїла Л. І. Сутність та склад витрат підсобно-допоміжної діяльності залізничного транспорту / Л.І. Боїла // Вісник житомирського державного технологічного університету. – Житомир, 2010. – №1 (51). – С. 153-156.
2. Методичні рекомендації по заповненню форм фінансової звітності (форма № 1 «Баланс», форма № 2 «Звіт про фінансові результати» та форма № 14-зал «Звіт про доходи та витрати підприємств основної діяльності залізничного транспорту України»). – [затверджено Наказом Укрзалізниці від 16.09.2002 р., № НФ-57/1421]. – 117 с.
3. Методичні рекомендації з формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті. – [затверджено Наказом Міністерства транспорту України від 05.02.2001 р., № 65]. – 22 с.
4. Номенклатура витрат з основних видів діяльності

залізничного транспорту України. – [затверджено Наказом Укрзалізниці від 21.08.2007р., № 417-Ц]. – К.: ВАТ «ІКТЦ-Центр», 2008. – 42бс.

5. Піх Б. П. Концепція структурних перетворень на Львівській залізниці в умовах формування транспортного ринку (досвід роботи) / Б. П. Піх, В. В. Савченко, В. І. Копитко // Вісник ХНУ. – 2001. – № 512. – С. 28-31.
6. Постанова Кабінету Міністрів України від 16.02.1998 №173 «Про перелік робіт (послуг), що належать до основної діяльності залізничного транспорту, та Порядок розподілу доходних надходжень від основної діяльності залізничного транспорту».
7. Проект Державної програми реформування залізничного транспорту. – К.: Укрзалізниця, 2007. – 12 с.
8. Реформування бухгалтерського обліку на залізничному транспорті України. Офіційне видання / [М. В. Макаренко, Ю. М. Цветов, Н. С. Соколовська, В. І. Труханова та ін.]. – К.: КУЕТТ, 2002. – 532 с.
9. Силаев Н. И. Экономика предприятий подсобно-вспомогательной деятельности железных дорог / Н. И. Силаев, В. Ф. Прядко, С. А. Артемьев, Л. И. Сайко. – М.: Транспорт, 1986. – 271с.
10. Терешина Н. П. Экономика железнодорожного транспорта: учеб. [для вузов жел. дор. тр.] / Н. П. Терешина, Б. М. Лапидус, М. Ф. Трихунков. – М.: УМК МПС России, 2001. – 600 с.

РЕЗЮМЕ

Боїла Леся

Пути совершенствования учета затрат подсобно-вспомогательной деятельности железнодорожного транспорта

Изложены недостатки организации учета расходов подсобно-вспомогательной деятельности железнодорожного транспорта. Обоснована необходимость классификации подсобно-вспомогательной работы по направлениям ее выполнения, соответственно которым предложена последовательность учета затрат, разработаны формы управленческой отчетности.

RESUME

Boila Lesya

The ways to improve cost accounting of subsidiary-auxiliary activity on the rail transport

The defects of organization for cost accounting subsidiary-auxiliary activity on the rail transport have been presented. The necessity of classification of subsidiary-auxiliary work beyond it kind of direct has been suggested and consistent for cost accounting by that has been proposed. The new kind of management report has been exploited.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.

УЗГОДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ З МЕТОЮ ОПОДАТКУВАННЯ ТА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ЗГІДНО З БУХГАЛТЕРСЬКИМ ОБЛІКОМ

В статті здійснено аналіз основних змін, які відбулися у зв'язку з прийняттям Податкового кодексу України. Встановлено розбіжності між податковим законодавством і законодавством щодо ведення бухгалтерського обліку в частині розрахунку результату діяльності. Визначено напрямки подальшого зближення результатів діяльності з метою оподаткування та фінансових результатів згідно з бухгалтерським обліком.

Ключові слова: доходи, витрати, амортизація, фінансові результати, об'єкт оподаткування, положення (стандарту) бухгалтерського обліку.

З прийняттям Податкового кодексу України (далі ПКУ) у визначенні оподатковуваного прибутку відбулося багато змін. При цьому спостерігається зближення податкового і бухгалтерського обліку. Це обумовило те, що в основу податкового обліку покладено визначальні принципи бухгалтерського обліку. В окремих випадках ПКУ посиляється на положення (стандарту) бухгалтерського обліку (П(С)БО). Проте повного поєднання бухгалтерського обліку з податковим з прийняттям ПКУ немає. Відмінності залишаються і надалі. Це підтверджує і те, що ПКУ визначає поняття «податкових різниць».

Метою статті є дослідження розбіжностей між результатами діяльності з метою оподаткування і фінансових результатів згідно з бухгалтерським обліком та визначення шляхів їх зближення у зв'язку з прийняттям Податкового кодексу України.

Найбільші зміни відбулися в механізмі розрахунку об'єкта оподаткування. Останнім є прибуток із джерела походження з України та за її межами, визначений шляхом зменшення визнаних доходів згідно з ПКУ на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та суму інших витрат звітного періоду.

Отже, на зміну валовому доходу прийшло поняття доходу, під яким розуміють загальну суму доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, її континентальному шельфі у виключній (морській) економічній зоні, так і за її межами [1, с.18].

При цьому воно відрізняється від визначення доходу, яке надається в П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати». До доходів в бухгалтерському обліку належить збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунок внесків власників) за звітний період. [4, с. 20].

До оподатковуваних доходів зараховують доходи від операційної діяльності, які включають доходи від реалізації товарів, виконання робіт, надання послуг та доходи банківських установ, а також інші доходи. Слід зазначити і те, що Податковим кодексом України чітко визначена необхідність визначення доходів на підставі

первинної документації, обов'язковість ведення та зберігання якої передбачено правилами ведення бухгалтерського обліку, а також інших документів.

Значні зміни, які наблизили податковий облік до бухгалтерського, відбулися і в даті визнання доходів від реалізації товарів (робіт, послуг). Правило визнання валових доходів змінено на визнання доходів за методом нарахувань. Він передбачає визнання доходу від реалізації за датою переходу покупцеві права власності на товар. Дохід від виконання робіт та надання послуг визнається за датою складання акта або іншого документа, оформленого відповідно до вимог чинного законодавства, який підтверджує виконання робіт або надання послуг. Відповідно суми отриманих авансів не потрапляють у дохід платника податків. При цьому обгрунтування дати визнання доходів від реалізації товарів, робіт, послуг буде здійснюватися на підставі правил, визначених Цивільним кодексом України, які визначають момент набуття права власності на майно [2, с. 6].

Датою визнання інших доходів, момент визнання яких не уточнюється, слід визначати за П(С)БО.

Згідно ПКУ витрати - це сума будь-яких витрат платника податку у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах, здійснюваних для провадження господарської діяльності платника податку, в результаті яких відбувається зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, внаслідок чого відбувається зменшення власного капіталу (крім змін капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власником) [1, с. 13]. При цьому аналізуючи визначення «валових витрат» та «витрат», визначених згідно з бухгалтерським обліком, спостерігаємо їх поєднання. Так спільним тепер є те, що витрати повинні передбачати зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань.

До витрат, які враховуються при обчисленні об'єкта оподаткування належать:

- витрати операційної діяльності (собівартість реалізованих товарів, витрати банківських установ);
- інші витрати.

Собівартість виготовлених та реалізованих товарів (виконаних робіт, наданих послуг) складається з витрат,

прямо пов'язаних із виробництвом таких товарів (виконаних робіт, наданих послуг). До них відносяться прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, амортизація виробничих основних засобів та нематеріальних активів, безпосередньо пов'язаних з виробництвом товарів (робіт, послуг), вартість придбаних послуг, прямо пов'язаних з виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг, інші прямі витрати. Склад кожного елемента дуже схожий на складові виробничої собівартості готової продукції, визначених згідно П(С)БО 16 «Витрати» [7, с. 83]. Відмінністю залишається те, що згідно з цим стандартом до прямих витрат не належить амортизація. Вона, як правило, включається до загальногосподарських витрат. Проте головна розбіжність полягає в тому, що згідно з ПКУ до податкової собівартості виготовлених та реалізованих товарів не включаються змінні і постійні розподілені загальногосподарські витрати. Ці витрати беруть участь у визначенні об'єкта оподаткування як інші витрати.

Інші витрати містять:

- загальногосподарські витрати;
- адміністративні витрати;
- витрати на збут;
- інші операційні витрати;
- фінансові витрати (крім внесених до собівартості кваліфікаційних активів за П(С)БО 31 «Фінансові витрати»);
- інші витрати звичайної діяльності.

Склад кожної групи регламентується ПКУ. В цілому ж аналіз складу свідчить про відповідність витрат, визначених з метою оподаткування тим, які зазначені в П(С)БО.

До інших витрат також дозволяється відносити будь-які інші витрати господарської діяльності, стосовно яких ПКУ не встановив відповідних обмежень.

Датою визнання витрат, що формують собівартість реалізованих товарів, є той звітний період, в якому визнано доходи від реалізації таких товарів. Інші витрати визнаються витратами у тому звітному періоді, в якому вони були здійснені.

Витрати також визнаються на підставі первинних документів, обов'язковість ведення та зберігання якої передбачено правилами ведення бухгалтерського обліку та інших документів.

Ще однією особливістю, яка впливає на розбіжності між оподатковуваним і обліковим прибутком є наявність в податковому обліку витрат подвійного призначення. До них належать витрати, які за особливих умов можуть бути включені до складу витрат, що враховуються при обчисленні об'єкта оподаткування. Як приклади наведемо деякі витрати:

1) витрати платника податку на забезпечення найманих працівників спеціальним одягом, взуттям, спеціальним (форменим) одягом, мийними та знешкоджувальними засобами, засобами індивідуального захисту тощо;

2) витрати (крім тих, що підлягають амортизації), пов'язані з науково-технічним забезпеченням господарської діяльності, на винахідництво і раціоналізацію господарських процесів тощо;

3) роялті (крім тих, які виплачують нерезиденту або особі, на користь якої нараховано роялті, яка не підлягає оподаткування відносно роялті в державі, резидентом якої вона є);

4) витрати платника податку на професійну

підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації працівників робітничих професій, витрати на навчання та/або професійну підготовку, перепідготовку або підвищення кваліфікації у вітчизняних або закордонних закладах освіти, якщо наявність сертифіката про освіту в таких закладах є обов'язковою для виконання певних умов ведення господарської діяльності тощо;

5) будь-які витрати на гарантійний ремонт або гарантійні заміни товарів, проданих платником податків;

6) витрати платника податку на проведення реклами;

7) витрати на відрядження фізичних осіб, які перебувають у трудових відносинах із таким платником податку або є членами керівних органів платника податку, в межах фактичних витрат особи, яка відряджена, на проїзд (у тому числі перевезення багажу, бронювання транспортних квитків) як до місця відрядження і назад, так і за місцем відрядження (у тому числі на орендованому транспорті), оплату вартості проживання у готелях (мотелях) тощо.

В бухгалтерському обліку вони можуть відноситися як до операційних витрат, які обліковуються на рахунок 94 «Інші витрати операційної діяльності», так і фінансуватися за рахунок інших джерел і впливають на зменшення облікового прибутку. Різниця, які при цьому виникають, між податковим і бухгалтерським обліком належать, як правило, до постійних.

Залишаються розбіжності також в обліку необоротних активів. При цьому часткове зближення все ж таки відбулося. Амортизація необоротних активів тепер не є окремою складовою при розрахунку оподаткованого прибутку. Її включають до собівартості виготовлених та реалізованих товарів (робіт, послуг) або до інших витрат, залежно від того, де використані необоротні активи.

Перш за все розбіжності полягають у визначенні основних засобів. Ними з метою оподаткування вважаються матеріальні активи, що призначені платником податку для використання в його господарській діяльності, вартість яких перевищує 2500 грн. і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких із дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він триваліший за рік). Проте в 2011 році буде діяти старий вартісний критерій віднесення матеріальних активів до основних засобів – 1000 грн.

В бухгалтерському обліку основні засоби – це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою їх використання у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [5, с.38].

З метою податкового обліку основні засоби та інші необоротні активи поділено на 16 груп, нематеріальні активи – на 6 груп. Класифікація та склад таких груп майже повністю збігається з П(С)БО 7 «Основні засоби» та 8 «Нематеріальні активи» [5, с.39; 6, с.44]. Облік амортизованої вартості здійснюється за кожним об'єктом, тобто груповий облік необоротних активів відмінено і це є ще однією зміною, яка поєднує бухгалтерський і податковий облік.

Для основних засобів з метою визначення оподаткованого прибутку тепер використовуються методи амортизації, які передбачені П(С)БО 7 «Основні засоби»: прямолінійний, зменшення залишкової вартості; прискореного зменшення залишкової вартості; кумулятивний; виробничий [1, с.233].

Слід зазначити і те, що податкова амортизація нараховується протягом строку корисного використання (експлуатації) об'єкта, але не менше мінімально допустимого строку експлуатації. В той же час бухгалтерський облік такого обмеження не передбачає. Спільним же є те, що амортизація основних засобів нараховується щомісячно, розпочинаючи з місяця, наступного за місяцем введення в експлуатацію.

Залишаються різниці і в частині переоцінки активів. Якщо платник податку приймає рішення про уцінку (дооцінку) активів за правилами бухгалтерського обліку, така уцінка (дооцінка) не буде змінювати балансову вартість активів та доходів або витрат такого платника податку. В той же час переоцінка активів в бухгалтерському обліку буде впливати як на вартість активу, так і буде змінювати доходи або витрати підприємства.

Отже, аналіз діючого податкового законодавства в частині визначення оподаткованого прибутку свідчить про зближення його з обліковим прибутком. Враховуючи те, що існує різниця між об'єктом оподаткування і фінансовими результатами в бухгалтерському обліку визначальним є і те, що Міністерство фінансів України затверджено Положення бухгалтерського обліку «Податкові різниці», яке визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про податкові різниці та її розкриття у фінансовій звітності, яке набирає чинності з 01.01.2012 р. [9, с.1-3].

Визначені в статті різниці потребують подальшого дослідження в частині можливості їх усунення з метою формування інформації для оподаткування на підставі даних бухгалтерського обліку.

Список літератури

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : від 02.12.2010 р. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] : від 02.12.2010 р. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність [Текст] : Закон України від 16.07.99 р. №996-XIV // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №10. – С. 3-8.
4. Звіт про фінансові результати [Текст] : П(С)БО 3 затв. наказом МФУ від 31.03.99 р. №87 // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №10. – С. 20-25.
5. Основні засоби [Текст] : П(С)БО 7 затв. наказом МФУ від 27.04.2000 р. № 92 // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №10. – С. 38-43.
6. Нематеріальні активи [Текст] : П(С)БО 8 затв. наказом МФУ від 18.10.99 р. № 242 // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №10. – С.44-48.
7. Витрати [Текст] : П(С)БО 16 затв. наказом МФУ від 31.12.99 р. №318 // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №10. – С. 83-88.
8. Податок на прибуток [Текст] : П(С)БО 17 затв. наказом МФУ від 28.12.99 р. № 353 // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №10. – С.89-93.
9. Положення бухгалтерського обліку «податкові різниці», затв. наказом МФУ від 25.01.2011 р. № 27 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

РЕЗЮМЕ

Будько Оксана

Согласование результатов деятельности с целью налогообложения и финансовых результатов в соответствии с бухгалтерским учетом

В статье осуществлен анализ основных изменений, которые произошли в связи с принятием Налогового кодекса Украины. Установлены расхождения между налоговым законодательством и законодательством, которое регулирует ведение бухгалтерского учета в части расчета результата деятельности. Определены направления дальнейшего сближения результатов деятельности с целью налогообложения и финансовых результатов в соответствии с бухгалтерским учетом.

RESUME

Bud'ko Oksana

Co-ordination of results in the work with the purpose of taxation and financial outcome according to accountant report

The analysis of basic changes that have taken place in connection with the adoption of the Tax Code of Ukraine has been done in this article. Difference between tax legislation and legislation concerning accountant report in the part of determining results of work has been established. Directions of further bringing together the results in work with the purpose of taxation and financial outcome according to accountant report have been determined.

Стаття надійшла до редакції 05.04.2011 р.

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ЯК ФОРМА МОДЕЛЮВАННЯ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ

Обґрунтовано підхід у дослідженні суті та змісту облікової політики з точки зору моделювання. Визначено основні фактори впливу на формування облікової політики підприємств та її складових.

Ключові слова: облікова політика, модель, моделювання, критерії визначення моделей.

Існування різноманітних підходів щодо можливості формування методики та способів здійснення облікового процесу, часті зміни законодавства та кон'юнктури ринку, креативні вимоги та завдання власників чи керівників зумовлюють як об'єктивну необхідність формування досить гнучкої та дієвої облікової політики підприємства, що у свою чергу дасть можливість більш ефективно здійснювати господарську діяльність.

Вивчення облікової політики, теоретичне обґрунтування її принципів здійснювалось багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими. Значну увагу їм приділили в свої працях Ф. Ф. Бутинець, В. Ф. Палій, М. С. Пушкар, Я. В. Соколов, О. О. Шапошников, В. Г. Швець.

Метою нашої роботи є визначення облікової політики як особливої моделі обліку, яку розробляє та використовує в процесі діяльності кожне підприємство. Ставляться також завдання встановити фактори впливу на процес формування облікової політики.

У Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» визначено облікову політику як сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [1]. Хоча законодавець чітко регламентує здійснення облікових процесів, та в певних межах є досить широкий вибір у процедурності та методології здійснення обліку, що обумовлюється такого роду політикою. Зокрема вона вимагає самостійного формування методологічних підходів у здійсненні облікової роботи, забезпечення певного способу обробки облікової інформації та її відображення, тобто здійснення документообігу, формування системи рахунків та реєстрів, забезпечення принципів відображення в обліку запасів та необоротних матеріальних активів тощо. Саме це визначає особливість та цікавість до цього питання, адже варіантність завжди породжує можливість досягнення різних результатів. Ці обставини дозволяють стверджувати, що необхідність формування облікової політики об'єктивно зумовлена.

З точки зору загальної формулювання сутності та змісту, облікова політика – регламентований підхід щодо здійснення бухгалтерського обліку, тобто у своєму роді всеохоплююча модель функціонування облікової системи на конкретному підприємстві. На основі цього формалізація зв'язків «модель - облікова політика» лежить у площині намагання господарюючого суб'єкта збудувати гнучку систему обліку. Досягнення такого результату вимагає вирішення проблеми вибору форми

обліку, а це, у свою чергу, зумовить необхідність аналітичного підходу у виборі та прогнозуванні системи обліку та облікових процесів.

Така інтерпретація внутрішнього вияву облікової політики наштовхує на можливість її трактування як моделі, а її формування як моделювання. Це суттєво може вплинути на ставлення до облікової політики, викликати більш ґрунтовний аналітичний підхід у вивченні факторів її формування та цим самим забезпечити адекватність обліку поставленим критеріям та умовам.

Слід зазначити, що тлумаченню поняття «облікова політика» багато вчених присвятили свої дослідження. Однак немає єдиного підходу у визначенні цього терміну, як і немає прямо підтвердженої думки про те, що облікову політику можна вважати моделлю.

Зокрема Ф. Ф. Бутинець стверджує, що облікова політика - це не просто сукупність способів ведення обліку, обраних відповідно до умов господарювання, а й вибір методики обліку, яка дає змогу використовувати різні варіанти відображення фактів господарського життя [5]; С. І. Дерев'янка вважає, що це вибрана підприємством, з урахуванням встановлених норм та особливостей, методологія бухгалтерського обліку, яка спрямована на досягнення його цілей і завдань та використовується з метою забезпечення надійності фінансової звітності та якісної системи управління [3]; В. Г. Швець пояснює облікову політику як сукупність конкретних методів і способів організації та форм бухгалтерського обліку, прийнятих підприємством на підставі загальних правил і особливостей господарської діяльності [10].

Пояснення облікової політики як моделі можна простежити у працях науковців через призму моделі облікового процесу або бухгалтерського обліку як інформаційної моделі господарського процесу. Наприклад, В. Ф. Палій та Я. В. Соколов переконані, що «...сам бухгалтерський облік є не чимось іншим, як кількісною моделлю господарської діяльності» [6, с. 111]. На думку О. О. Шапошнікова, методологічною основою організації обліку є моделювання, оскільки дає можливість виділити оптимальне співвідношення елементів організації, впорядкувати їх відповідно до вирішуваних завдань [9, с. 45-47]. На тлі такого спрямування думок досить цікавим є погляд М. С. Пушкаря, котрий визначає основними елементами, що є складовими облікової політики теорію, методологію, технологію, організацію [7].

Власне у цьому контексті і постає проблема визначення облікової політики як моделі. Але чи

повною мірою можна стверджувати про відповідність цього поняття визначенню моделі, чи підлягає моделюванню облікова політика і, взагалі, яке співвідношення між обліковою політикою та моделлю?

Оскільки існують закономірні підстави формування облікової політики різної конфігурації, що виходять із потреб та мети, яку ставлять перед собою власники чи керівники того чи іншого підприємства, то можна припустити, що дійсно облікова політика - це своєрідна модель. Але чи відповідає ця модель загальним принципам моделювання?

Очевидним є те, що таку модель можна зарахувати до складу економічних, специфікою побудови яких є те, що вони мають відповідати наступним критеріям:

- виходити із основних економічних закономірностей;
- враховувати найбільш суттєві фактори впливу на кінцевий результат;
- носити ознаки загальності щодо можливості її застосування;
- відповідати критерію часу (часові обмеження стосовно кінцевих результатів);
- формувати певні закономірності чи взаємозалежності між факторами, аналізувати їх поведінку;
- забезпечувати доступність сприйняття;
- існувати в рамках встановлених обмежень.

З усіх наведених ознак найбільш суперечливими

відносно облікової політики є ідентифікація найбільш суттєвих факторів впливу на кінцевий результат.

По суті, усталена система бухгалтерського обліку орієнтується на кінцевий результат, на це спрямовані усі елементи обліку, а саме – рух інформації, її обробка та адекватне відображення у регістрах та рахунках. Ця система або функціонує, або ж ні. Хоча, з іншого боку, можна говорити про ефективність її функціонування з огляду на можливість удосконалення окремих її елементів або ж їх вибором.

При цьому найсуттєвішою особливістю облікової політики як моделі є те, що фактори впливають виключно на вибір методології здійснення обліку. Зокрема, для прикладу, застосування того чи іншого методу нарахування амортизації необоротних активів чи руху запасів може суттєво впливати на результативну частину системи бухгалтерського обліку (рівень витрат підприємства, дохід, прибуток), а отже це обумовлює аналітичний підхід у формуванні облікової політики.

Найбільш важливим у цьому випадку є ідентифікація найсуттєвіших чинників, природу яких можна пов'язати із методологією здійснення бухгалтерського обліку.

Особливий вплив на формування (моделювання) облікової політики мають наступні фактори, які подані на рис. 1.

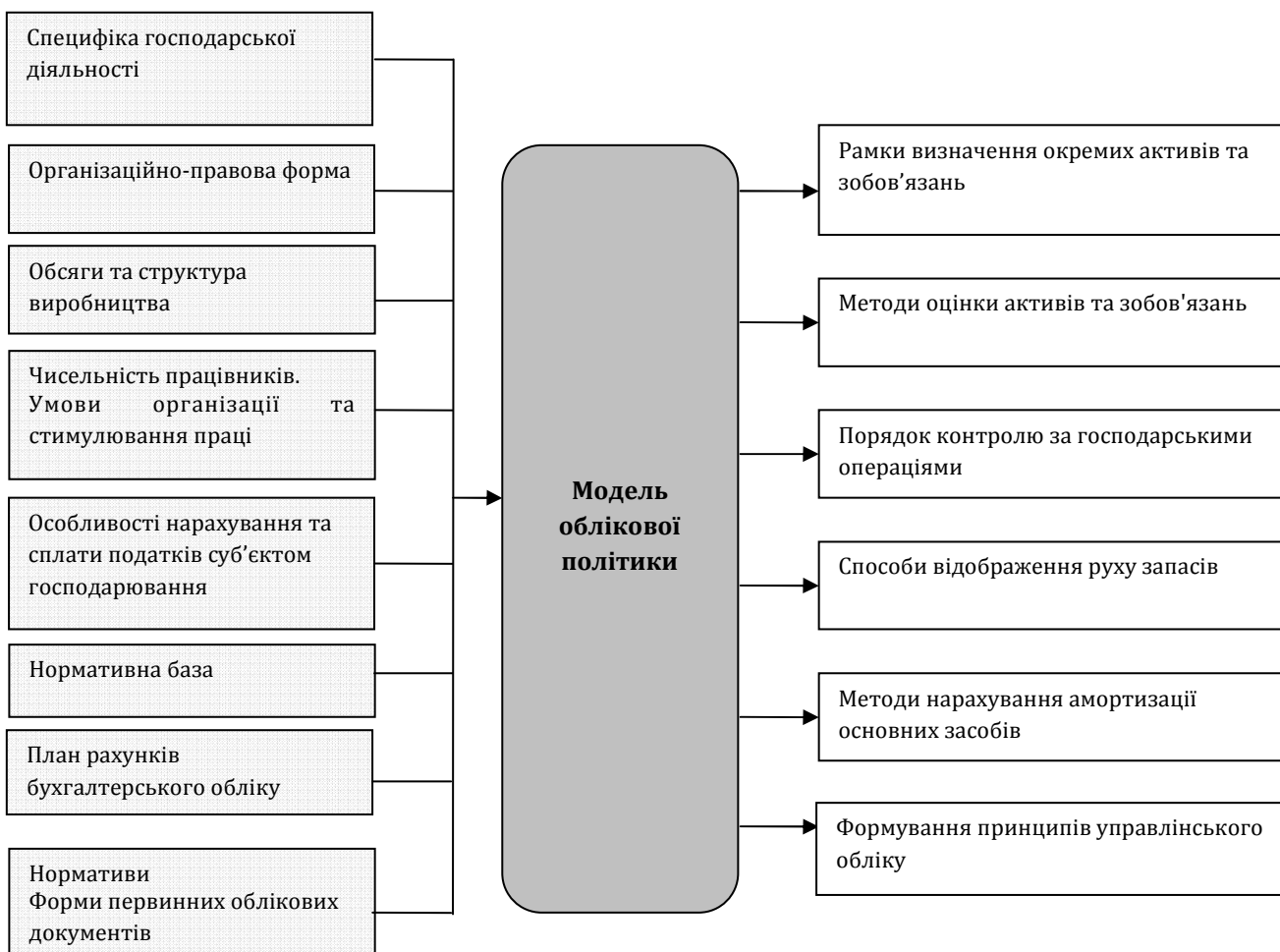


Рис. 1. Деталізація пофакторного впливу на формування моделі облікової політики

Слід зазначити, що моделювання облікової політики - досить строкатий та громіздкий процес, хоча б через аморфність її елементів та чинників впливу на формування такої моделі. Ця робота потребує застосування аналітичного підходу у можливості поєднання норм, правил із математичним характером прогнозування.

Крім того, облікова політика не в змозі формувати певні закономірності між факторами, окрім як зв'язувати їх в єдине ціле прямими залежностями стосовно руху потоку облікової інформації.

Такого роду модель має характер абстрагування від кількісних залежностей, що у свою чергу робить її суб'єктивно орієнтованою (формував моделі самостійно визначає критерії її існування), а основний вплив на кінцевий результат моделі визначають наступні фактори: нормативно-правова база, особливості здійснення діяльності суб'єкта господарювання, інформаційна складова.

Таким чином, частково відмежовуючись від загальних підходів визначення ознак моделі, можна стверджувати, що облікова політика все ж таки піддається моделюванню. І така модель характеризується наступними особливостями:

- є чітко визначеною у розрізі нормативного регламентування (законодавчо встановлено рамки методологічного підходу у здійсненні облікового процесу, а тому існує можливість вибору тільки окремих його елементів);
- формування облікової політики відбувається шляхом комбінації чи компонування складових системи обліку за умови незмінності самої структури системи;
- відсутність у цій моделі будь-якого роду залежностей, окрім як прямих;
- основний підхід у побудові облікової політики - простота, адекватність руху та відображення облікової інформації.

При цьому моделювання облікової політики дає можливість вирішити наступні питання:

- обрати форму бухгалтерського обліку як певну систему реєстрів обліку, порядку і способу реєстрації та узагальнення інформації в них з подержанням єдиних засад та із урахуванням особливостей діяльності суб'єкта господарської діяльності й технології обробки облікових даних;
- розробити систему і норми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності і контролю за господарськими операціями, визначити права працівників на підписання бухгалтерських документів;
- затвердити правила документообігу й технологію обробки облікової інформації, додаткову систему рахунків і реєстрів аналітичного обліку;
- виділяти на окремий баланс філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, які зобов'язані вести бухгалтерський облік, із подальшим включенням їх показників до зведеної (консолідованої) фінансової звітності підприємства;
- формувати єдині правила і підходи до обліку за умови консолідації капіталів у групи підприємств у пов'язаних осіб, які складають консолідовану звітність.

Процес формування облікової політики досить складний та громіздкий і потребує неабияких зусиль та

навичок стосовно компонування усіх облікових елементів в єдине ціле. Саме ж моделювання вимагає досконалого володіння як загальнометодологічними нормативно-правовими документами, які регулюють організацію бухгалтерського обліку і звітності в Україні, так і опанування особливостей діяльності конкретного підприємства, для якого розробляється модель облікової політики.

Узагальнюючи вищевикладений матеріал, вважаємо, що під моделюванням облікової політики слід розуміти аналітичний спосіб формування моделі як певного варіанту здійснення облікового процесу, від ефективності функціонування якого залежить адекватність, швидкість руху та відображення облікової інформації. Така модель, з огляду на її особливості більшою мірою залежить від впливу зовнішніх факторів (таких як нормативна база), ніж від внутрішніх. Вона не підлягає математичному узагальненню, але передбачає закономірності у відображенні облікової інформації, формуючи залежності інформативного характеру. Саме це характеризує облікову політику як специфічну форму моделювання.

Подальші наукові дослідження у цій сфері повинні стосуватися розробки найбільш загальноприйнятних форм та способів побудови такого роду моделей, визначення основних чинників впливу на результативність функціонування облікової політики та забезпечення визначення взаємозалежностей самій моделі.

Список літератури

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: закон України № 996-ХІV від 16.07.1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. - Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>.
2. Білоусько, В. С. Теорія бухгалтерського обліку [Текст] : навч. посібник / В. С. Білоусько, М. І. Беєнкова; за ред. В. С. Білоуська. - К.: Алерта, 2010. - 402 с.
3. Дерев'яно, С. І. Облікова політика підприємства: суть та значення [Електронний ресурс] / С. І. Дерев'яно. - Режим доступу: www.rusnauka.com/14.NTP/Econotics.
4. Журавель, Г. П. Облікова політика підприємства в ринкових умовах [Текст] : навч. посібник / Г. П. Журавель, В. Б. Клевевець, П. Я. Хомин. - К.: Професіонал, 2009. - 320 с.
5. Організація бухгалтерського обліку [Текст] / за ред. Ф. Ф. Бутинця. - Житомир: Рута, 2002. - 592 с.
6. Палий, В. Ф. АСУ и проблемы теории бухгалтерского учета [Текст]: / В. Ф. Палий, Я. В. Соколов. - М.: Финансы и статистика, 1981. - 224 с.
7. Пушкар, М. С. Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні (теоретико-методологічні аспекти) [Текст] : автореферат дисертації / М. С. Пушкар. - Тернопіль, ТАНГ, 2000. - 21 с.
8. Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета [Текст]: / Я. В. Соколов. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 253 с.
9. Шапошников, А. А. Классификационные модели в бухгалтерском учете [Текст] / А. А. Шапошников. - М.: Финансы и статистика, 1982. - 144 с.
10. Швець, В. Г. Теорія Бухгалтерського обліку [Текст] : навч. посіб. / В. Г. Швець. - К.: Знання-Прес, 2003. - 444 с.

РЕЗЮМЕ

Кузь Иван

Учетная политика как особенная форма моделирования процесса учета

Обоснован подход в исследовании сути и содержания учетной политики с точки зрения моделирования. Определены основные факторы влияния на

формирование учетной политики предприятий и ее составляющих.

RESUME

Kuz` Ivan

Accounting policy as the special form of modeling of process of account

The essence and features of accounting policy from the point of view of modeling are grounded. The basic factors which influence on forming of accounting policy of enterprises and its elements are defined.

Стаття надійшла до редакції 21.01.2011 р.

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ТА АНАЛІТИЧНОГО СУПРОВОДУ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ ПОСЛУГ

У статті виокремлено напрямки удосконалення інформаційного супроводу здійснення закупівель послуг за державні кошти та визначені доцільні для використання форми аудиту функціональної підсистеми механізму державних закупівель послуг.

Ключові слова: система державних закупівель послуг, електронні закупівлі, інформаційний інструментарій закупівельного процесу, аудит державних закупівель послуг.

Найскладнішим для вдосконалення і водночас актуальним щодо забезпечення дієвості системи державних закупівель послуг є поліпшення інформаційного інструментарію та аналітичного супроводу здійснення державних закупівель послуг, який проектується у форму здійснення комунікаційних зв'язків між учасниками у процедурній підсистемі механізму державних закупівель послуг за державні кошти. Інформаційний супровід на сучасному етапі функціонування системи таких закупівель демонструє його суттєвий вплив на формування показників ефективності та досягнення принципів конкурентності, прозорості й ефективного використання державних коштів.

Однак практична реалізація удосконалення інформаційного та аналітичного супроводу здійснення державних закупівель послуг на сьогодні не знайшла відображення ні в безпосередньо практичній діяльності замовників послуг за державні кошти, ні в нормативно-правовій базі, що регулює дану систему взаємозв'язків державного та приватного секторів.

Окремі рекомендації щодо вдосконалення інформаційно-аналітичного супроводу здійснення торгів за державні кошти знайшли описані у працях Ткаченко Н. Б., Морозова В. В., Смиринського В. В. Однак дані автори не виокремлюють специфіки послуги як предмета закупівлі, і, як наслідок, не диференціюють підходи до її закупівлі та аналізу ефективності.

Вищезазначене значно актуалізує необхідність наукового пошуку та на його основі визначення раціональних підходів до удосконалення інформаційного та аналітичного супроводу здійснення державних закупівель послуг.

Під час закупівлі послуг за державні кошти на рівні організацій-замовників послуг за державні кошти доцільно активніше використовувати інформаційно-аналітичні системи підтримки процесу цих закупівель. Такими можуть бути вже розроблені системи електронного документообігу та супроводу процесів закупівлі "Тендер", "In TEAM: DOC", "Megapolis. Засідання" тощо, основними елементами котрих є, як правило:

– підсистема "планування", що дає змогу синтезувати всі потреби у послугах як для забезпечення своєї

діяльності, так і виконання зовнішніх функцій,

- підсистема "підготовка" та "фіксація результатів", яка забезпечує електронний реєстр інформації від учасників торгів,
- підсистема "моніторинг", що є інструментом внутрішнього контролю за умовами дотримання законодавства,
- підсистема "статистика й аналітика", яка сприяє оперативній та високоякісній підготовці супроводжуваних, звітних, статистичних документів щодо здійснення закупівель послуг за державні кошти,
- підсистема "генерування", що забезпечує процес прийняття рішень та підготовку складних, масштабних документів, зокрема на етапі формування тендерної документації,
- підсистема "адміністрування", яка здійснює системний контроль за процесами закупівель та діагностує внесені зміни на будь-якому з етапів торгів.

Основні переваги застосування даних систем проявлятимуться у підвищенні ефективності інформаційного забезпечення організації, створенні єдиного інформаційного простору й комунікаційних каналів, встановленні єдиного стандарту роботи з вхідними та вихідними документами закупівельного процесу і, як результат, скороченні термінів їх опрацювання. Однак їх головний недолік – незначна диференціація залежно від вибору процедури і предмета закупівлі, тому доцільним є створення й подальше використання інформаційних систем, що враховували б специфіку сервісного продукту та особливості окремих процедур закупівлі.

Оскільки в Україні вже застосовують початкові форми електронних закупівель, котрі проявляються у реалізації пілотних проектів електронного документообігу, функціонуванні електронних ринкових майданчиків, електронного каталогу та електронних систем інформування про торги, для досягнення реального ефекту від їх дії необхідне об'єднання в єдину державну комплексну інформаційну аналітичну систему, яка б, водночас, була складовою суцільної системи інформатизації суспільства. Враховуючи складність реалізації та можливу часову пролонгацію запропонованих змін, вважаємо за необхідне на

першому етапі впровадити електронний режим лише від етапу дослідження ринку до укладання договору про закупівлю послуг.

У подальшому доцільне створення умов інформаційного доступу та введення в інтегровану систему координуючих і контролюючих органів у сфері державних закупівель послуг. Ці органи реалізували б свої функції на будь-якій із стадій закупівельного процесу. Таким чином, дія запропонованих елементів інформаційної підсистеми механізму державних закупівель послуг може бути реалізована лише при завершенні формування цілісного рівня електронного уряду в країні. На нинішньому етапі переходу від додаткового до інтерактивного рівня електронного уряду найсуттєвішою передумовою повноцінного

застосування інформаційного інструментарію є заборона використання приватних інформаційних систем із штучно створеним монопольним становищем у системі державних закупівель послуг.

Практика застосування інформаційного інструментарію в механізмі державних закупівель послуг зарубіжних країн дала нам змогу згрупувати наступний перелік його форм, впровадження яких, враховуючи сучасні світові тенденції розвитку бізнесу, є об'єктивно необхідним процесом (див. табл. 1).

Однак слід визначити можливі перешкоди щодо застосування цих форм, які, пов'язані, насамперед, із наявністю значного обсягу складних, спеціалізованих послуг, для яких вони можуть відігравати лише допоміжну роль при закупівлі послуг за державні кошти.

Таблиця 1. Інноваційні форми інформаційного інструментарію механізму державних закупівель послуг

Форма реалізації	Зміст реалізації
Динамічна закупівельна система	Електронний процес для закупівлі стандартних видів послуг для яких є постійно діючий ринок і стандартизованість технічних специфікацій
Електронний аукціон	Повторюваний процес представлення нових цін при закупівлі стандартних видів послуг для автоматичної їх оцінки і ранжування
Галузеві торгові майданчики	Електронний процес закупівлі послуг у межах певного сервісного продукту або окремої сфери економіки
Криптографія	Застосування шифрувальної системи, що охоплює алгоритми секретних параметрів кодування відкритої інформації
Системи масових електронних платежів	Створення загальнодержавної багатомітентної платіжної системи, учасниками якої є практично всі інституційні одиниці економічної системи

Перспективним інструментом забезпечення ефективного функціонування механізму державних закупівель послуг є адміністративний аудит. Невідпрацьованість форм застосування аудиту таких закупівель актуалізує необхідність систематизації основних принципів, видів аудиту та етапності його проведення. Законодавче посилення контрольної зовнішньої функції процесу закупівель послуг за державні кошти з одночасним його регулятивним

ускладненням зумовлює об'єктивну необхідність нагляду з боку незалежних організацій для своєчасного виявлення відхилень від норм застосування процедурної підсистеми і принципів раціонального використання державних коштів. Аудит у системі державних закупівель послуг має бути побудований комплексно і враховувати особливості процедури закупівлі послуги, якість останньої, правильність проведених платежів тощо (див. табл. 2).

Таблиця 2. Пропоновані напрямки аудиту державних закупівель послуг

Види та форми аудиту	Зміст реалізації
Аудит економії	Контроль за відповідністю вартості ресурсів, що були використані в процесі закупівлі послуг у напрямку можливої мінімізації з одночасним забезпеченням високої якості заготовуваного сервісного продукту
Аудит продуктивності	Дослідження співвідношення між кількістю та якістю отриманих послуг і ресурсів, використаних для отримання результатів
Аудит ефективності	Дослідження відповідності показників між очікуваним і реальним результатами процесу закупівлі
Аудит на відповідність вимогам	Дослідження застосованих процедур закупівель послуг для визначення їх відповідності умовам, правилам і законам
Аудит фінансової звітності	Перевірка звітності про здійснені процедури закупівлі послуг на відповідність правилам бухгалтерського обліку та оформлення звітності процедур державних закупівель послуг
Спеціальний аудит	Перевірка окремих процедур закупівлі послуг щодо дотримання норм і правил, правильності укладання контрактів
Антикорупційний аудит	Експертиза правильності та неупередженості закупівель послуг за державні кошти

Використання запропонованих видів аудиту державних закупівель послуг має стати відправною точкою для комплексної оцінки ефективності державних закупівель послуг та, з іншого боку, може контролювати цей процес, оскільки значна частина його показників водночас є вихідними даними для

запропонованої комплексної оцінки. Значна невідповідність отриманих результатів і даних зовнішнього оцінювання може слугувати індикатором системних проблем процесу закупівель послуг за державні кошти, причини яких діагностуються за допомогою інструментів внутрішньоорганізаційного

контролю закупівельної діяльності.

Також доцільним є введення аудиту функціональної підсистеми механізму державних закупівель послуг як комплексу заходів перевірки відповідності запланованого переліку послуг для здійснення господарської чи управлінської діяльності організації, що базуватиметься на таких стандартах контролю:

- фінансова відповідність процедури закупівлі (проведення додаткових розрахунків для визначення необхідної кількості послуг та їх вартості на основі середньо ринкової ціни);
- раціональність прийнятих управлінських і адміністративних рішень у процесі закупівлі послуг за державні кошти (оцінка відповідності процедури закупівлі послуг річному плану та рішенню про застосування відповідної процедури);
- відповідність тендерної документації у частині формулювання кваліфікаційних характеристик, технічних специфікацій, методик оцінки та проекту договору вимогам законодавства;
- відповідність подання і розкриття тендерних пропозицій (оформлення протоколу розкриття тендерних пропозицій згідно з рекомендованою методикою оцінки, правомірність відхилення тендерних пропозицій);
- об'єктивність визначення переможця (вивчення основних умов тендерної пропозиції й алгоритму оцінки фінансових, технічних та виробничих можливостей переможця щодо надання послуг необхідного обсягу і належної якості);
- своєчасність акцепту тендерної пропозиції та укладення договору (відповідність вимог щодо інформування про результати торгів, терміну акцепту та укладеного договору умовам акцептованої тендерної пропозиції);
- відповідність звітності вимогам та формі, що затвердив уповноважений орган у сфері державних закупівель.

Завершальним етапом впровадження запропонованих форм аудиту має бути підбиття підсумків, що для дотримання принципів відкритості та прозорості закупівель послуг за державні кошти оприлюднюються та публікуються у спеціалізованих виданнях. Враховуючи масштабність і багатоаспектність внутрішньої контрольної діяльності, здійснення державних закупівель послуг за державні кошти і за умови повторюваності закупівельних процедур, залучення аудиторських організацій, аналогічно до придбання консультаційних послуг, також може підпадати під дію тендерного законодавства. Таким чином, це актуалізує необхідність підвищення нижньої початкової вартісної межі застосування процедур закупівель послуг, а у випадку застосування системи державних закупівель – використання тільки вдосконалених елементів процедурної підсистеми з врахуванням якісних параметрів надання послуги.

Виокремлені для удосконалення напрямки інформаційного та аналітичного супроводу здійснення державних закупівель послуг вимагають подальших наукових пошуків щодо оптимального методичного забезпечення запропонованих ітерацій.

Список літератури

1. Б'юкенен Дж. М., Масгрейв Р.А. Суспільні фінанси і суспільний вибір: два протилежні бачення держави: [пер. з англ.] / Дж. М. Б'юкенен, Р.А.Масгрейв. – К.: Видавничий дім „КМ Академія”. – 2004. – 175 с.
2. Вовк В.М., Дрогомирецька З.Б. Основи системного аналізу: [навчальний посібник] / В.М.Вовк, З.Б. Дрогомирецька. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2002. – 248с.
3. Кондаурова Н. Е. Внешний контроль эффективности бюджетных расходов на уровне муниципальных образований / Н.Е. Кондаурова // Региональная экономика: теория и практика. – 2005. – №2(17). – С.19.
4. Кравченко Л. Аудит та оцінка ефективності державних закупівель / Л.Кравченко // Державні закупівлі України. – 2007. – №7. – С. 24–27.
5. Ковальчук Т. Бізнес та Інтернет – нові аспекти розвитку / Т. Ковальчук // Державні закупівлі України . – 2004. – №9. – С.24 – 29.

РЕЗЮМЕ

Овсянюк-Бердадина Олександра Совершенствование информационного и аналитического сопровождения осуществления государственных закупок услуг

В статье выделены направления совершенствования информационного сопровождения осуществления закупок услуг за государственные средства и определены целесообразные для использования формы аудита функциональной подсистемы механизма государственных закупок услуг.

RESUME

Ovsyanyuk-Berdadina Olexandra Areas of improvement of information and analytical support of the government procurement of services

The areas of improvement of information support for procurement services for public funds are defined. appropriate forms of audit of a functional subsystem of the mechanism of government procurement services are determined.

Стаття надійшла до редакції 15.04.2011 р.

АДАПТАЦІЯ ОСНОВНИХ ПРИНЦИПІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ДО ПОТРЕБ БАНКІВ УКРАЇНИ

У статті досліджено сутність принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності України, наведено їх ідентифікацію, передбачену нормативно-правовими актами. Визначено розбіжності між нормами законодавства щодо визначення облікових принципів. Розглянуто особливості врахування принципів банками при веденні обліку та складанні звітності. Запропоновано уточнення принципу періодичності, зважаючи на особливості обліку банків.

Ключові слова: принципи, бухгалтерський облік, фінансова звітність, банки.

Ведення бухгалтерського обліку відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р. № 996-XIV здійснюється з метою передачі інформації про діяльність суб'єктів господарювання зовнішнім та внутрішнім користувачам для прийняття рішень. Для того, щоб звітність банків була максимально інформативною для користувачів, вона повинна бути складена з дотриманням принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності, регламентованими законодавчо.

Вагомий внесок у дослідження принципів обліку та звітності здійснили провідні вітчизняні вчені, зокрема: Ф. Ф. Бутинець [1], В. А. Дерій [2], Н. М. Малюга [3], О. О. Олійник [4], М. М. Шигун [5], А. П. Дикий [6] та ін. Проблемним питанням визначенню принципів обліку та звітності банків присвячено праці Л. М. Кіндрацької [8], А. М. Герасимовича, Т. В. Кривов'яз [9], Г. Табачук, О. Сарахман, Т. Бречко [10], Г. Пришляк [11].

У роботах зазначених вище вчених розкриваються питання щодо ідентифікації та характеристики принципів бухгалтерського обліку і звітності, проте специфічні операції, які виконуються у банках, зумовлюють необхідність проведення дослідження щодо адаптації принципів до потреб банків. Отже, постає необхідність подальших розвідок цьому напрямку.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні та адаптації принципів бухгалтерського обліку і звітності до потреб банків України, для чого поставлено наступні завдання: дослідити праці вітчизняних учених щодо ідентифікації та характеристики облікових принципів; проаналізувати норми законодавства, якими регламентовано їх визначення; розглянути методику врахування принципів банками та запропонувати уточнення принципу періодичності.

У ст. 4 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р. № 996-XIV [12, с. 4] (далі по тексту – Закон України № 996-XIV) зазначено, що бухгалтерський облік та фінансова звітність ґрунтуються на десяти основних принципах. Закон України № 996-XIV поширюється на всіх юридичних осіб, створених відповідно до законодавства України, незалежно від їх організаційно-правових форм і форм власності, а також на представництва іноземних суб'єктів господарської

діяльності, які зобов'язані вести бухгалтерський облік та подавати фінансову звітність згідно із законодавством (ст. 2). У ст. 6 зауважено, що «... порядок ведення бухгалтерського обліку та складання звітності в банках встановлюється НБУ відповідно до даного закону та національних П(С)БО».

Отже, норми Закону України № 996-XIV поширюються і на банки України.

Закон України № 996-XIV не містить визначення принципу бухгалтерського обліку, однак у ст. 4 наведено їх перелік і тлумачення. Натомість у п. 3 П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» подано визначення поняття «принцип бухгалтерського обліку» [13, с. 9], проте не зазначено, що він є також і принципом підготовки фінансової звітності. Цілком справедливо проф. В. А. Дерій вказує на те, що «...в наступних шести розділах П(С)БО 1 більше не вживається термін «принцип бухгалтерського обліку», а замість нього застосовують поняття «принцип підготовки фінансової звітності» [2, с. 67].

Відтак можна констатувати, що було б більш обґрунтовано використовувати поняття «принцип бухгалтерського обліку та фінансової звітності» або «принцип бухгалтерського обліку та підготовки фінансової звітності» в редакції всього П(С)БО 1. У цьому випадку нормативно-правові акти оперують різними поняттями: у Законі України № 996-XIV використовуються «принципи бухгалтерського обліку та фінансової звітності», а в П(С)БО 1 – «принципи підготовки фінансової звітності» (п. 18), принципи бухгалтерського обліку (п.3). Отже, існують розбіжності у використанні понять у законодавстві, що породжує труднощі у розумінні їх сутності.

Порівняльну характеристику точок зору науковців на визначення сутності принципів обліку і звітності містить табл. 1, за даними якої можна стверджувати, що усі визначення, запропоновані науковцями України, мають право на існування, оскільки є досить точними і виваженими. Найбільш вдалу дефініцію, на наш погляд, наведено у п. 3 П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

Ідентифікацію принципів обліку та звітності наведено і в Законі № 996-XIV, і у П(С)БО 1, однак подано їх у різній послідовності (табл. 2), що теж викликає певні дискусії і породжує неузгодженості між нормами законодавства.

Таблиця 1. Порівняльна характеристика точок зору науковців на визначення сутності принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності

з/п	Визначення принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності	ПСБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [13]	Н. М. Малюга [3, с. 416-417]	Ю. А. Верига та ін. [7, с. 36]	А. М. Герасимович [9, с. 58]	Точка зору автора
1.	Правила, якими слід керуватись при вимірюванні, оцінці та реєстрації господарських операцій і при відображенні їх результатів у фінансовій звітності	+			+	+
2.	Правила, норми, інструкції, вимоги, рекомендації, обмеження, якісні характеристики, а також основоположні концепції		+			
3.	Правила і процедури, які вироблені теорією і практикою бухгалтерського обліку і які є обов'язковими для всіх суб'єктів господарювання при складанні ними фінансової звітності			+		

Таблиця 2. Порівняльна характеристика норм законодавства щодо виокремлення принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності

Номер за порядком принципів у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» (ст. 4)	Назва принципів бухгалтерського обліку і фінансової звітності у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» (ст. 4) [12, с. 4]	Номер за порядком принципів у П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (п. 18)	Назва принципів бухгалтерського обліку і фінансової звітності у П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (п. 18) [13, с. 11]
1.	Обачність	8.	Обачність
2.	Повне висвітлення	6.	Повне висвітлення
3.	Автономність	1.	Автономність підприємства
4.	Послідовність	7.	Послідовність
5.	Безперервність	2.	Безперервність діяльності
6.	Нарахування та відповідність доходів і витрат	5.	Нарахування та відповідність доходів і витрат
7.	Превалювання сутності над формою	9.	Превалювання змісту над формою
8.	Історична (фактична) собівартість	4.	Історична (фактична) собівартість
9.	Єдиний грошовий вимірник	10.	Єдиний грошовий вимірник
10.	Періодичність	3.	Періодичність

Дані табл. 2 свідчать про те, що окрім різної послідовності наведення принципів, в окремих випадках навіть їх назви відрізняються: у П(С)БО 1 спостерігається уточнення принципів автономності та безперервності з посиланням на діяльність підприємств, у принципі «превалювання сутності над формою» термін «сутність» замінено терміном «зміст». У деяких джерелах розглядаються принципи обліку та звітності, що діють у різних країнах з розвинутою економікою (рис. 1). Такі облікові принципи суттєво різняться між собою.

У М(С)БО 1 «Подання фінансових звітів» лише нарахування в бухгалтерському обліку ідентифіковано як принцип, інші, що певним чином зіставляються із принципами обліку та звітності, регламентованими в

Україні, подаються виключно як характеристики – достовірне подання та відповідність МСФЗ; безперервність; суттєвість та об'єднання; згортання; частота звітності; порівняльна інформація; послідовність подання [17].

Виокремлення принципів у різних літературних джерелах (табл. 3) дають підстави для узагальнень, що майже у всіх досліджених працях виокремлено ті принципи, що визначені на законодавчому рівні. Зважаючи на те, що облікові принципи підлягають використанню не лише підприємствами й організаціями, а й банками України, доцільно дослідити їх більш детально.

Послідовність передбачає постійне (із року в рік) застосування банком обраної облікової політики. Зміна

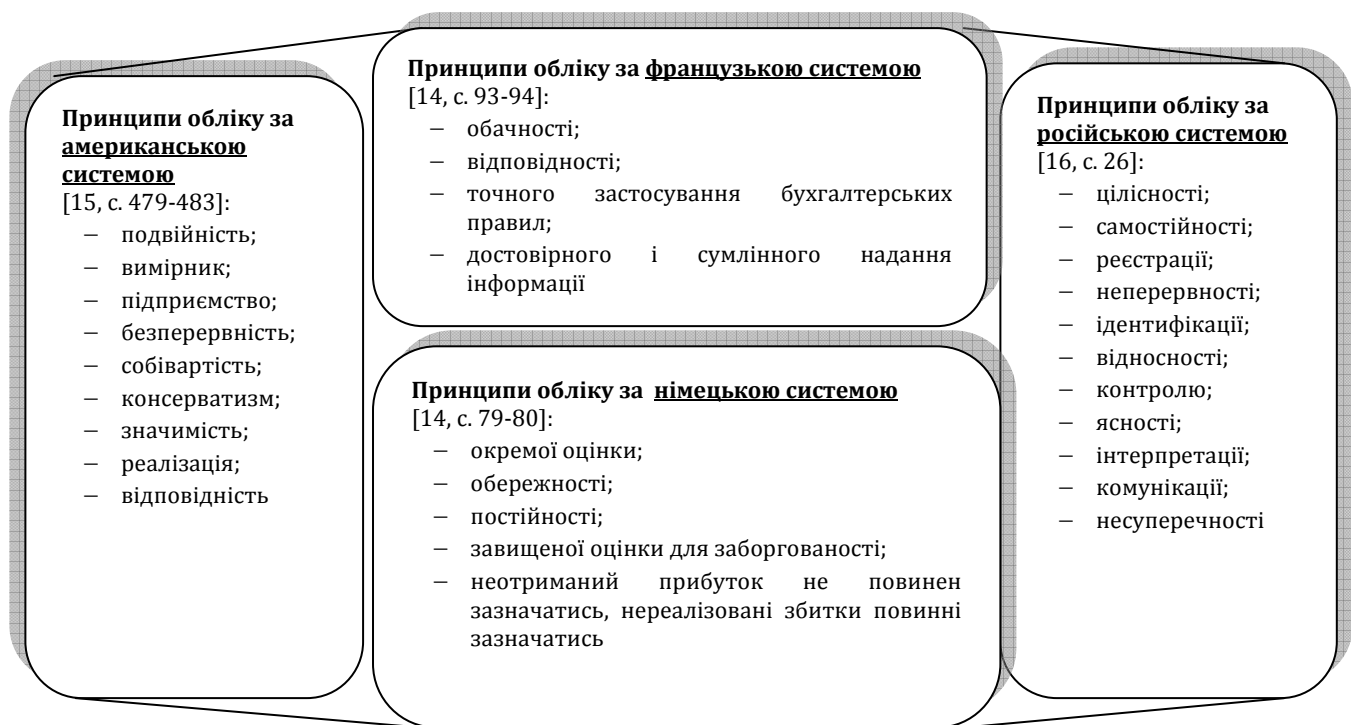


Рис. 1. Облікові принципи деяких країн світу

облікової політики повинна бути обґрунтована і розкрита у фінансовій звітності. Банком щорічно формується наказ про облікову політику, що містить сукупність принципів, методів і процедур, які використовуються для складання і подання фінансової звітності. Розгалужена мережа філій та відділень банку потребує чітко прописаних правил ведення обліку і складання звітності, у зв'язку з чим у наказі фіксуються усі необхідні аспекти, що стосуються методики й організації обліку та формування звітності. Облікова політика банків є послідовною, вона, як правило, коригується лише на нововведення, передбачені нормами НБУ.

Автономність – кожен банк розглядається як юридична особа, відокремлена від власників. Особисте майно і зобов'язання власників не повинні відображатись у фінансовій звітності банків. Банки при створенні керуються нормами Закону України «Про банки і банківську діяльність» від 07.12.2000 р. № 2121-111, при веденні обліку – інструкціями та положеннями НБУ.

Безперервність – оцінка активів та зобов'язань банку здійснюється виходячи з припущення, що його діяльність буде тривати далі. Банки надають послуги з кредитування, розміщення депозитів, купівлі-продажу іноземної валюти тощо і при цьому оцінюють активи та зобов'язання, безперечно, плануючи діяльність у майбутньому.

Нарахування та відповідність доходів і витрат – доходи та витрати відображаються в обліку і звітності у момент їх виникнення, незалежно від часу надходження і сплати грошей. Для визначення фінансового результату звітного періоду слід зіставити доходи звітного періоду з витратами, які були здійснені для отримання цих доходів.

Слід підтримати позицію проф. Л. М. Кіндрацької, котра вважає, що «...даний принцип забезпечує точне відображення результатів за фактами здійснених

операцій у підсистемі фінансового обліку та у фінансовій звітності саме тих періодів, до яких вони належать» [8, с. 71].

Якщо для прикладу розглянути ситуацію щодо надання банком кредиту підприємству на суму 60000 грн. на 3 місяці під 25% річних з умовою сплати відсотків одночасно з поверненням суми кредиту, то банк зобов'язаний щомісяця обліковувати дохід у сумі 1250 грн. ($60000/360/100*25*30=1250$ грн.), хоча підприємство реально сплатить банку за надану послугу лише через три місяці. Паралельно із відображенням доходу від надання кредиту банком обліковуються процентні витрати, пов'язані із залученням депозитів.

Що стосується аспекту відповідності, то досить правильно з даного приводу зазначає проф. А. М. Герасимович: «Труднощі застосування цього положення полягають у тому, що на практиці господарська операція починається в одному обліковому періоді, а завершується в іншому» [9, с. 60]. Ресурси, використані в одному звітному періоді для отримання доходу в інших періодах, повинні розподілятися за цими періодами. Отже, банк, використовуючи даний принцип, забезпечує відображення усіх завершених операцій тоді, коли вони виникли, а не тоді, коли були отримані чи сплачені кошти.

Історична (фактична собівартість) – застосування цього принципу передбачає досягнення адекватного відображення фінансового стану банку через намагання уникнути суб'єктивних оцінок господарських операцій. Пріоритетною є оцінка активів і зобов'язань банку, виходячи із фактичних витрат на їх придбання (стосується здебільшого первісної вартості активів і зобов'язань). Оцінка за фактичною собівартістю поєднується з використанням інших методів оцінки, наприклад, кредити надані у банку оцінюються за чистою ціною реалізації, цінні папери в портфелі банку – за справедливою вартістю, приміщення банку – за

Таблиця 3. Порівняльна характеристика точок зору науковців на ідентифікацію принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності

№ з/п	Назва принципів бухгалтерського обліку і звітності	ЗУ «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [12]	ПСБО 1 [13, с. 11]	Г. Табачук та ін. [10, с. 18-20]	А. М. Герасимович [9, с. 58]	О. Олійник [4]	С. Куанецова [18, с. 26]	В. А. Дерій [2, с. 73]	А. П. Дикий [6, с. 87-88]	М. М. Шигун [5, с. 200-201]	Всього:
1.	Обачності	+	+		+		+	+		+	6
2.	Повного висвітлення	+	+	+		+	+	+		+	7
3.	Автономності	+	+	+	+		+	+	+	+	8
4.	Послідовності	+	+	+	+	+	+	+	+	+	9
5.	Безперервності	+	+	+	+	+	+	+	+	+	8
6.	Нарахування та відповідності доходів і витрат	+	+	+	+	+	+	+	+	+	8
7.	Превалювання сутності над формою	+	+	+	+		+	+		+	7
8.	Історичної (фактичної) собівартості	+	+	+	+	+	+	+		+	8
9.	Єдиного грошового вимірника	+	+		+	+	+	+		+	7
10.	Періодичності	+	+		+	+	+	+		+	7
11.	Відкритості			+						+	2
12.	Суттєвості			+		+					2
13.	Консолідації			+							1
14.	Дати операції			+							1
15.	Окреме відображення активів і пасивів			+							1
16.	Обережність			+							1
17.	Господарської одиниці					+					1
18.	Фактичної реалізації					+			+		2
19.	Двосторонньої тожності					+					1
20.	Витрат і вигод					+					1
21.	Консерватизму					+					1
22.	Доказовість						+				1
23.	Хронології										1
24.	Принцип цільової спрямованості витрат							+			1
25.	Принцип адресності доходів і витрат							+			1
26.	Адаптивності								+		1
27.	Ритмічності								+		1
28.	Застосування комп'ютерної техніки								+		1
29.	Зниження витрат на ведення бухгалтерського обліку								+		1
30.	Постійного удосконалення організації облікового процесу								+		1
31.	Комплексності								+		1
32.	Безпеки та контролю даних								+		1
33.	Ешелонування бухгалтерських даних								+		1
34.	Цілісності									+	1
35.	Реєстрації									+	1
36.	Економічності інформації									+	1
37.	Контролю									+	1
38.	Подвійності									+	1
39.	Кваліфікації									+	1
40.	Несуперечності									+	1
41.	Ясності та інтерпретації									+	1
42.	Значимості									+	1
43.	Комунікації									+	1
44.	Відносності									+	1
45.	Релевантності									+	1

історичною собівартістю за вирахуванням зносу.

Єдиний грошовий вимірник – всі банківські операції вимірюються та узагальнюються у фінансовій звітності в єдиній грошовій одиниці. Цікавою є пропозиція М. Дерій [19, с. 279] щодо виділення підпринципів грошового вимірника в національній валюті та в іноземній валюті. Що стосується обліку в банках, то чинний план рахунків забезпечує мультивалютний облік операцій, тобто зміст операцій, розрахунки за якими проводяться в іноземній валюті, відображаються на тих самих рахунках, що й за операціями в національній валюті. Зв'язок між операціями в іноземній і національній валюті забезпечують технічні рахунки: рахунок валютної позиції, рахунок гривневого еквівалента валютної позиції. Отже, не виникає потреби у виокремленні підпринципів.

Періодичність – господарська діяльність банку розподіляється на певні періоди з метою складання фінансової звітності. Завершеним обліковим періодом, що охоплює повний цикл обробки облікової інформації і закінчується складанням фінансової звітності, вважається календарний рік. Банки, як і інші господарюючі суб'єкти, складають квартальну фінансову звітність. Проте, на відміну від інших підприємств, банками щоденно складається баланс, у зв'язку з чим можна виокремити підпринципи денної, місячної, квартальної та річної періодичності.

Повне висвітлення – фінансова звітність банків повинна містити усю інформацію про фактичні та потенційні наслідки операцій та подій, яка може вплинути на рішення, що приймаються на її основі.

Обачність – при поданні інформації у фінансовій звітності банку слід уникати завищення активів і доходів та запобігати заниженню оцінки зобов'язань і витрат. Проф. Л. Г. Ловінська наголошує, що «дотримання цього принципу стосовно активів відбувається в сучасній системі бухгалтерського обліку для їх оцінки з метою визнання та для відображення їх наявності на звітну дату у балансі» [20, с. 122].

Згідно з принципом обачності передбачається ведення рахунків: резервів під можливе знецінення активів, резервів можливих втрат за сумнівними активами, резервів під ризики та платежі [11, с. 211]. У банках проведення за всіма видами резервів складаються на момент визначення і виникнення ризиків. Особливою рисою резервів є їх не грошова природа, тобто гроші для їх створення непотрібні.

Превалювання сутності над формою – справжній зміст господарських операцій, пов'язаних із наданням кредитів, отриманням депозитів та ін., є значно важливішим чинником, ніж форма обліку та звітності, які містять інформацію про зазначені операції.

Здійснене порівняння норм Закону України № 996-ХІV і П(С)БО 1 щодо ідентифікації принципів обліку та звітності дає підстави стверджувати, що у цих документах використовуються різні поняття (у Законі України № 996-ХІV – «принципи бухгалтерського обліку та фінансової звітності» (ст. 4), у П(С)БО 1 – «принципи підготовки фінансової звітності» (п.18) та принципи бухгалтерського обліку (п. 3)); принципи наведено у різній послідовності і в окремих випадках їх назви відрізняються.

Підсумовуючи вищесказане, вважаємо, що слід довести до відповідності між собою норми Закону України № 996-ХІV і П(С)БО 1 у частині ідентифікації принципів бухгалтерського обліку та звітності, що дозволить спростити розуміння їх сутності та

полегшить сприйняття норм законодавства в цілому.

Вивчивши велику різноманітність принципів обліку та звітності, що виокремлюються у наукових джерелах, доходимо до висновку, що основними є десять принципів, які регламентуються законодавчо, інші – знаходять підтримку виключно у працях окремих науковців. Десять принципів обліку та звітності безпосередньо стосуються діяльності банків. Особливо яскравий вияв мають принципи нарахування та відповідності, зважаючи на послуги кредитування і розміщення депозитів, та періодичності, адже банками щоденно складається баланс. У зв'язку із зауваженням вище у статті запропоновано виділяти підпринципи денної, місячної, квартальної та річної періодичності, якими слід керуватись при веденні обліку та складанні звітності банками за обумовлені періоди, що дозволить користувачам звітності приймати обґрунтовані управлінські рішення. Подальші дослідження принципів обліку та звітності слід продовжувати і поглиблювати з метою оптимізації процесу ведення обліку та складання фінансової звітності банками України.

Список літератури

1. Бутинець, Ф. Ф. Альфа і омега бухгалтерського обліку або моя болісна не сповідь [Текст] : моногр. / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : Рута, 2007. – 328 с.
2. Дерій, В. А. Витрати і доходи підприємств у системі обліку та контролю [Текст] : моногр. / В. А. Дерій. – Тернопіль : ТНЕУ «Економічна думка», 2009. – 272 с.
3. Малюга, Н. М. Бухгалтерський облік в Україні: теорія й методологія, перспективи розвитку [Текст] : [моногр.] / Н. М. Малюга. – Житомир : ЖДТУ, 2005. – 548 с.
4. Олійник, О. Загальні принципи ведення бухгалтерського обліку за МСБО 1 [Електронний ресурс] / О.Олійник // Режим доступу: http://www.manadement.com.ua/finance/fin_007.htm
5. Шигун, М. М. Принципи бухгалтерського обліку та фінансової звітності: семантика понять і змісту [Текст] / М. М. Шигун // Вісник Житомирського державного технологічного університету: наук. журнал. Економічні науки. – 2009. – Вип. 3 (49). – С. 199-202.
6. Дикий, А. П. Організація бухгалтерського обліку як інструмент забезпечення економічної безпеки підприємств [Текст] : дис. на здоб. наук. ст. к.е.н.: спец. 08.00.09 / А. П. Дикий. – Житомир, 2009. – С. 87-88.
7. Верига, Ю. А. Звітність підприємств [Текст] : [навч. пос.] / Ю. А. Верига, З. М. Левченко, І. Д. Ватуля. – [2-ге вид, доп. і переробл.]. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 776 с.
8. Кіндрацька, Л. М. Бухгалтерський облік у банках: методологія і практика [Текст] : моногр. / Л. М. Кіндрацька. – К. : КНЕУ, 2002. – 286 с.
9. Облік і аудит у банках [Текст] : [підруч.] / [А. М. Герасимович, Л. М. Кіндрацька, Т. В. Кривов'яз та ін.] ; за заг. ред. проф. А. М. Герасимовича. – К. : КНЕУ, 2006. – 536 с.
10. Табачук, Г. П. Фінансовий облік у банках [Текст] : навч. пос. / Г. П. Табачук, О. М. Сарахман, Т. М. Бречко. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 424 с.
11. Пришляк, Г. В. Врахування принципу нарахування при формуванні методики обліку доходів і витрат банківських установ [Текст] / Г. В. Пришляк // Вісник Житомирського державного технологічного університету: наук. журнал. Економічні науки. – 2010. – Вип. 3 (53). – С. 211-214.
12. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Текст] : Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-ХІV // Все про бухгалтерський облік: [Всеукраїнська професійна бухгалтерська газета]. – 2011. – № 10. – С. 3-8.
13. Загальні вимоги до фінансової звітності [Текст] : положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1, затв. наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р. № 87 // Все про бухгалтерський облік: [Всеукраїнська професійна бухгалтерська газета]. – 2011. – № 10. – С. 9-12.
14. Гуляев, Н. С. Основные модели бухгалтерского учета и

-
- анализа в зарубежных странах [Текст] : учебное пособие / Н. С. Гуляев, Л. Н. Ветрова. – М. : КНОРУС, 2004. – 144 с.
15. Нидлз, Б. Принципы бухгалтерского учета [Текст] / Б. Нидлз, Х. Андерсон, Д. Колдуэлл / [под ред. Я. В. Соколова]. – 2-е изд. – М. : Финансы и статистика, 1994. – 499 с.
16. Сафронова, Н. Г. Бухгалтерский финансовый учет [Текст] : учебн. пос. / Н. Г. Сафронова, А. В. Яцюк. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 527 с.
17. Подання фінансових звітів [Електронний ресурс] : МСБО 1. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/document/237454/16_IAS1_IFRS_2009_GVT.pdf.
18. Кузнєцова, С. Методологічні засади трансформації бухгалтерського обліку як напрям розвитку інформатизації суспільства [Текст] / С. Кузнєцова // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – № 7. – С.23-27.
19. Дерій, М. Принципи обліку та звітності грошових коштів [Текст] / М. Дерій // Економічний аналіз. – Вип. 3(19). – 2008. – С. 275-279.
20. Ловінська, Л. Г. Оцінка в бухгалтерському обліку [Текст] : моногр. / Л. Г. Ловінська. – К. : КНЕУ, 2006. – 256 с.

РЕЗЮМЕ

Павелко Ольга

Адаптация основных принципов бухгалтерского учета и финансовой отчетности к потребностям банков Украины

В статье исследована сущность принципов бухгалтерского учета и финансовой отчетности Украины, рассмотрена их идентификация, предвиденная нормативно-правовыми актами Украины. Выделены расхождения между нормами законодательства относительно определения учетных принципов. Рассмотрена особенности учета принципов банками при ведении учета и составлении отчетности. Предложено уточнение принципа периодичности, принимая во внимание особенности учета банков.

RESUME

Pavelko Olga

The adaptation of the principles of accounting and financial reporting to the necessity of Ukrainian banks

The article performs the essence of the principles of accounting and financial reporting of Ukraine, their identification according to regulations is considered. The differences between the standards of legislation determining accounting principles are pointed out. The technique of taking into consideration of the principles of accounting and reporting by the banks is given. The improvement of the periodical principle of accounting and reporting at the Ukrainian banks is suggested.

Стаття надійшла до редакції 16.02.2011 р.

Світлана РОМАНІВ

кандидат економічних наук,
доцент кафедри аудиту, ревізії та контролінгу,
Тернопільський національний економічний університет

Марія ШЕСТЕРНЯК

аспірантка кафедри аудиту, ревізії та контролінгу,
Тернопільський національний економічний університет

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИТРАТ СПІЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розглянуто та обґрунтовано поняття “класифікація витрат” і “групування витрат”. Узагальнено існуючі теоретичні підходи до класифікації витрат в сучасній економічній літературі. Удосконалено класифікацію витрат за видами діяльності. На основі проведеного дослідження розкрито сутність витрат спільної діяльності. Запропоновано додаткову класифікацію витрат у будівництві, що здійснюється за договором про спільну діяльність.

Ключові слова: витрати, класифікація витрат, групування витрат, витрати спільної діяльності.

В сучасних умовах динамічних змін економічних відносин бухгалтерський облік потребує перегляду та уточнення багатьох категорій. Витрати ж виступають економічною категорією, що є характерною для фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, незалежно від їх виду діяльності та форми власності. Відповідно особливої актуальності набуває необхідність змін у формуванні інформації про витрати у процесі здійснення будь-якої діяльності господарюючих суб'єктів, зокрема – витрат спільної діяльності. Адже спільна діяльність без створення юридичної особи є перспективною формою фінансово-господарської діяльності, що формується на основі об'єднання суб'єктів підприємницької діяльності задля досягнення спільної мети, базується на спільному розподілі результатів та ризиків, і передбачає здійснення спільного контролю та прийняття спільних рішень.

Проблеми обліку витрат та їх класифікації розглядаються у працях відомих вчених-економістів: Бутинця Ф. Ф., Білухи М. Т., Бородкіна О.С., Валуєва Б. І., Голова С. Ф., Гуцайлюка З. В., Задорожного З. В., Леня В.С., Сопка В. В., Сук Л. К., Ткаченко Н. М., Чумаченко М. Г., Усача Б. Ф. та інших. Незважаючи на значні здобутки в дослідженнях цих вчених, низка питань потребує подальшого вирішення. Станом на сьогодні, наприклад, вітчизняними науковцями не розглядається питання класифікації витрат спільної діяльності.

Основною метою даної статті є теоретичне обґрунтування понять “класифікація витрат” і “групування витрат”, аналіз та узагальнення існуючих теоретичних підходів до групування витрат в бухгалтерському обліку, визначення сутності витрат спільної діяльності, а також формування класифікації витрат спільної діяльності у будівельних організаціях.

Без сумніву, важливою передумовою здійснення організації бухгалтерського обліку фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання є економічно обґрунтована класифікація витрат. Вона впливає на здатність суб'єктів господарювання оптимально управляти прибутком, виявляти певні співвідношення між окремими їх видами, а також проведення оперативного аналізу і прогнозування. Наукова література налічує значну кількість можливих

класифікацій витрат за певними ознаками. Однак, у вітчизняних та зарубіжних джерелах економічної літератури єдиної думки щодо термінології, кількості і складу класифікаційних ознак витрат не існує.

Провівши критичний аналіз наукових праць та публікацій, можна констатувати, що в теорії і практиці зустрічаються поняття “класифікація витрат” і “групування витрат”. Як правило, ці терміни трактують плутають, нерідко підмінюють один іншим, деякі автори їх розмежовують, проте більшість науковців ототожнюють. Виходячи з викладеного, проаналізуємо їх.

“Класифікація” (фр., англ. “classification”, що походить від лат. “classis”- клас та “facio”- роблю) – система розподілення об'єктів (процесів, явищ) за класами (групами, тощо) відповідно до визначених ознак. У окремих випадках, вживають термін “категоризація” у значенні “розподілення об'єктів на категорії”. Окрім цього, класифікація – це дія (процес) за значенням дієслова “класифікувати” [1]. Поряд з цим, окремі автори трактують “класифікацію” як систему розподілу предметів або понять якої-небудь галузі на класи, відділи, розділи, тощо за певними спільними ознаками [2, с. 297]. Також розглядають класифікацію, як поділ множини будь-яких об'єктів (елементів) на групи (підмножини) [3, с.87]. Наголосимо, що в результаті цієї логічної операції утворюється хоча б один клас (група), щонайменше з одним елементом. Отже, класифікацію можна визначити як групування, тобто утворення класів об'єктів. Адже, саме даний термін наближений до етимології слова “класифікація”. Крім цього, зазначимо, що класифікація відображає зв'язки між поняттями, які існують в дійсності.

У свою чергу, “групування” – це виокремлення із сукупності досліджуваних явищ якісно однорідних типів, груп із суттєвими ознаками [4]. Окрім цього, під групуванням розуміють розчленування масового явища на характерні типи, групи та підгрупи за найбільш важливими і суттєвими ознаками [1]. Також розглядають групування, як сукупність предметів, об'єднаних певними спільними ознаками [5, с. 153].

Отже, з вищезазначеного випливає, що класифікація – це групування за ознаками. Тому вважаємо, що дані поняття не можуть бути тавтологічними, а доповнюють одне одного, виходячи один із одного.

Дослідження вітчизняних та зарубіжних джерел показує, що в результаті генезису постійно утворюються нові концепції в частині групування витрат у бухгалтерському обліку. Як відомо, витрати на виробництво відрізняються за складом, економічним призначенням, питомою вагою у виготовленні продукції, залежністю від обсягів випуску, що відповідно зумовлює групування витрат за певними ознаками. Значна кількість провідних вчених, зокрема Ф. Ф. Бутинець [6], В. В. Сопко [7], Н. М. Ткаченко [8], А. Д. Шеремет [9], В. С. Леня [10], Т. П. Карпова [11], Ч. Г. Хорнгрен та Дж. Фостер [12], К. Джей Шим і Г. Джоел Сігел [13] та інші досліджують питання та групують витрати за власними переконаннями. Така увага науковців щодо групування витрат засвідчує підвищений інтерес до проблеми та дозволяє констатувати, що класифікація витрат – це групування витрат за напрямками обліку за принципами узагальнення.

Загальновідомо, що економічна наука та практика господарювання використовують показник собівартості продукції, і якщо собівартість втілити у грошовій вартості, то це і є витрати виробництва, адже саме вона показує скільки вартує суб'єкту господарювання таке виробництво.

У контексті нашого дослідження доречно зазначити, що у будівельній індустрії поряд з категорією витрати використовується термін “витрати за будівельним контрактом”, що наведений у П(С)БО 18 “Будівельні контракти”, котрий є основою організації обліку витрат і доходів суб'єктів господарювання окремої галузі. Згідно з цим стандартом, витрати за будівельним контрактом – це собівартість будівельно-монтажних робіт [19, с. 491]. Як стверджує Ткаченко Н. М., “собівартість – це грошовий вираз безпосередніх витрат підприємства, пов'язаних з виробництвом продукції, виконанням робіт та наданням послуг” [8, с. 535]. Круппа Я. Д., Задорожний З. В. та Мельник Р. О. вважають, що собівартістю будівельної продукції є витратами будівельної організації, які пов'язані з виконанням будівельно-монтажних робіт за будівельними контрактами. При цьому, собівартість БМР може бути плановою, кошторисною, фактичною [19, с. 226]. У свою чергу, відповідно до Методичних рекомендацій № 30, собівартість будівельно-монтажних робіт – це виробничі витрати будівельної організації, що пов'язані з виконанням будівельно-монтажних робіт [18, с. 2].

Відповідно, обчислюючи свої видатки з цих позицій, суб'єкт господарювання визначає їх як загальну суму та калькулює собівартість одиниці продукції. Саме актуальність цієї проблеми переконливо доводить, що науковці продовжують рекомендувати та вносити пропозиції, що стосуються як вдосконалення обліку витрат, формування собівартості продукції, так і наукової класифікації витрат на виробництво.

Доцільно наголосити, що особливе місце займає класифікація витрат за економічними елементами (елементи витрат – це однорідні за складом витрати: матеріальні, оплата праці, відрахування на соціальні потреби, амортизаційні відрахування, витрати на матеріали та паливо та ін. грошові витрати), класифікація витрат за статтями калькуляції (така класифікація відображає місце виникнення витрат і застосовується для планування, обліку та калькулювання витрат на виробництво і реалізацію одиниці продукції та всієї товарної продукції) та

класифікація витрат за центрами відповідальності (використовується для поточного контролю за витратами виробництва і реалізації продукції). При цьому будь-яка економічно обґрунтована класифікація витрат є передумовою успішної організації планування, обліку, аналізу та ефективного управління витратами.

Нападовська Л. В. наголошує, що класифікація витрат – це поділ їх на класи на основі певних загальних ознак об'єктів і закономірних зв'язків між ними. Причому, чим більше виділено ознак класифікації, тим вищий ступінь пізнання об'єктів [14, с. 133]. У свою чергу В. С. Леня зазначає, що класифікація витрат здійснюється виходячи з певних цілей (визначення собівартості та встановлення цін на її окремі види) [10, с. 524].

На нашу думку, з метою задоволення потреб різних груп споживачів ознак класифікації повинно бути виділено саме стільки, скільки потрібно для отримання найбільш точної та повної інформації.

Питання класифікації витрат достатньо висвітлені у науковій літературі, тому розгляд різних поглядів авторів публікацій щодо цього питання не є метою нашого дослідження, адже коло наших інтересів – класифікація витрат спільної діяльності в будівельних організаціях.

З огляду на це, ми лише узагальнено запропоновані класифікації витрат в сучасній економічній літературі (див. рис. 1).

Аналіз економічних джерел дозволяє констатувати, що вищезазначена схема є найбільш прийнятною для бухгалтерського обліку, однак, вважаємо, що вона неповна, оскільки схема класифікації витрат не виокремлює у собі такої групи витрат як “витрати спільної діяльності”, що пояснюється відсутністю в наукових джерелах їх об'єктивної оцінки.

Як свідчить практика, більшість вітчизняних суб'єктів господарювання не обмежуються тільки виготовленням продукції та її реалізацією, а займаються іншими видами діяльності, що дає змогу виокремити таку суттєву ознаку, як поділ витрат за приналежністю їх до певного виду діяльності. Оскільки спільна діяльність є однією з нових окремих видів діяльності (вид діяльності має місце тоді, коли об'єднуються ресурси (устаткування, робоча сила, сировина та матеріали, технологічні засоби, тощо) для створення виробництва конкретної продукції та надання послуг), що набувають дедалі більшої розповсюженості на теренах вітчизняної економіки, то доцільно було б розглянути детальніше класифікацію витрат відповідно до видів діяльності в Україні. З огляду на це, наголосимо, що правильна класифікація видів діяльності на рахунках бухгалтерського обліку є основою правильного рознесення тих чи інших доходів та витрат по рядках звітності, зокрема Звіту про фінансові результати (форма № 2) та Звіту про рух грошових коштів (форма № 3). Окрім цього, вивчення класифікації витрат виступає також як основа для визначення фінансових результатів.

Враховуючи проведені теоретичні дослідження класифікації витрат за видами діяльності та критично оцінивши схеми, запропоновані вченими-економістами [8, с. 521; 15, с. 503; 16, с. 526; 17, с. 262] наведемо принципове бачення класифікації витрат за видами діяльності, що унаочнює рис. 2.

Вважаємо, що розгляд класифікації витрат за видами діяльності у такій усталеній проекції є неповним, оскільки автори не виокремлюють такий вид

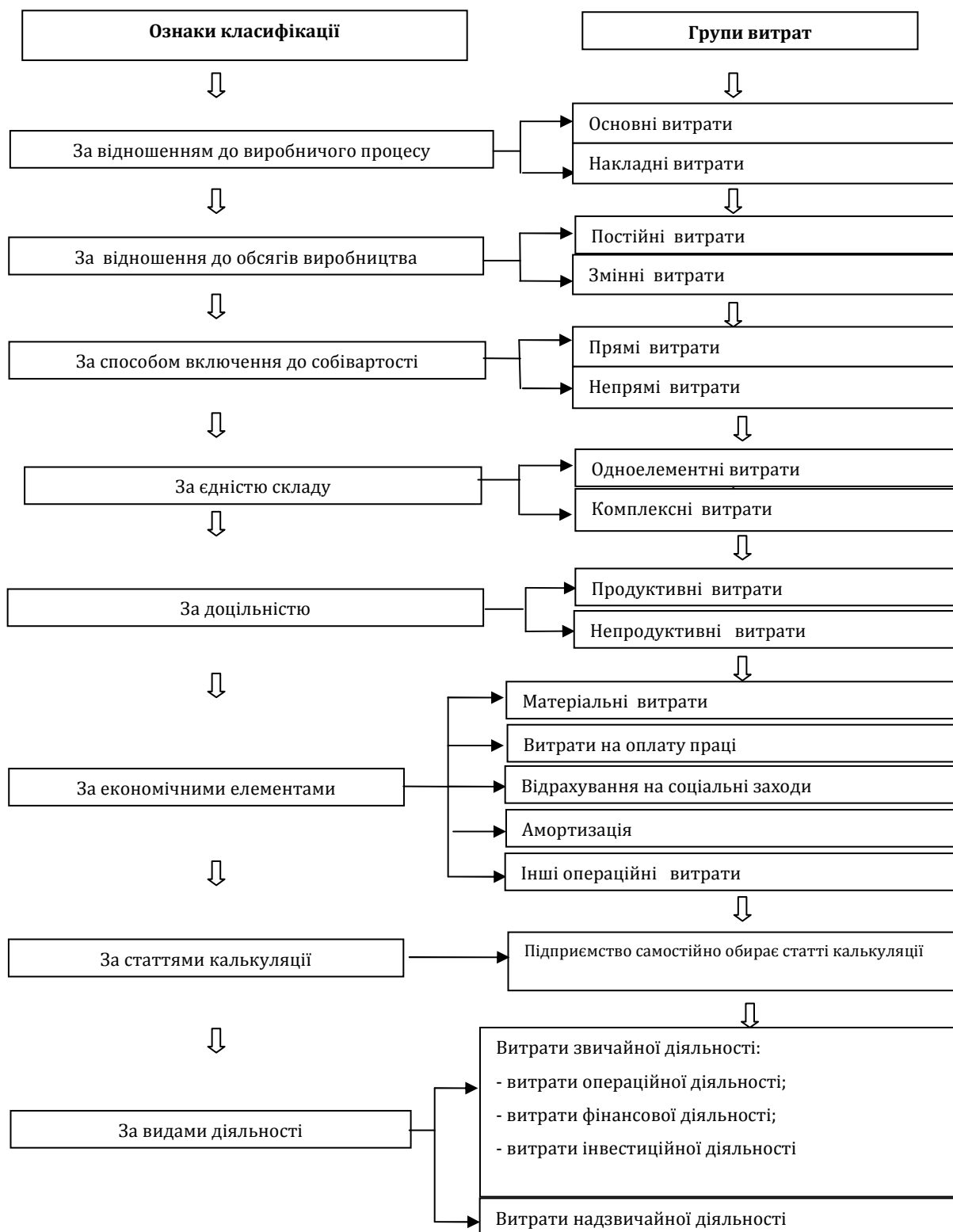


Рис. 1. Схема класифікації витрат

діяльності, як "спільна діяльність". Окрім цього, сучасними науковцями не досліджується питання особливостей та доцільності ведення спільної діяльності при здійсненні різних видів економічної діяльності.

Відповідно, пропонуємо удосконалену класифікацію витрат за видами діяльності, де доцільно виділити витрати спільної діяльності як окремого виду діяльності суб'єктів господарювання (див. рис. 3).

Відсутність розуміння сутності витрат спільної діяльності та особливостей її ведення негативно впливає на якість інформації про фактичні витрати, доходи і фінансові результати такого виду діяльності, ефективність її виконання на практиці та додає ще одну прогалину у теорії вітчизняного обліку. Отже, постає нагальна потреба у визначенні сутності витрат спільної діяльності.

Відповідно, на основі власних критичних

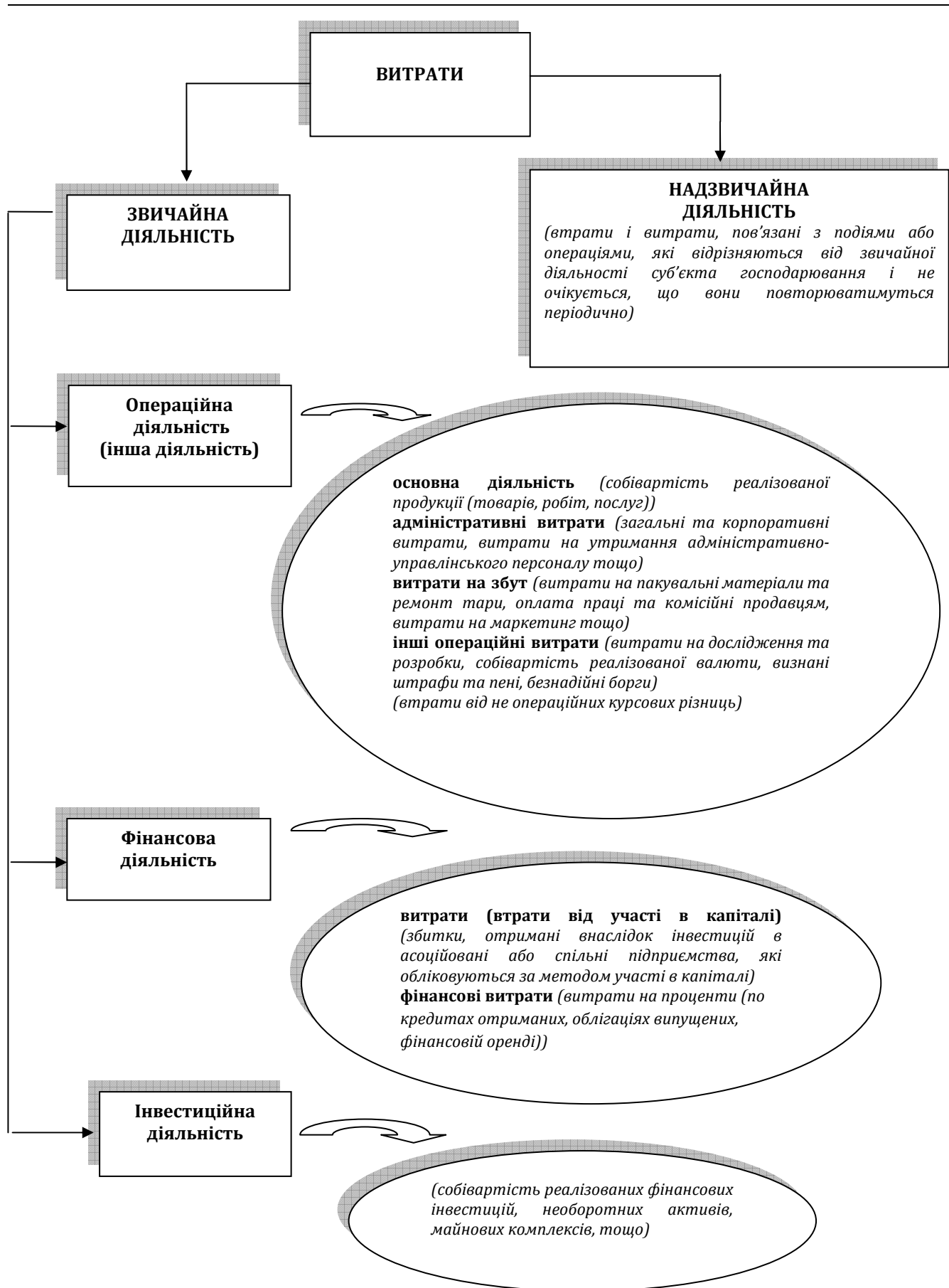


Рис. 2. Класифікація витрат за видами діяльності

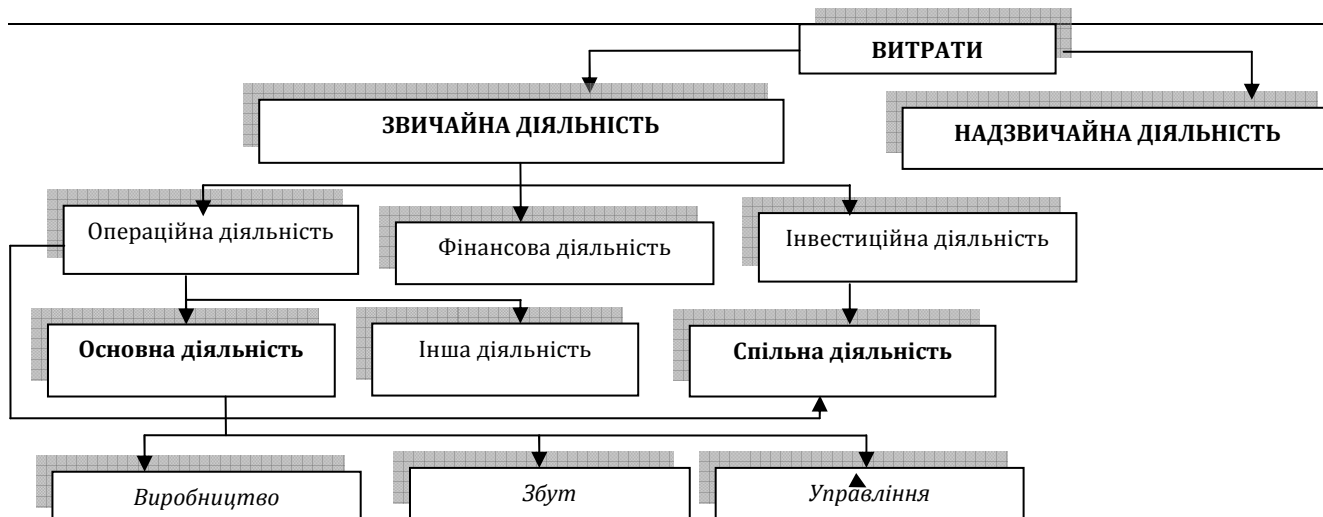


Рис. 3. Класифікація витрат за видами діяльності, в т. ч. спільної діяльності як окремого виду діяльності суб'єктів господарювання

напрацювань у цій сфері, зазначимо, що витрати спільної діяльності – це спрямовані на провадження спільної діяльності витрати фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, які виникають у процесі здійснення спільної діяльності, а саме – витрати на придбання сировини, матеріалів, витрати на послуги (в т.ч. залучення найманих працівників у процесі її здійснення), витрати на обов'язкові платежі, витрати на амортизацію, тощо, безпосередньо на підставі договору чи письмової угоди між учасниками про спільну діяльність.

Як свідчить практика, найбільш поширеною є спільна діяльність у сфері будівельної індустрії, оскільки саме така спільна діяльність дозволяє залучати кошти інвесторів без податкових наслідків до моменту передачі нерухомості їм у власність.

З огляду на те, що досліджується класифікація витрат спільної діяльності у будівельних організаціях, доцільно розглянути класифікацію їх витрат відповідно

до Методичних рекомендацій з формування собівартості будівельно-монтажних робіт № 30 [18, с. 5-8], що унаочнює таблиця 1.

Як видно з табл. 1, розшифровка класифікації витрат за видами діяльності будівельної організації також не виокремлює витрат спільної діяльності, що є негативним моментом. На нашу думку, "витрати спільної діяльності" повинні бути складовою ознакою "видів діяльності будівельної організації".

Виходячи з викладеного та враховуючи дослідження існуючої практики спільної діяльності без створення юридичної особи, пропонуємо застосовувати додаткову класифікацію витрат у будівництві, що здійснюється за договором про спільну діяльність (див. рис. 4).

Запропонована класифікація витрат спільної діяльності у будівельних організаціях забезпечить раціональність організації планування, правильність та повноту бухгалтерського обліку, калькулювання та аналізу собівартості будівельно-монтажних робіт,

Таблиця 1. Класифікація витрат будівельної організації відповідно до Методичних рекомендацій з формування собівартості будівельно-монтажних робіт

№ з/п	Ознаки	Витрати
1	Види діяльності будівельної організації	- витрати звичайної діяльності - витрати операційної діяльності - витрати основної діяльності
2	Місце виникнення витрат	- витрати основного виробництва - витрати допоміжного виробництва - витрати другорядного виробництва
3	Види витрат	- елементи витрат - статті витрат
4	Способи включення витрат до собівартості будівельно-монтажних робіт	- прямі витрати - загальновиробничі (непрямі) витрати
5	Результативність витрачання	- продуктивні витрати - непродуктивні витрати
6	Календарні періоди	- поточні витрати - одноразові витрати
7	Відносно договору підряду на виконання робіт з будівництва	- витрати за договором підряду - витрати періоду
8	Наявність надзвичайних подій	- надзвичайні витрати

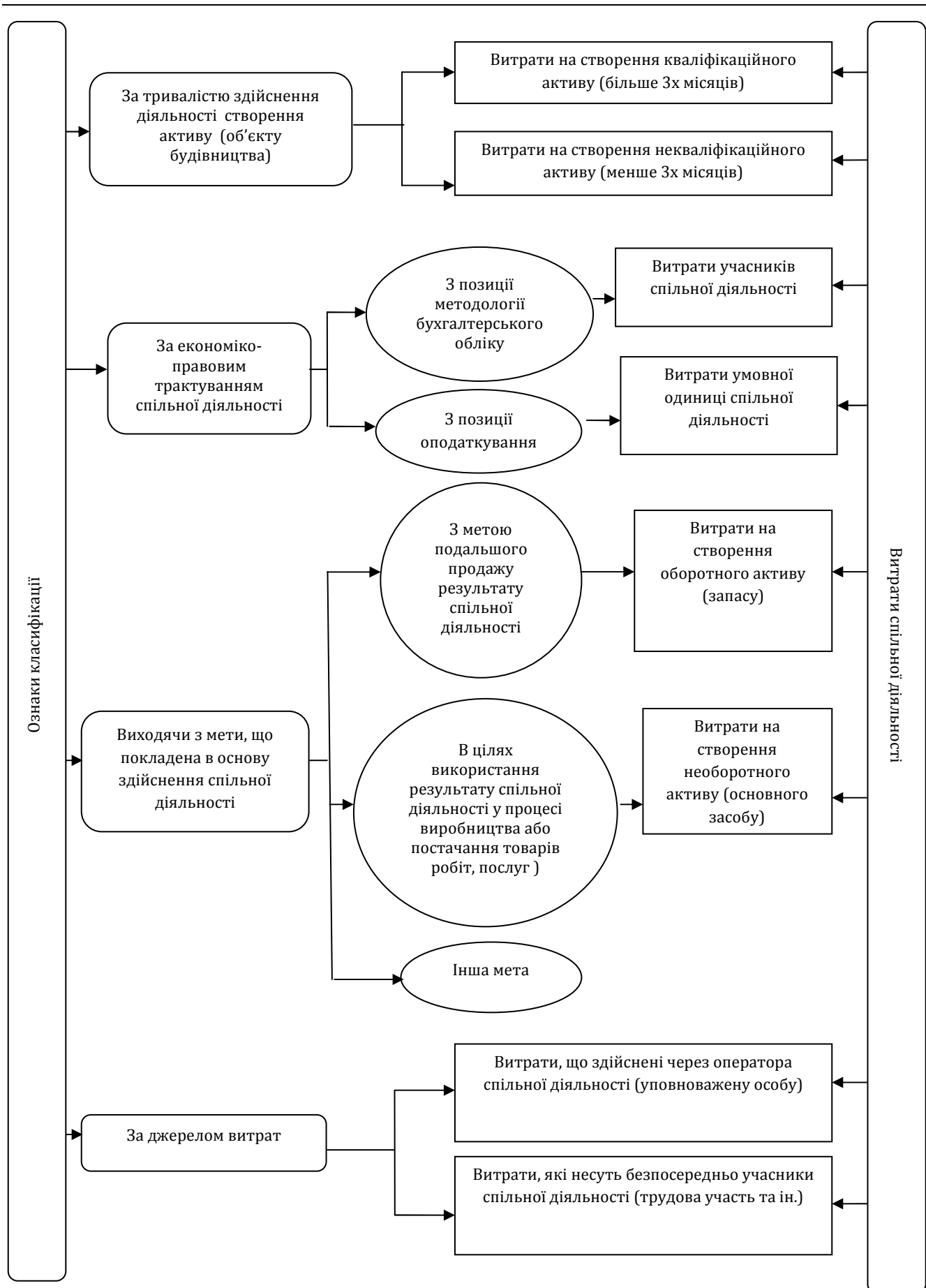


Рис. 4. Додаткова класифікація витрат у будівництві, що здійснюється за договором про спільну діяльність

підвищить ефективність управління витратами, а також сприятиме глибшому розумінню сутності спільної діяльності суб'єктів господарювання в контексті різних видів витрат з позиції їх цілісного розуміння при здійсненні спільної діяльності у будівельній індустрії.

Список літератури

1. Вікіпедія – Вільна Енциклопедія [Електронний ресурс] : // Режим доступу до енцикл. : <http://www.uk.wikipedia.org/wiki/класифікація>.
2. Новий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. : Радченко І. О., Орлова О. М.]. – К. – ПП Голяка В. М., 2010. – 768 с.
3. Пантелеев, В. Словник бухгалтера та аудитора / В. Пантелеев, О. Сніжко / [за ред. Я. Кавторева]. – Х.: Фактор, 2009. – 352 с.
4. Термінологічний словник <Start Here> [Електронний ресурс]. – Режим доступу до слів.: <http://www.second.udec.ntu-kr.kiev.ua>.
5. Сучасний тлумачний словник української мови / [уклад.: Яковлева А. М., Афонская Т. М.]. – Харків: ПП “ТОРСІНГ ПЛЮС”, 2010. – 672 с.
6. Бухгалтерський фінансовий облік: [підручник] / [за ред. Проф. Ф.Ф. Бутинця]. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 608 с.
7. Сопко, В. В. Бухгалтерський облік у підприємстві / В. В. Сопко – К.: Техніка, 1995. – 267 с.
8. Ткаченко, Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність : підручник. – [3-тє вид. допов. і перероб.] / Надія Марківна Ткаченко – К.: Алерта, 2008. – 926 с.
9. Управленческий учет: [учебное пособие] / [под ред. А. Д. Шеремета]. – М. : ФБК-ПРЕСС, 1999. – 512 с.
10. Організація бухгалтерського обліку: [навчальний посібник] / [за редакцією В. С. Леня]. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 696 с.
11. Карпова, Т. П. Основы управленческого учета: [учебное пособие] / Т. П. Карпова – М.: ИНФРА-М, 1997. – 392 с.
12. Хорнгрен, Ч. Г. Бухгалтерський учет: управленческий аспект / Ч. Г. Хорнгрен, Дж. Фостер. – [пер. с англ.] – [под ред. Я. В. Соколова]. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 416 с.
13. Шим, Дж. К. Методы управления стоимостью и анализа затрат / Джей К. Шим, Джоел Г. Сигел. – [пер. с англ.] – М.: Информационно-издательский дом “Филинь”, 1996. – 344 с.
14. Нападовська, Л. В. Управлінський облік: [монографія] / Л. В. Нападовська – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2000. – 450 с.
15. Фінансовий облік: [підручник] / С. Ф. Голов, В. М. Костюченко, І. Ю. Кравченко, Г. А. Ямборко – К.: Лібра, 2005. – 976 с.
16. Бухгалтерський фінансовий облік: [підручник для студентів спеціальності “Облік і аудит” вищих навч. закл.] / [за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця] – 7-ме вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП “Рута”, 2006. – 832 с.
17. Нашкерська, Г. В. Фінансовий облік: [навчальний посібник] / Г. В. Нашкерська – К.: Кондор, 2009 р. – 503 с.
18. Про затвердження нової редакції Методичних рекомендацій з формування собівартості будівельно-монтажних робіт [Електронний ресурс] : наказ Державного Комітету України з будівництва та архітектури від 16. 02. 2004 р. № 30. – Режим доступу до інформ.: <http://www.liga.zakon.ua/> / Методичні рекомендації.
19. Крупка, Я. Д. Облік в будівництві: [підручник] / Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, Р. О. Мельник. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 608 с.

РЕЗЮМЕ

Романив Светлана, Шестерняк Мария

Проблемные аспекты классификации расходов совместной деятельности

Рассмотрено и обосновано понятие “классификация расходов” и “группирование расходов”. Обобщенно существующие теоретические подходы к классификации расходов в современной экономической литературе. Усовершенствована классификация расходов по видам деятельности. На основе проведенного исследования раскрыта сущность расходов совместной деятельности. Предложена дополнительная классификация расходов в строительстве, которое осуществляется по договору о совместной деятельности.

RESUME

Romaniv Svitlana, Shesternyak Maria

Problem aspects of classification of expense of joint venture.

A concept “classification of expense” and “grouping of charges” is considered and grounded. The existent theoretical approaches for the classification of expense in modern economic literature are generalized. Classification of expense according to the types of activity is improved. On the basis of the conducted research essence of charges of joint venture is exposed. Additional classification of expense in building is offered which is carried out by agreement about joint venture.

Стаття надійшла до редакції 29.03.2011 р.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ І ПРОБЛЕМИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

Окреслено поняття фінансової звітності, розглянуто її склад та вказано на актуальність дослідження інформаційної бази фінансового аналізу з метою наближення до принципів Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ).

Ключові слова: фінансовий аналіз, управлінські рішення, інформаційне забезпечення, інформація, фінансова звітність, форми звітності, П(С)БО, МСФЗ.

У міру формування в Україні ринкового середовища неминуче зростає роль фінансового аналізу з метою обґрунтування фінансових рішень, пов'язаних з режимом ефективного функціонування суб'єктів господарювання, учасників ринку цінних паперів, зокрема емітентів, інвесторів, інвестиційних посередників, фондових бірж. Відповідно до мети суб'єкта аналізу його предметом є стан розвитку об'єкта дослідження та на основі встановлення властивих причинно-наслідкових зв'язків можливі варіанти управлінських рішень, що спрямовані на оптимізацію власної тактики і стратегії з метою отримання певного позитивного результату.

При цьому загострюється потреба в достовірній інформації про сфери прикладання коштів і надійність емітентів цінних паперів, потенційних позичальників, партнерів тощо з метою зниження невизначеності, послаблення впливу суб'єктивних факторів та підвищення якості управлінських та інвестиційних рішень.

Найважливішим джерелом інформації про фінансово-господарську діяльність підприємства є фінансова звітність. Вона є першим та найважливішим офіційним документом для оцінки вартості бізнесу. Якісна і добре продумана звітність надає набагато більше інформації, ніж просто числову суму у підсумковому рядку. Вона формує дані, які можуть підвищити впевненість у прийнятті управлінських рішень, стати основою для формування моделі беззбиткової підприємницької діяльності та аналізу різних сценаріїв розвитку подій у комерційному секторі економіки. Система фінансової звітності формує основу для визначення основних показників ефективності, які в майбутньому дозволять виявити і попередити певні проблеми та створити інформаційну базу для виявлення тенденцій розвитку бізнесу.

Складання фінансової звітності на сьогодні для України є складним і суперечливим питанням, особливо в умовах зближення з європейськими країнами та їхніми стандартами у цій сфері. Актуальність теми дослідження підтверджують останні публікації, зокрема, таких авторів, як Голов С., Варічева Р.,

Левіцька С., Пантелеев В. та інші.

Метою статті є висвітлення поняття та складу фінансової звітності українських підприємств, її вплив на процес прийняття управлінських рішень і ведення ефективних комунікацій у сфері бізнесу, ступінь відповідності міжнародним стандартам та завдання гармонізації.

Змістовність аналізу, його глибина і повнота врахування всіх факторів, які впливають на стан об'єкта вивчення, значною мірою визначаються станом інформаційного забезпечення. Проведений аналіз публікацій дає змогу стверджувати, що інформаційне забезпечення фінансового аналізу - це система даних і способи їх опрацювання, що дозволяють вивчити реальний стан об'єкта управління, виміряти вплив факторів, які його визначають, а також виявити можливості здійснення управлінських дій [2, 63].

Відповідно до цього, придатність інформації для прийняття рішень залежить від її відповідності наступним вимогам: державна регламентація; практичність інформації; своєчасність подання; зіставність показників; доступність і гласність; раціональність; обов'язковість подання; вірогідність; методологічна єдність розрахунків показників; дієвість [1, 156].

Потреби фінансового аналізу забезпечуються нормативно-довідковими, плановими та обліковими інформаційними ресурсами. Комплексне їх використання забезпечує оцінку діяльності підприємства в динаміці, рівня виконання плану, обґрунтованості планових показників та діагностику досягнення нормативного сценарію господарювання.

Основною складовою інформаційного забезпечення фінансового аналізу є фінансова звітність. Розглянемо більш детально це поняття, проаналізувавши його трактування вітчизняними вченими, та спробуємо порівняти із визначенням, яке дається Міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ).

У Законі України "Про бухгалтерський облік", а також у П(С)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" визначено, що фінансова звітність є бухгалтерською звітністю, яка дає інформацію про

фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період [12].

У точках зору з приводу фінансової звітності окремих авторів існують деякі розбіжності, своєрідно акцентовані окремі характерні її аспекти. Так, Н.Чабанова не розмежовує поняття фінансової та бухгалтерської звітності. Цікавим є визначення А.Малишкіна, який вважає, що фінансові звіти є своєрідними інформаційними моделями господарюючих суб'єктів [3, с. 19]. Автори Л. Волинець та В. Терехова стверджують, що фінансова звітність є структуровано поданою інформацією про фінансовий стан та фінансові результати діяльності підприємства [3, с. 20].

Якщо звернутися до Міжнародних стандартів фінансової звітності, то під нею розуміються фінансові звіти загального призначення. Таким чином, з вищенаведених визначень випливає, що фінансова

звітність – це система узагальнюючих показників бухгалтерського обліку, структурованих у формі звітності, які надають користувачам інформацію про фінансовий стан, результати діяльності, рух грошових коштів та зміни у власному капіталі підприємства за звітний період для прийняття ними відповідних рішень.

Згідно із П(С)БО при складанні фінансової звітності застосовують наступні принципи: принцип безперервності; принцип автономності; принцип нарахування та відповідності доходів і витрат; принцип послідовності; принцип повного висвітлення; принцип обачності; принцип періодичності; принцип історичної собівартості; принцип превалювання сутності над формою [12].

Порівнюючи ці принципи із основоположними характеристиками МСФЗ стає зрозуміло, що існують певні відмінності термінологічного характеру, а також у розбіжності у складі принципів (таблиця 1).

Таблиця 1. Принципи фінансової звітності за П(С)БО і основоположні характеристики звітів за МСФЗ 1 [10, с. 47]

Принципи та основоположна характеристика	П(С)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності"	МСФЗ 1 "Подання фінансових звітів"
Безперервність	+	+
Нарахування і відповідність доходів і витрат	+	-
Нарахування в бухгалтерському обліку	-	+
Послідовність	+	+
Періодичність	+	+
Повне висвітлення	+	-
Суттєвість та об'єднання	-	+
Обачність	+	-
Автономність	+	-
Превалювання сутності над формою	+	-
Єдиний грошовий вимірник	+	-
Історична (фактична) собівартість	+	-
Достовірне подання та відповідність МСФЗ	-	+
Згортання	-	+
Порівняльна інформація	-	+

У процесі підготовки фінансової звітності виділяють наступні етапи [4, с. 5]:

- закриття рахунків доходів і витрат;
- визначення чистого фінансового результату звітного періоду.
- визначення залишків на рахунках активів і зобов'язань.
- підтвердження залишків на рахунках активів і зобов'язань за даними інвентаризації.
- складання звіту про фінансові результати.
- складання балансу.
- складання звіту про власний капітал.
- складання звіту про рух грошових коштів.
- складання приміток.
- перевірка узгодженості показників звітності.

За міжнародними та національними стандартами передбачено складання звітності за елементами: активи, капітал, зобов'язання, доходи і витрати.

Згідно з міжнародними стандартами фінансова звітність підприємства містить: баланс, звіт про прибутки та збитки, звіт про зміни у власному капіталі, звіт про рух грошових коштів, облікову політику та пояснювальні примітки, тоді, як в Україні вона складається з балансу, звіту про фінансові результати, звіту про рух грошових коштів, звіту про власний капітал та приміток до звіту (таблиця 2).

Слід наголосити, що національні П(С)БО передбачають конкретно встановлені форми фінансової звітності, коли міжнародні стандарти лише встановлюють склад інформації, яка повинна відображатися у звітності.

Як додаток до Приміток для підприємств усіх форм власності, які повинні оприлюднювати річну фінансову звітність, потрібно подавати форму №6 "Інформація за сегментами". Ще одним нововведенням до приміток є форма №7 "Розрахунок податкових різниць за даними бухгалтерського обліку", яку, починаючи з 2007 року, подають юридичні особи, що є платниками податку на прибуток підприємства.

Основним документом фінансової звітності є Баланс, який складається на основі П(С)БО № 2. У цьому стандарті визначено зміст і форму балансу та загальні вимоги до розкриття його окремих статей. Баланс сформовано у горизонтальному одноступеневому форматі і складається він з двох таблиць (актив і пасив), залишки в яких вказують на дві дати (початок і кінець року), що забезпечує аналітичність цієї форми фінансової звітності.

Для прийняття управлінських рішень лише аналізу показників балансу недостатньо, а тому використовують інші форми звітності, насамперед Звіт про фінансові результати. Цей звіт зіставляє доходи і

Таблиця 2. Характеристика інформації фінансової звітності [4, с. 11]

№ з/п Звітна форма	Характеристика
1. Баланс	Відображає наявність активів, зобов'язань і капіталу на певну дату. За різницею в показниках балансу на початок і кінець звітного періоду характеризують зміну фінансового стану підприємства
2. Звіт про фінансові результати	Показує доходи, витрати, прибутки і збитки від діяльності підприємства за період часу між двома балансами. Також тут наводять аналогічні показники за попередній період
3. Звіт про рух грошових коштів	Інформує про наявність джерела надходжень та напрямки використання коштів на підприємстві за звітний та попередній періоди
4. Звіт про власний капітал	Розкриває види власного капіталу та зміни, що у ньому відбуваються протягом звітного періоду
5. Примітки до фінансових звітів	Деталізують та обґрунтовують окремі статті фінансових звітів, а також відображають інші відомості, надання яких передбачене бух. стандартами

витрати, понесені за звітний період заради одержання доходів. Оскільки форма звіту надає інформацію про доходи і витрати, які не збігаються з грошовими надходженнями, виникає необхідність у складанні Звіту про рух грошових коштів та Звіту про власний капітал.

Звіт про рух грошових коштів надає інформацію про переміщення коштів підприємства протягом звітного періоду в результаті операційної (надходження протягом звітного періоду коштів від продажу продукції, від орендних операцій, платежі постачальникам, розрахунки з працівниками), інвестиційної (сплата протягом звітного періоду коштів під час придбання основних засобів, нематеріальних активів, фінансових інвестицій, надходження коштів під час продажу необоротних активів, фінансових інвестицій, надання позик, отримання дивідендів, відсотків), фінансової (отримання протягом звітного періоду коштів внаслідок емісії акцій, отримання позик, виплата відсотків і дивідендів) діяльності. Він дає змогу оцінити зміни в активах підприємства, його фінансовій структурі; платоспроможність, можливість погасити борги, коли це необхідно; ліквідність; фінансову гнучкість; здатність підприємства виконувати зобов'язання, сплачувати дивіденди у майбутньому.

Звіт про власний капітал складають для відображення змін у капіталі, що виникали протягом періоду. Він повідомляє про джерела капіталу підприємства, правові обмеження щодо розподілу інвестованого капіталу, розподіл дивідендів та пріоритетність прав на майно підприємства [7, с. 12]. Такі дані більш актуальні для власників і доповнюють інформацію попередніх форм фінансової звітності.

Таким чином, кожна форма фінансової звітності надає інформацію про різні аспекти діяльності підприємства, доповнюючи одна одну. Вони дозволяють подивитися на бізнес з різних точок зору і разом з цим формують його цілісний образ.

На сьогоднішній день актуальним питанням є перехід українських підприємств на Міжнародні стандарти фінансової звітності, оскільки цей процес супроводжується труднощами не лише організаційного, але й ментального, фінансового та кадрового характеру. Однак найсуттєвішою проблемою є відсутність тотожності між МСФЗ та П(С)БО. Розбіжності виявляються в систематизації, кількості, назвах, деталізації, сфері застосування стандартів. На сьогодні більше ніж 100 країн вимагають або дозволяють використання МСФЗ чи знаходяться у стадії конвергенції зі стандартами Ради з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (РМСБО) [10, с. 49]. Глобальні стандарти фінансової звітності на сьогодні

відсутні через неприйняття МСФЗ з боку США та Японії. Якщо ці країни, а також Бразилія, перейдуть на використання МСФЗ, то світ отримає єдиний комплекс стандартів фінансової звітності. Тому не потрібно затягувати процес трансформації національних стандартів фінансової звітності відповідно до міжнародних, а поступово їх впроваджувати, поки ще є час.

У зв'язку зі стрімким зростанням ролі інформаційного забезпечення фінансового аналізу, складовою якого є фінансова звітність, важливе значення має її вдосконалення з метою адаптації національних форм звітності до міжнародних. Тому Україні не слід стояти осторонь від усіх цих процесів, а брати активну участь у розробці стандартів фінансової звітності зважаючи на те, що у найближчі роки МСФЗ набудуть глобального характеру.

Список літератури

1. Андрієнко В. *Поняття та склад фінансової звітності в умовах гармонізації бухгалтерського обліку* [Текст] В. Андрієнко // *Наука молода. Збірник наукових праць молодих вчених ТНЕУ*. – 2008. - №9. – С. 153-157.
2. Варічева Р. *Система обліку як складова інформаційного забезпечення економічного механізму виробничого управління: етапи розвитку, цілі та показники* [Текст] / Руслана Варічева // *Економіка*. – 2010. - №6: Ноосферна модель виробництва. – С. 61-64.
3. Веріга Г., Савро А. *Проблемні аспекти трансформації фінансової звітності підприємств України відповідно до принципів МСФЗ*. [Текст] / Ганна Веріга, Анна Савро // *Бухгалтерський облік і аудит*. – 2010. - №9. – С. 19-25.
4. Вороня Н., Свіриденко А. *Річна фінансова звітність* [Текст] / Наталія Вороня, Алла Свіриденко // *Податки та бухгалтерський облік. Спецвипуск*. – 2010. – 27 грудня (№12): Річна фінансова звітність. – С. 4-13.
5. Голов С. *Бухгалтерський облік і фінансова звітність малих і середніх підприємств*. [Текст] / Сергій Голов // *Бухгалтерський облік і аудит*. – 2010. - №10. – С. 3-15.
6. Кравчук О. *Баланс підприємства: теорія і практика*. [Текст] / Олексій Кравчук // *Дебет-Кредит*. – 2010. – 20 грудня (№51): Додаток: Актуально про податкові спори. – С. 8-12.
7. Левіцька С. *Організація обліку господарської діяльності підприємства*. [Текст] / Світлана Левіцька // *Бухгалтерський облік і аудит*. – 2010. - №6. – С. 6-13.
8. Остап'юк Н. А., Семчук І. В. *Консолідована фінансова звітність в системі внутрішнього контролю групи підприємств*. [Текст] // *Міжнародний збірник наукових праць. Випуск 1(16)*. – 2010. – С. 183-192.
9. Пантелеев В.П. *Внутрішньогосподарський контроль: методологія та організація: монографія* [Текст] / В.П. Пантелеев. – Державна академія статистики, обліку та аудиту. – К.: ДП "Інформ.аналіт. агентство", 2008. – 491

с.

10. Пасько О. Глобальна конвергенція стандартів фінансової звітності: стан та перспективи. [Текст] / О. В. Пасько // Облік і фінанси АПК. – 2010. - №10. – С.45-50.
11. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", затв. Наказом Міністерства фінансів України від 31.03.99р. №87, із змінами та доповненнями. [Текст].
12. Проект Закону про внесення змін до Закону України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" [Електронний ресурс] // Верховна рада України. Офіційний веб-сайт. Режим доступу: http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?id=&pf3511=36701
13. Фінансова звітність [Електронний ресурс]Режим доступу: <http://www.finreporting.com.ua>.

РЕЗЮМЕ

Тинская Инна, Спильник Ирина

Информационное обеспечение финансового анализа и проблемы его совершенствования

Исследовано понятие финансовой отчетности, рассмотрен ее состав и указано на актуальность исследования информационной базы финансового анализа с целью приближения к принципам Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО).

RESUME

Tynska Inna, Spilnyk Iryna

Informative providing of financial analysis and problems of its perfection

Notion of the financial reporting is explored, its context is considered and informative base of financial analysis with the purpose of approaching to principles of the International standards of the financial statement research actuality is indicated.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2011 р.

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ СУБ'ЄКТІВ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

У статті розглянуто питання основ побудови фінансової звітності в бюджетних установах України

Ключові слова: бухгалтерський облік, звітність, бюджетна установа, міжнародні стандарти бухгалтерського обліку у державному секторі.

Реформування бухгалтерського обліку в сучасних умовах розвитку економіки співробітництво України з міжнародними організаціями, фінансовими установами, діяльність на валютних фондових та інвестиційних ринках потребують відкритості та прозорості інформації з економічних питань, зокрема з питань бухгалтерського обліку та звітності, відповідності міжнародним стандартам.

Оцінка ситуації та напрями вирішення означених проблем викладені в основних монографіях і статтях провідних вчених України Л. В. Гізатуліної, Т. І. Єфіменко, О. О. Канцурова, Л. Г. Ловінської, В. М. Пархоменка, С. В. Свірко, Н. І. Сушко, О. О. Чечуліної та інших. Аналіз цих публікацій дає підстави стверджувати, що існує значний спектр оцінок тривалого процесу реформування від повного схвалення запроваджених державою новачків і закликів до тотального запровадження міжнародних стандартів у національну систему обліку.

Метою статті є дослідження процесів реформування бухгалтерського обліку та звітності установ державного сектору шляхом порівняння статей звіту про фінансові результати вітчизняної системи фінансової звітності з МСБОДС.

Поєднання ринкового саморегулювання та державного регулювання – характерна риса економічних систем найрозвиненіших країн світу. Вплив на ринкове середовище, на підприємницьку діяльність, державний сектор для створення необхідних умов реалізації політики економічного зростання – мета державного регулювання.

Реалізація політики держави щодо інтеграції у світове співтовариство вимагає адаптації економічної інформації до міжнародних вимог та стандартів, і насамперед це стосується облікової інформації в частині державних фінансів.

Підвищення ролі держави в управлінні економікою та її соціальному розвитку; необхідність у прозорій і достовірній інформації, придатній для аналізу діяльності держави і зіставлення її з інформацією про фінансовий стан інших держав – це стало передумовою до перегляду системи бухгалтерського обліку в державному секторі й адаптації економічної інформації до міжнародних вимог і стандартів.

Усвідомлення важливості й необхідності реформування бухгалтерського обліку підтверджується тим фактом, що, починаючи з 1990 року, було прийнято

декілька Указів Президента й постанов Кабінету Міністрів. Значимість цього процесу для держави ще раз підкреслена затвердженням Кабінетом Міністрів України в січні 2007 року Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки.

Затвердження Стратегії модернізації бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007-2015 роки стало наслідком розпочатих реформ з виконання державної політики у сфері бухгалтерського обліку як складовій частині модернізації управління державними фінансами.

Заходи, визначені Стратегією, передбачають вирішення двох основних завдань:

- удосконалення бухгалтерського обліку у зв'язку з існуючими проблемами в системі обліку і звітності.
- гармонізацію і адаптацію національної системи бухгалтерського обліку до міжнародних стандартів обліку і звітності в державному секторі.

Щодо чинної системи в державному секторі, то вимоги до фінансової звітності про виконання бюджетів усіх рівнів та кошторисів установ встановлюються Державним казначейством України відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні».

Наказом Державного казначейства України від 28.12.2001 р. № 228 затверджені Правила організації фінансової та статистичної звітності про виконання бюджетів в органах Державного казначейства України та Інструкція про порядок складання органами Державного казначейства України річного фінансового звіту про виконання Державного бюджету за 2001 рік. Порядок складання фінансової звітності розпорядниками та одержувачами коштів регулюється Наказом Державного казначейства від 25.05.2010 № 164 «Про затвердження Порядку складання фінансової звітності розпорядниками та одержувачами бюджетних коштів»

Основні форми фінансової звітності про виконання бюджетів визначені Положенням про організацію бухгалтерського обліку і звітності про виконання державного та місцевих бюджетів в органах Державного казначейства України. Це: баланс, звіт про виконання бюджету, звіт про рух грошових коштів і примітки до звітів. Звітним періодом вважається календарний рік. Існує проміжна звітність: квартальна, місячна, щоденна.

З метою удосконалення звітності про виконання

бюджетів доцільно порівняти вимоги до фінансових звітів державного сектору за міжнародними стандартами бухгалтерського обліку у державному секторі. Зміни, які відбулися у системі бухгалтерського обліку в бюджетній сфері України, насамперед пов'язані з потребою отримання повної та достовірної інформації про результати виконання бюджетів та досягнення зіставності (порівнянності) показників фінансових звітів у бюджетному та інших секторах економіки України, а також з аналогічними показниками інших країн.

МСБО у державному секторі не призначені для регулювання обліку і звітності в конкретній країні, носять рекомендаційний характер. Запропоновані в стандартах підходи до розв'язання облікових проблем приймають обов'язковий і конкретний характер тільки через затвердження країнами інструкцій, положень, стандартів. Спостерігається тенденція наближення вимог у складанні фінансових звітів для різних секторів економіки, передусім з метою зіставності інформації.

МСБО у державному секторі визначають обсяг мінімальної інформації, яка підлягає розкриттю. Суми та класифікація статей за необхідністю доповнюються додатковою інформацією для уточнення їх змісту.

МСБО у державному секторі визначають принцип нарахування як основоположне припущення. Фінансові звіти, складені на основі нарахування, інформують користувачів не тільки про минулі операції, пов'язані з виплатою або отриманням грошових коштів, але і про зобов'язання виплатити грошові кошти в майбутньому і про ресурси у вигляді грошових коштів, що їх буде одержано у майбутньому. Таким чином, вони надають ту інформацію щодо минулих операцій та подій, яка найбільш корисна для користувачів у процесі прийняття ними управлінських рішень.

Рекомендації МСБО у державному секторі та можливість їх використання у вітчизняній обліковій практиці розглянемо за формами фінансової звітності, а саме - звіт про фінансові результати.

За МСБОДС 1 «Подання фінансових звітів» відображено основи складання та подання звіту про фінансовий результат, який надає інформацію про доходи та витрати установи державного сектора і поділяється для класифікації витрат за функцією (бюджетом) та за характером (установою). Відповідно до МСБОДС 1 звіт про фінансові результати обов'язково має містити рядки, які відображають наступну

інформацію, наведену в порівняльній таблиці 1.

Відповідно до наказу Міністерства фінансів України від 28 грудня 2009 року № 1541 Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку в державному секторі 101 "Подання фінансової звітності" на виконання Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007 - 2015 роки, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 16.01.2007 № 34.

У Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку в державному секторі 101 "Подання фінансової звітності" (ПСБОДС 101), схваленому Методологічною радою з бухгалтерського обліку при Міністерстві фінансів України, затвердженні зміст та форми фінансової звітності в державному секторі, загальні вимоги до визнання і розкриття її елементів.

Затверджена форма звіту про фінансові результати відображає статті наведені в таблиці 1. Відповідно до ПСБОДС 101 у звіті про фінансові результати відображаються операції із збільшення або зменшення доходів та витрат установи державного сектору і поділяється для бюджетів і для установ.

Дохід носить до звіту про фінансові результати під час надходження активу або погашення зобов'язання, які призводять до збільшення власного капіталу та за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена.

Якщо оцінка витрат може бути достовірно визначена, витрати відображаються у звіті про фінансові результати в момент вибуття активу або збільшення зобов'язання, що призводить до зменшення власного капіталу.

Якщо актив забезпечує економічні вигоди протягом кількох звітних періодів, то витрати відображаються у звіті про фінансові результати на основі систематичного та раціонального їх розподілу (наприклад, у вигляді амортизації) протягом тих звітних періодів, коли надходять відповідні економічні вигоди.

Порівнюючи положення МСБО державного сектора з вітчизняною обліковою практикою свідчить, що структура звіту про фінансові результати бюджетної установи суттєво відрізняється. Основна відмінність полягає в тому, що в основу побудови звіту про фінансовий результат покладено поділ доходів і видатків на загальний і спеціальні фонди бюджету, які окремо обліковуються по бухгалтерському обліку і окремо відображаються в балансі установ державного

Таблиця 1. Порівняння складу елементів звіту про фінансові результати

Звіт про фінансові результати МСБОДС 1	Звіт про фінансові результати державного сектора	Звіт про фінансові результати ПСБОДС 101
Операційний дохід /витрати	Загальний фонд	Доходи/Витрати
Надлишок/ дефіцит від операційної діяльності	Отримані доходи / Проведені видатки	Надлишок/дефіцит за звітний період
Фінансові витрати	Фінансовий результат за загальним фондом (+; -)	
Екстраординарні статті	Спеціальний фонд	
Частка меншості в чистому надлишку чи дефіциті	Отримані доходи / Проведені видатки	
Чистий надлишок або дефіцит за період	Результат переоцінок	
	Інші видатки	
	Фінансовий результат за спеціальним фондом	

сектора.

Порівняння статей звіту про фінансовий стан за МСДОДС з запропонованими в ПСБОДС 101 свідчить, що при побудові звіту про фінансові результати не враховано рекомендацій МСБОДС 1, щодо певних пунктів звіту, а саме: фінансові витрати, екстраординарні статті, частка меншості в чистому надлишку чи дефіциті.

Враховуючи те, що в основу МСБОДС 1 покладено МСБО 1 «Подання фінансових звітів», приходимо до висновку, що впровадження МСБОДС в Україні максимально наближає бухгалтерський облік державного сектора до бухгалтерського обліку приватного сектора і вносить суттєві корективи як в саму звітність, так і в систему обліку державного сектора, оскільки у наш час існує відмінність річної і квартальної фінансової звітності державного сектора, з якої основна – це відсутність звіту про фінансовий результат в квартальних звітах.

У процесі порівняння складу та вимог до складання і подання звіту про фінансовий стан суб'єктів державного сектора відповідно до положень Державного казначейства України МСБОДС 1 та Положення стандарту №101 автор дійшов висновку, що процес реформування фінансової звітності державного сектора України не повинен обмежуватись прийнятим ПСБОДС 101 "Подання фінансової звітності", оскільки він потребує суттєвого доопрацювання як теоретичних положень, так і приведення в відповідність форми звіту про фінансовий стан (Баланс) до МСБОДС, а саме стосовно доповнень розділів звіту: фінансові витрати, екстраординарні статті, частка меншості в чистому надлишку чи дефіциті, оскільки в іншому випадку він не буде гармоніювати з МСБОДС.

Список літератури

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : закон України від 16.07.1999 р. // Бухгалтерія.
2. Інструкція про порядок складання органами Державного казначейства України річного фінансового звіту про виконання державного бюджету за 2001 рік : затв. наказом Державного казначейства України від 28.12.2001 р. № 228.
3. Подання фінансових звітів : міжнародний стандарт бухгалтерського обліку для державного сектору № 1.
4. Положення про організацію бухгалтерського обліку і звітності виконання державного та місцевих бюджетів в органах Державного казначейства України : затв. наказом Державного казначейства України від 28.11.2000 р. № 119.
5. Подання фінансової звітності : положення (стандарту) бухгалтерського обліку в державному секторі 101, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 28 грудня 2009 року № 1541.
6. Порядок складання фінансової звітності розпорядниками та одержувачами бюджетних коштів затв. наказом Державного казначейства України від 25.05.2010 р. № 164.
7. Правила організації фінансової та статистичної звітності про виконання бюджетів в органах Державного казначейства України, затв. наказом Державного казначейства України від 28.12.2001 р. № 228.
8. Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007 - 2015 роки, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 16.01.2007 № 34.

РЕЗЮМЕ

Тытыкало Владимир

Отчет о финансовом результате субъектов государственного сектора Украины и пути совершенствования

В статье рассматриваются вопросы основ составления финансовой отчетности в бюджетных организациях.

RESUME

Tytykalo Volodymyr

Report on the financial result of subjects state of the state sector of Ukraine and ways of its perfection

In the article the questions of basic of construction of the financial reporting in budgeted organization in Ukraine are considered.

Стаття надійшла до редакції 21.02.2011 р.

ПІДХОДИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Розглянуто основні підходи та перспективні напрями розвитку системи бухгалтерського обліку, серед яких використання математичного моделювання облікових процесів та принципів теорії обмеження систем.

Ключові слова: теорія обліку, методологія обліку, організація обліку, теорія обмеження систем.

Сучасний розвиток науки про бухгалтерський облік ґрунтується на комплексному підході до досліджень його теорії, методології та організації із залученням широкої бази знань з інших наукових дисциплін, зокрема філософії, математики, теорії систем, теорії організації, кібернетики тощо. Бухгалтерський облік у дослідженнях вчених постає вже не тільки як спосіб та засіб відображення фактів господарського життя і складання звітності, а як система оброблення та інтерпретації облікової інформації, що забезпечує прийняття управлінських рішень.

Мета дослідження – визначити тенденції та розглянути перспективні напрями розвитку системи бухгалтерського обліку.

Суттєвою проблемою подальшого розвитку бухгалтерського обліку, на наш погляд, є переважно консервативний підхід у розумінні його місця та ролі в системі соціально-економічних відносин як способу відображення діяльності суб'єктів господарювання, яке ґрунтується на стереотипах минулого – сприйнятті скоріш як мистецтва, ремесла обліку (рахівництво), а не науки (рахунковедення) з власною теорією та методологією обліку. На думку Н. М. Малюги, "Курс на зміни соціально-економічного розвитку держави суттєво підвищує вимоги до наукових досліджень у галузі теорії бухгалтерського обліку. Недостатня розробка наукових основ обліку, його теоретичної бази повинна привернути увагу науковців, які в своїх дослідженнях будуть намагатись відійти від ремеслового характеру і забезпечити майбутнє науки про бухгалтерський облік через визначення його ролі в управлінській і соціально-економічній діяльності, обґрунтування його прогностичної функції" [1, с. 113].

Зрушення у напрямку розвитку нових концепцій виявляються у збільшенні останнім часом кількості досліджень з проблем теорії, методології, організації бухгалтерського обліку. Слід відзначити монографії Н. М. Малюги "Бухгалтерський облік в Україні: теорія і методологія, перспективи розвитку", М. С. Пушкар "Метатеорія обліку або якою повинна стати теорія", "Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні (теоретико-методологічні аспекти)", С. Ф. Голова "Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку", інші публікації науково-практичного спрямування відомих вчених та молодих науковців. Однак, зауважимо, що фундаментальних концептуальних досліджень проблем теорії та методології бухгалтерського обліку за час, що минув

після переходу України на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та фінансової звітності, у вітчизняній обліковій науці ще бракує.

Розвитку теорії та методології цієї науки сприяє гармонізація вітчизняної облікової системи з міжнародною. Незважаючи на прагматичний підхід до розроблення основ методології та організації бухгалтерського обліку у П(С)БО, а також завдяки стандартизації облікових правил на основі МСФЗ, значно розширився понятійний апарат, суттєво змінились принципи і методи побудови та ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності.

Цілком очевидно, що його розвиток безпосередньо пов'язаний з розвитком наукових теорій. У процесі розбудови теорії бухгалтерського обліку науковцями пропонуються різні парадигми, концепції, що містять адекватні нинішнім реаліям та запитам моделі бухгалтерського обліку (стратегічний, креативний, соціальний, екологічний тощо). Відбувається накопичення і узагальнення знань емпіричним та індуктивним шляхом.

Проведений аналіз публікацій з проблеми розвитку теорії та методології бухгалтерського обліку дає підстави вважати, що наукова думка поступово наближається до розроблення інтерпретації метамоделі, яка б пояснювала і відображала спільні риси та підходи до побудови підсистем бухгалтерського обліку. Можна сказати, що відбувається поступовий перехід від емпіричних та індуктивних до теоретичних та дедуктивних методів пізнання предмету дослідження.

Одним із цікавих у науковому плані напрямків розвитку системи бухгалтерського обліку вважаємо спроби розроблення метатеорії бухгалтерського обліку. Про це йдеться, наприклад, у Р. С. Рашитова [2]. Серед українських вчених цій проблемі приділив значну увагу М. С. Пушкар у монографії "Метатеорія обліку або якою повинна стати теорія", у якій він зазначає, що існуюча теорія так званого "бухгалтерського обліку" вичерпала свій інтелектуальний ресурс, відстає у розвитку від інших наук, залишилася на узбіччі науково-технічного прогресу. Теорія бухгалтерського обліку ізольована від досягнень таких наук, як теорія систем, теорія інформації, кібернетика, менеджмент, маркетинг, логістика тощо, і навіть від практики обліку, оскільки в останні роки розвивається управлінський і стратегічний облік (контролінг), які потребують розроблення

концептуальних основ, а теорія залишається байдужою до цих підсистем обліку, пояснюючи на примітивному науковому рівні функціонування лише підсистеми фінансового обліку [3].

Вважаємо, що сьогодні розроблення метатеорії бухгалтерського обліку є складною, можливо навіть малоперспективною справою, про що свідчить досить обережне ставлення інших вчених до дослідження цієї проблеми, проведеного у працях Р. С. Рашитова, М. С. Пушкаря. Хоча дослідження у цьому напрямку є корисними, оскільки вони сприяють розвитку наукової думки та дають перспективу розвитку власне теорії та методології бухгалтерського обліку. Метатеорія у загальному її сприйнятті – це теорія теорій, яка аналізує структуру, методи та властивості іншої теорії, предметом чи об'єктом наукового пізнання якої є сама теорія. Якщо філософію, математику і, меншою мірою, теорію систем, економічну теорію, які є науками з сильною версією теоретичних розробок, можна у певному сенсі вважати метатеоріями природничих та суспільно-економічних наук, оскільки їхні теорії побудовані на дедуктивній основі, то сучасний стан теорії бухгалтерського обліку більшою мірою відповідає основам бухгалтерського обліку з вкрапленнями різних поглядів (парадигм), уявлень та ідей (концепцій), що пояснюють певні явища, процеси, взаємозв'язки між ними, ніж повноцінній теорії – вищій формі знання, яка дає цілісне уявлення про закономірності та суттєві зв'язки облікової системи. Якщо розмірковувати по-іншому, то відбувається підміна понять, коли теорію бухгалтерського обліку необхідно вважати метатеорією для теорій (фактично основ) фінансового, управлінського, податкового та інших різновидів обліку.

М. Ю. Медведєв стосовно сучасного стану теорії бухгалтерського обліку зауважує: "Теорій створювалося просто неймовірна кількість, але всі вони "вигадувалися", а не "втягувалися з природи", як це робили і продовжують робити фізики, хіміки та представники інших професій – галузей діяльності, які не підпадають під сумнів як наукові дисципліни. Однак "втягнути з природи" можна не тільки фізичну формулу, а й не менш "об'єктивний" закон обліку: як вже було сказано, вони проявляються неявним чином, але все ж таки проявляються, а тому їх пошуки не здаються нам безперспективним заняттям" [4].

Багатообіцяючим, на наш погляд, є залучення математичного понятійного апарату до обґрунтування засад бухгалтерського обліку. Спроби дати інваріантну математичну інтерпретацію системі бухгалтерського обліку здійснювались раніше відомими вченими Л. Ломбарді, Р. С. Рашитовим, А. П. Рудановським, І. П. Шером, пізніше О. І. Кольвахом та інш. Однак справа не рухалась далі, ніж застосування математичного підходу у моделюванні подвійного запису на рахунках бухгалтерського. Слушну думку щодо місця та ролі подвійного запису і кореспонденції рахунків у системі бухгалтерського обліку висловив відомий російський вчений В. В. Ковальов: "Бухгалтерський облік вчить найголовнішому, тому, що потрібно для успішного управління бізнесом – розумінню принципів організації, формування і циркулювання грошових потоків у фірмі. Бухгалтерські рахунки і проводки – лише інструмент, за допомогою якого ці потоки приводяться в систему" [5, с. 123]. Хоча потрібно зауважити, що подвійний запис та рахунки бухгалтерського обліку залишаються специфічними та унікальними елементами методу бухгалтерського обліку, які є визначальним фактором

впливу на методологію та організацію системи бухгалтерського обліку

Відомий вчений-теоретик 20-30-х років минулого століття Н. А. Блатов, розмірковуючи про перспективи розвитку теорії бухгалтерського обліку, наводить слова Іммануїла Канта: "У кожній науці стільки істини, скільки в ній математики" [6]. Розвиваючи цю тему, російський вчений О. І. Кольвах зауважує: "Мова математики, як показує вся історія розвитку науки, має необхідну одноманітність у розумінні і більшу спільність в логічних судженнях і висновках, ніж просто професійна мова, близька до природної. Тому математична модель бухгалтерського обліку, незалежна від конкретних форм існування бухгалтерського обліку, але здатна набувати форми будь-якої з них, має перспективу бути зрозумілою та прийнятою фахівцями в будь-якій країні світу. Саме завдяки одноманітному та компактному математичному образу бухгалтерського обліку будуть зрозумілі спільність і відмінності між національними системами обліку, які і є каменем спотикання при переході на міжнародні стандарти" [7].

Вважаємо, що запропонована О. І. Кольвахом інваріантна модель математичної інтерпретації технології оброблення облікової інформації при будь-яких алгоритмах (формах обліку, комп'ютерних програмах) облікових процедур, яка базується лише на подвійному записі, не може відображати всі аспекти бухгалтерської системи і бути основою загального обґрунтування цілісного уявлення про закономірності та суттєві зв'язки облікової системи загалом. Але певний позитив у розвитку теорії, методології та практики бухгалтерського обліку вона вносить, і це насамперед стосується комп'ютеризації обліку.

У сучасних дослідженнях дедалі більше привертає увагу системне сприйняття бухгалтерського обліку, яке дозволяє розглядати розвиток бухгалтерського обліку не тільки з позиції поліпшення окремих його елементів, а комплексно з урахуванням останніх досягнень теорії систем, теорії організації, інших системно-орієнтованих наук. Системність бухгалтерського обліку традиційно асоціюється із автоматизацією оброблення облікової інформації, яка протягом другої половини ХХ століття більшістю сприймалась як єдино можливий шлях його удосконалення. Майже всі дослідження, присвячені вказаним проблемам (дипломні роботи у тому числі), містили принаймні підрозділ (параграф) одних і тих самих пропозицій у формі блок-схем щодо удосконалення інформаційної системи бухгалтерського обліку з використанням обчислювальної техніки. Такий "ритуальний" підхід до автоматизації бухгалтерського обліку однобоко висвітлював проблеми бухгалтерського обліку, віддаючи перевагу питанням удосконалення методики, форм ведення бухгалтерського обліку та питання теорії, методології, організації облікової системи.

Зміна у сприйнятті поняття "системи" від ототожнення її з систематизацією (процедурою формального упорядкування), коли системність розглядалась як синонім всебічного охоплення предмета дослідження або як лексичний штамп (за яким нічого не стоїть), до розуміння системності як взаємозв'язку та співвідношення між частинами і цілим, відбулась завдяки становленню та розвитку теорії систем, розробленню методології системних досліджень тощо. Принципи системності дедалі частіше використовуються у науковій практиці для пізнання складних соціально-економічних систем, зокрема

систем управління діяльністю та бухгалтерського обліку.

Дослідження систем у науці довгий час здійснювалось методом редукціонізму (методологічний підхід, який передбачав зведення складного до простого, цілого до суми властивостей частин). У подальшому було доведено, що властивість цілого не є сумою властивостей його складових. Система як цілісність є дещо більше, ніж сума її елементів. Зокрема була виявлена властивість емерджентності систем: системи володіють властивостями, які можуть бути відсутні у її елементів.

Економічні системи загалом і система бухгалтерського обліку зокрема є складними, нелінійними, динамічними системами, які неможливо повністю математично описати формульною моделлю, дотримуючись чітких, універсальних та однозначно сформульованих правил, що дозволять будувати адекватні реальності моделі економічних явищ та процесів. Крім математичних моделей, які є інструментом кількісного та символічного відображення алгоритмів функціонування бухгалтерської системи, для цього необхідно використовувати вербальні та графічні описи.

Розмірковуючи над питанням застосування різних підходів до опису економічних систем В. Н. Спіцнадель пише: "Незважаючи на те, що математичні моделі мають важливі достоїнства – чіткість, можливість суворої дедукції, перевірки і т.д. – не слід відмовлятися від використання моделей, сформульованих звичайною мовою. Вербальна модель краще, ніж відсутність моделі взагалі або математична модель, яка за насильницького насадження фальсифікує реальність. Багато теорій, що мають величезний вплив у науці, є нематематичними за характером, а в інших випадках математичні конструкції, покладені в їхню основу, усвідомлюються пізніше і охоплюють лише окремі аспекти відповідних емпіричних даних... Математика, власне, зводиться до встановлення алгоритмів, які є більш точними, ніж алгоритми звичайної мови... Імовірно, краще мати спочатку якусь нематематичну модель з усіма її недоліками, але таку, що охоплює деякий непомічений раніше аспект досліджуваної реальності і дозволяє сподіватися на подальше розроблення відповідного алгоритму, ніж починати зі скороспілих математичних моделей" [8, с. 34-35].

Серед сучасних теорій, концепцій функціонування та розвитку системи управління, які мають практичну цінність для бухгалтерського обліку, привертає увагу теорія обмеження системи (далі – ТОС). З'явившись у 80-90-х роках минулого століття, ТОС дозволила розширити можливості практичного застосування системного підходу до вирішення проблем управління господарською діяльністю на окремих підприємствах у реальному ринковому середовищі [9]. В основу ТОС покладено розуміння системи як упорядкованої (організованої) сукупності ланцюгових процесів, а не їх механічного набору. Адже більшість теорій, спрямованих на поліпшення процесів, припускають, що якщо процеси працюють в оптимальному режимі, то і результативність всієї системи буде максимальною, упускаючи при цьому такий фактор, як взаємозалежність та взаємовплив самих процесів усередині системи. Якщо систему уявити у вигляді ланцюгового механізму, то міцність та ефективність функціонування такої системи визначається та значною мірою залежить від її найслабшої ланки, на зміцнення

якої потрібно спрямувати зусилля. Зміцнення інших ланок не поліпшить ситуацію, а тільки призведе до перевитрат ресурсів.

Серед запропонованих розробниками ТОС методів вирішення проблем найбільш цікавим з точки зору бухгалтерського обліку є методика під назвою "управлінський облік за ТОС" [10]. Ця методика в якості основних показників (інструментів) для прийняття управлінських рішень використовує поняття "продуктивність за грошовим потоком", "вкладення коштів", "операційні витрати", які не передбачають розподілу непрямих витрат, на відміну від обліку, який ґрунтується на загальноприйнятій концепції розподілу загальновиборничих витрат на одиницю продукції. При цьому загальна сума витрат підприємства залишається такою ж самою, але відсутність розподілу витрат створює інше інформаційне поле та призводить до прийняття адекватних йому управлінських рішень, які позитивно впливатимуть на ціноутворення, маркетингову стратегію та забезпечуватимуть підприємству конкурентні переваги.

Розвиток системи бухгалтерського обліку, як показує світовий досвід, передбачає насамперед обґрунтування теоретичних та методологічних засад його організації. Системний підхід дозволяє розвивати бухгалтерський облік, запроваджуючи нові ідеї, концепції, парадигми, які народжуються на перетині наук та пропонують нестандартні підходи до вирішення облікових проблем адекватні запитам управління та можливостям сучасних інформаційних технологій.

Список літератури

1. Малюга Н. М. *Бухгалтерський облік в Україні: теорія й методологія, перспективи розвитку* : монографія / Н. М. Малюга. – Житомир: ЖДТУ, 2005. – 548 с.
2. Рашитов Р. С. *Логико-математическое моделирование в бухгалтерском учете* / Р. С. Рашитов. – М.: Финансы, 1979. – 128 с.
3. Пушкар М. С. *Метатеорія обліку або якою повинна стати теорія* : монографія. / М. С. Пушкар. – Тернопіль: Карп-блани, 2007. – 359 с.
4. Медведев М. Ю. *Бухгалтерский учет для посвященных* / М. Ю. Медведев. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2004. Стр. 153-164
5. Ковалев В. В. *Бухгалтерский учет как наука и практика* / В. В. Ковалев // *Вестник Санкт-Петербургского университета Сер.5. Вып.1 (№5), 2003 г*
6. Блатов Н. А. *Основы общей бухгалтерии в связи с торговым, промышленным и сметным счетоводством* / Н. А. Блатов. – Л.: Экономическое образование, 1926. – с. 389
7. Кольвах О. И. *Двойная запись как универсальный метод моделирования экономических отношений* / О. И. Кольвах, О. Я. Калмыкова // *Аудит и финансовый анализ. - 2008. - №2. - С. 49-64.*
8. Спцинадель В. Н. *Основы системного анализа : учеб. пособие* / В. Н. Спцинадель. — СПб. : Бизнес-пресса, 2000. — 326 с.
9. Детмер У. *Теория ограниченный Голдратта: Системный поход к непрерывному совершенствованию* / Уильям Детмер; Пер. с англ. – 2-е изд. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 444 с.
10. Корбетт Т. *Управленческий учет по ТОС* / Томас Корбетт; Пер. с англ. – Москва: ТОС Центр – 2006 – 240 с.

РЕЗЮМЕ

Шпак Валентин

Подходы и направления развития системы бухгалтерского учета

Рассмотрены основные подходы и направления развития системы бухгалтерского учета, среди которых: использование математического моделирования учетных процессов, использование принципов и методов теории ограничения систем, расширяющих возможности практического применения системного подхода к решению проблем бухгалтерского учета и управления хозяйственной деятельностью предприятий в реальном рыночной среде в целом.

RESUME

Shpak Valentyn

Approaches and directions of development of accounting systems

The main approaches and directions of development of accounting systems, including: the use of mathematical modeling of accounting processes, the use of principles and methods of the theory of constraints systems extend the practical application of a systematic approach to solving the problems of accounting and economic management of enterprises in the real market environment in general are considered.

Стаття надійшла до редакції 16.03.2011 р.

Наукове періодичне видання

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

Збірник наукових праць

Випуск 8

Частина 2

2011 рік

Редактор-коректор *М. І. Руденко*

Дизайн обкладинки *О. І. Різник*

Адреса редакції: вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46020,

телефон 380 (352) 47-50-50*12309.

E-mail: analysis_tdeu@yahoo.com

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації

КВ № 12430-1314ПР від 30 березня 2007 р.

Підписано до друку 17.05.2011 р. Формат 60x90/8.

Папір офсетний. Гарнітура Cambria і Times. Друк офсетний. Зам. № Р 006-01-11

Умовно-друк. арк. 52,78. Обл.-вид. арк. 56,86.

Тираж 300. Ціна договірна.

Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка»

вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46020,

телефон/факс 380 (352) 47-58-72.

E-mail: edition@tneu.edu.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи

до Державного реєстру видавців ДК № 3467 від 23.04.2009 р.